



**YATAY OLMAYAN BİRLEŞME VE
DEVRALMALARIN DEĞERLENDİRİLMESİ
HAKKINDA KILAVUZ**

Kabul Tarihi:4.6.2013 Karar Sayısı:13-33/449-RM(8)

YATAY OLMAYAN BİRLEŞME VE DEVRALMALARIN

DEĞERLENDİRİLMESİ HAKKINDA KILAVUZ

1. GİRİŞ

- (1) 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 7. maddesinde; bir ya da birden fazla teşebbüsün hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri veya devralma işlemi gerçekleştirmeleri yasaklanmaktadır. 2010/4 sayılı "Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" ile 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesine göre hukuki geçerlilik kazanabilmesi için Rekabet Kuruluna bildirilerek izin alınması gereken birleşme ve devralmalar ile bu işlemlerin bildirimine ilişkin usul ve esaslar belirlenmiş bulunmaktadır.
- (2) Hâkim durum kavramı 4054 sayılı Kanun'un 3. maddesinde, belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü olarak tanımlanmaktadır. Bu çerçevede, bir mal veya hizmet piyasasındaki bir birleşme veya devralma işlemi sonucunda teşebbüslerin, tek başına veya birlikte, hâkim durumun işaret ettiği güce ulaşıp ulaşamayacakları veya bu gücü güçlendirip güçlendiremeyecekleri hakkında öncül değerlendirmeler yapılması gerekmektedir.
- (3) Bu kılavuzun amacı, yatay olmayan birleşme ve devralmalar hakkında Rekabet Kurulu (Kurul) tarafından yapılacak öncül değerlendirmelerde dikkate alınacak genel ilkeleri ortaya koymaktır.
- (4) Rekabet hukukunda farklı ilgili ürün pazarlarında faaliyet gösteren teşebbüsler arasında gerçekleşen birleşme ve devralma işlemleri *yatay olmayan birleşme ve devralmalar* olarak tanımlanmaktadır¹.
- (5) Kılavuzun bundan sonraki bölümlerinde, tekrarlardan kaçınmak ve okuma kolaylığı sağlamak için, birleşme terimi devralma teriminin anlamını da kapsayacak şekilde kullanılacaktır.

¹ Rekabet hukukunda aynı ilgili ürün pazarlarında faaliyet gösteren teşebbüsler arasında gerçekleşen birleşme ve devralma işlemleri *yatay birleşme ve devralmalar* olarak tanımlanmaktadır.

- (6) Yatay olmayan birleşmeler, genel olarak dikey birleşmeler ile çokpazarlı birleşmeleri (konglomera) kapsamaktadır.
- (7) Dikey birleşmeler, tedarik zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arasında gerçekleştirilen işlemleri ifade etmektedir. Bu tür işlemlerin değerlendirilmesinde birleşme tarafı olan teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri pazarlar genel olarak alt pazar ve üst pazar olarak ayrıma tabi tutulmaktadır. Üst pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin, alt pazarda faaliyet gösteren teşebbüslere girdi sağladıkları kabul edilmektedir. Örneğin, bir çimento üreticisi ile bir hazır beton üreticisi arasındaki birleşmede, çimentonun hazır beton üretiminde girdi olarak kullanılması sebebiyle, çimento ürünlerinin üst pazarda, hazır beton ürünlerinin ise alt pazarda oldukları kabul edilecektir. Söz konusu girdi hammadde, yarı mamul, tam mamul şeklindeki ürünler olabileceği gibi belli bir hizmet türü de olabilir.
- (8) Ayrıca, dikey ticari ilişkiler bağlamında bir ürün veya hizmetin üretimi, dağıtımını ve perakende satışı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüslerin aralarında gerçekleşecek olan birleşmeler de dikey birleşmeler kapsamında değerlendirilecektir. Bu durumda örneğin, üretici teşebbüs ile dağıtıcı teşebbüs arasında gerçekleşen bir birleşme işleminde, üretici teşebbüsün üst pazarda, dağıtıcı teşebbüsün ise alt pazarda faaliyet gösterdiği varsayılacaktır. Diğer yandan, dağıtıcı teşebbüs ile perakendeci teşebbüsün birleşmesi durumunda dağıtıcı teşebbüs üst pazarda, perakendeci teşebbüs ise alt pazarda kabul edilecektir.
- (9) Çokpazarlı birleşmeler ise aralarında yatay ya da dikey bir ilişki bulunmayan teşebbüsler arasında gerçekleşen birleşmelerdir. Bu kılavuzda çokpazarlı birleşmelere ilişkin olarak yapılacak değerlendirmelerin kapsamının, birbirleriyle tamamlayıcılık ya da zayıf ikame ilişkisi olan veya aynı ürün serisi içinde yer alan ürünlerin sağlayıcıları arasındaki birleşmeler ile sınırlandırılması amaçlanmaktadır. Örneğin, sağlık hizmetleri piyasalarında farklı tıp dallarında hizmet sunan hastanelerin birleşmeleri bu kapsamda değerlendirilebilir.
- (10) Bu kılavuzda genel olarak yatay olmayan birleşmelerin Kurul tarafından değerlendirilmesinde dikkate alınacak hususlara yer verilmektedir. Kılavuzda yer verilen unsurlar, rekabet hukuku analizlerinin genel ilkesi olarak bilinen *her olayın kendi özellikleri çerçevesinde incelenmesi gerekliliği* yaklaşımının yerine geçecek katı bir yaklaşımın sonucu olarak algılanmamalı, aksine her olayın kendi özellikleri çerçevesinde incelenmesi sürecinde değerlendirilmesi gereken başlıklar olarak kabul edilmelidir.

- (11) Rekabet hukuku ve politikası genel olarak etkin rekabetin, maliyet ve fiyatlarda düşüşe, ürün kalitesinde ve tüketici tercihlerinde artışa yol açacak, inovasyonu teşvik edecek bir süreç olduğu düşüncesi üzerine kuruludur. Bu sürecin nihai olarak tüketicilere fayda sağlayacağı kabul edilmektedir. Piyasalarda hâkim durum yaratacak veya mevcut bir hâkim durumu güçlendirecek türdeki birleşmeler, rekabeti önemli ölçüde azaltma ve bu yolla tüketicileri rekabetin faydalı sonuçlarından mahrum bırakabilme ihtimali taşımaktadır. Buna göre bu türden birleşmeler sonucunda, bir ya da birden fazla teşebbüs fiyatları kârlı biçimde artırmayacak; üretim miktarını, tüketici tercihlerini, inovasyonu ve rekabetten beklenen diğer faydaları azaltabilecektir². Bu çerçevede, Kurul'un birleşmeler üzerindeki denetimi ile teşebbüslerin birleşmeler yoluyla piyasalarda hâkim durum yaratarak veya mevcut bir hâkim durumu güçlendirerek rekabetin önemli ölçüde sınırlanması halinde tüketicileri rekabetin faydalarından mahrum bırakmalarının engellenmesi amaçlanmaktadır.
- (12) Yatay olmayan birleşmelerin genel olarak yatay birleşmelere kıyasla hâkim durum yaratmaya veya mevcut bir hâkim durumu güçlendirmeye yönelik olarak, rekabeti önemli ölçüde azaltma ihtimali daha düşüktür.
- (13) Yatay olmayan birleşmeler, yatay birleşmelerden farklı olarak, aynı ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler arasındaki rekabetin doğrudan ortadan kaldırılmasına veya azaltılmasına yol açmaz. Ancak bazı durumlarda üst ya da alt pazardaki teşebbüsler birbirleri için ciddi potansiyel rakipler olabilir.
- (14) Dikey birleşmeler ile belirli çokpazarlı birleşmelerde, birleşmeye taraf teşebbüslerin faaliyetleri ya da ürünleri birbirlerini tamamlayıcı niteliktedir. Tamamlayıcı ürünlerin ya da faaliyetlerin aynı ekonomik bütünlük altında birleşmeleri önemli etkinlik kazanımları yaratabilmektedir. Bu türdeki birleşmeler neticesinde rekabetten beklenen olumlu sonuçlar yoluyla tüketiciye fayda sağlanması beklenmektedir. İktisat teorisinde, tamamlayıcı ürünler üreten teşebbüslerin dikey biçimde birleşmeleri sonucunda, birleşme öncesinde üst ve alt pazarlarda uygulanan tekelleri kâr marjlarının birleşme sonrasında içselleştirileceği öngörülmektedir. Dikey birleşme sonucunda çifte tekelleri fiyatlamasının ortadan kaldırılması (*elimination of double marginalization*), dikey bütünleşik teşebbüsün alt pazarda üretimi kârlı bir şekilde artırmasını sağlayabilecektir. Teorik olarak birleşmenin dikey olarak bütünleşmiş teşebbüse nihai ürün fiyatını düşürme veya çıktı miktarını artırma yönünde güdü sağlayacağı

² Bu kılavuzda artan fiyatlar, birleşmenin rekabeti kısıtlayıcı olası tüm etkilerini ifade etmektedir. Bu kavram birleşmenin gerçekleşmediği durumdakine kıyasla fiyatın görece az düştüğü veya düşme ihtimalinin azaldığı ya da fiyatın görece fazla yükseldiği veya yükselme ihtimalinin arttığı halleri de kapsamaktadır.

ve böylece tüketici faydasını artıracığı bilinmektedir. Benzer şekilde, pazarın bir seviyesinde satışları arttırmak için hizmet kalitesini ya da inovasyonu artırma gibi olumlu girişimler de pazarın diğer seviyesi bakımından birtakım faydalar sağlayacaktır. Bu faydaları kendi bünyesine alacak olan dikey bütünleşik bir teşebbüsün bu türden girişimlerde bulunma güdüsü artacaktır.

- (15) Ayrıca, dikey bütünleşme aynı zamanda işlem maliyetlerini azaltırken ürün tasarımı, üretim, satış ve dağıtım süreçlerinin organizasyonu bakımından etkinlikler doğurabilecektir.
- (16) Buna ilave olarak, ürünler tamamlayıcı olsun ya da olmasın, aynı tüketici grubuna satılan bir ürün serisi içerisinde yer alan farklı ürünlerin sağlayıcıları arasında gerçekleşen birleşmeler, tüketici bakımından tek duraklı alışveriş imkânı sunmak gibi birtakım faydalar ortaya çıkarabilecektir.
- (17) Ancak diğer taraftan, bazı durumlarda yatay olmayan birleşmeler hâkim durum yaratma veya mevcut bir hâkim durumu güçlendirme ve bunun sonucunda rekabeti önemli ölçüde azaltabilme potansiyeli ihtiva etmektedirler.
- (18) Bu kılavuzda tüketici kavramı ara düzeydeki tüketiciler ile nihai tüketicileri kapsayacak şekilde kullanılmaktadır. Ara düzeydeki müşterilerin birleşik teşebbüslerin mevcut ya da potansiyel rakibi olmaları durumunda, birleşmenin birleşik teşebbüs ve söz konusu rakiplerin satış yaptığı müşteriler üzerindeki etkileri esas alınmaktadır. Buna göre, birleşmenin tedarik zincirinin herhangi bir seviyesindeki rakipleri etkileyecek olması başlı başına bir sorun değildir. Önemli olan birleşmenin etkin rekabet üzerindeki etkileridir. Özellikle, birleşmenin ortaya çıkaracağı etkinlik kazanımları nedeniyle rakiplerin zarar göreceği olması, başlı başına rekabetçi endişelere yol açamaz.
- (19) Yatay olmayan birleşmelerin rekabet üzerinde iki tür olumsuz etkisi bulunmaktadır. Bunlar *tek taraflı etkiler (unilateral effects)* ve *koordinasyon doğurucu (coordinated effects) etkilerdir*.
- (20) *Tek taraflı etkiler*, asıl olarak yatay olmayan birleşmelerin *pazarı kapamaya (foreclosure)* yol açabileceği durumlarda ortaya çıkabilecektir. Bu kılavuzda, *pazarı kapama* kavramı, birleşme nedeniyle mevcut ve potansiyel rakiplerin tedarik kaynaklarına ya da pazarlara erişiminin güçleştirilmesi veya engellenmesi ve bu yolla söz konusu rakiplerin rekabet edebilme imkânı ve/veya güdüsünün azaltılmasını ifade etmektedir. Pazarı kapamanın sonucu olarak, birleşik

teşebbüsün ve muhtemelen bazı rakiplerinin fiyatları kârlı bir şekilde yükseltebilme ihtimalleri ortaya çıkmaktadır. Fiyatlarda artışa yol açabilecek türdeki pazarı kapama davranışlarına yol açan bir birleşmenin, hâkim durum yaratacağı veya mevcut bir hâkim durumu güçlendireceği ve bunun bir sonucu olarak rekabeti önemli ölçüde azaltabileceği kabul edilecektir.

- (21) *Koordinasyon doğurucu etkiler*, birleşme öncesinde davranışlarını uyumlaştırmadan faaliyet gösteren teşebbüslerin birleşme sonrasında koordinasyon yoluyla fiyatları yükseltme ya da rekabeti azaltma ihtimallerinin önemli ölçüde artmasını ifade etmektedir. Birleşme öncesinde pazardaki teşebbüslerin zaten koordinasyon halinde faaliyet gösteriyor olmaları halinde ise, pazarda gerçekleşecek bir birleşme işlemi mevcut koordinasyonun daha kolay, kalıcı ve etkili bir biçimde sürdürülmesini destekleyecektir. Koordinasyon doğurucu etkiler içeren bir birleşme neticesinde, ilgili piyasalarda birlikte hâkim durum yaratılacağı veya mevcut bir birlikte hâkim durumun güçlendirileceği ve bunun sonucunda rekabetin önemli ölçüde azaltılabileceği kabul edilecektir.
- (22) Birleşmenin rekabet üzerindeki etkileri değerlendirilirken, ilgili pazarlarda birleşme öncesinde gözlemlenen ve birleşme sonrası oluşacağı tahmin edilen rekabet koşulları kıyaslanmaktadır. Birleşmenin gerçekleştiği andaki durum çoğu zaman anlamlı bir kıyaslama imkânı verirken bazı durumlarda ilgili pazarda gelecekte gerçekleşmesi öngörülen birtakım değişiklikler de dikkate alınmaktadır. Bu değerlendirmelerde, ilgili pazarda birleşme ile bağlantılı olmayan muhtemel giriş ve çıkışlar ile yakın gelecekte yürürlüğe girecek düzenlemelerin etkileri de göz önüne alınmaktadır.
- (23) Yatay olmayan birleşmelerin değerlendirilmesinde, birleşmenin rekabet üzerindeki olumsuz etkilerinin yanı sıra birleşmeyle ortaya çıkan etkinliklerden kaynaklı olumlu etkileri de dikkate alınmalıdır.
- (24) Bu kılavuz, giriş bölümü ve aşağıdaki bölümlerden oluşmaktadır:
- (a) Kurul'un pazar payları ve yoğunlaşma seviyelerine yaklaşımı
 - (b) Dikey birleşmelerin rekabet üzerindeki etkileri
 - (c) Çokpazarlı birleşmelerin rekabet üzerindeki etkileri

2. PAZAR PAYLARI VE YOĞUNLAŞMA SEVİYELERİ

- (25) Yatay olmayan birleşme işlemleri sonucunda ortaya çıkan birleşik teşebbüs, birleşme sonrasında söz konusu ilgili pazarlardan en az birisinde hâkim durumda olmadıkça birleşme işleminin rekabeti olumsuz şekilde etkilemeyeceği kabul edilebilir.
- (26) Pazar payları ve yoğunlaşma seviyeleri, Kurul tarafından hâkim durum değerlendirmesi yapılırken birleşen teşebbüslerin ve rakiplerinin pazar güçleri hakkında ilk aşamada önemli bilgi sağlayacak göstergelerdir. Sonraki aşamada, ilgili pazarlardaki mevcut ve potansiyel rekabetin düzeyi, pazarlara giriş engelleri, arz ve talep eğilimleri ile teşebbüslerin sağlayıcı ve müşteri bulabilme alternatifleri, arz kaynaklarına ulaşabilme imkânı gibi hususlar, kılavuzun ilerleyen bölümünde yer verilecek açıklamalar ışığında değerlendirilecektir.
- (27) Her bir ilgili pazarda Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI) değerinin 2500 seviyesinin altında olması ve birleşik teşebbüsün her bir pazardaki pazar payının %25'in altında olması halinde, yatay olmayan birleşmelerin rekabet bakımından olumsuz etkilerinin, incelemenin derinleştirilmesini ve birleşmenin yasaklanmasını gerektirecek düzeyde olmadığı varsayılabilir. Ancak, aşağıdaki koşullardan en az birinin mevcudiyeti halinde bu varsayım geçerli olmayabilir:
- (a) birleşmenin yakın gelecekte (belli bir inovasyon vb. sebeplerle) önemli düzeyde büyümesi beklenen bir teşebbüsü içermesi,
 - (b) pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler arasında önemli düzeyde çapraz hissedarlık ve yönetim ilişkilerinin bulunması,
 - (c) birleşen teşebbüslerden birinin piyasadaki koordine edilmiş davranışları bozma potansiyeli taşıması (oyunbozan (*maverick*) teşebbüs olma ihtimali),
 - (d) geçmiş ya da devam eden bir koordinasyona ilişkin emarelerin ya da koordinasyonu kolaylaştırıcı uygulamaların varlığı.
- (28) Birleşme sonrasında HHI seviyesinin 2500'ün ve birleşik teşebbüsün her bir pazardaki pazar payının %25'in altında olması, söz konusu birleşmenin rekabetin azaltılması bakımından rekabetçi endişe yaratmadığının ilk aşamadaki göstergesi olarak kabul edilebilir. Diğer yandan, bu eşikler hukuken bağlayıcı değildir ve karine oluşturmazlar. Bu sebeple bu

kılavuzda rekabet bakımından endişe yaratacak seviyeleri işaret eden HHI ve pazar payı eşiklerine yer vermenin uygun olmayacağı değerlendirilmektedir.

3. DİKEY BİRLEŞMELER

- (29) Dikey birleşmeler hakkında Kurul tarafından yapılacak değerlendirmelerde, birleşmenin rekabet üzerindeki olumsuz etkilerinin yanı sıra, birleşmeyle ortaya çıkan etkinliklerden kaynaklı olumlu etkiler de dikkate alınmaktadır.

3.1. Tek Taraflı Etkiler: Pazarı Kapama

- (30) Birleşmenin pazarı kapama etkisi yaratması, birleşme nedeniyle mevcut ve potansiyel rakiplerin tedarik kaynaklarına ya da pazarlara erişiminin engellenmesi ve bu yolla söz konusu rakiplerin rekabet edebilme imkânı ya da güdüsünün azaltılmasını ifade etmektedir. Pazarı kapamaya yol açan unsurlar, pazara girişleri veya pazardaki mevcut oyuncuların büyümelerini zorlaştırmanın yanı sıra rakipleri pazardan dışlayıcı bir etki de oluşturmaktadır. Pazarı kapama etkisinin varlığından söz edebilmek için rakiplerin birleşme sonrasında mutlaka pazardan çıkmak zorunda kalması şartı aranmaz. Birleşmenin rakipleri dezavantajlı konuma getirerek etkin şekilde rekabet edemeyecek olmalarına yol açması bunun için yeterlidir. Sonuç olarak, birleşen teşebbüslerin ve muhtemelen bazı rakiplerinin işlem sonrasında fiyatlarını kârlı bir şekilde yükseltebilme imkânı elde etmeleri durumunda pazarı kapamanın etkilerinin rekabeti engelleyici nitelikte olacağı kabul edilmektedir.

- (31) *Pazarı kapamanın* iki ayrı türünden söz edilebilir. Birinci tür *pazarı kapama*, *girdi kısıtlaması* (*input foreclosure*) olarak adlandırılabilir. *Girdi kısıtlaması*; birleşme sonrasında birleşik teşebbüsün, alt pazardaki rakiplerin ihtiyacı olan önemli girdilere erişimini kısıtlaması ve bu yolla rakiplerin maliyetlerini artırması olarak ifade edilebilir. İkinci tür pazarı kapama ise *müşteri kısıtlaması* (*customer foreclosure*) olarak adlandırılabilir. *Müşteri kısıtlaması*; birleşme sonrasında birleşik teşebbüsün, üst pazardaki rakiplerin yeterli müşteri tabanına erişimini kısıtlaması anlamına gelmektedir.

- (32) Ayrıca dikey birleşmeler, birleşik teşebbüse alt ve üst pazardaki rakipleri hakkında kritik ticari bilgilere erişim imkânı sağlaması sebebiyle de bazı tek taraflı etkilerin ortaya çıkmasına neden olabilir. Örneğin, dikey birleşme sonucunda alt pazardaki rakibinin sağlayıcısı olan bir teşebbüs rakipleri hakkında elde edeceği bilgiler neticesinde alt pazarda fiyatları yüksek

tutabilir. Benzer şekilde dikey bütünleşik teşebbüsün elindeki kritik bilgilere erişim imkânı rakiplerin pazara girişlerini veya pazarı genişletmelerini engelleyebilir.

3.1.1. Girdi Kısıtlaması³

- (33) Girdi kısıtlaması, birleşik teşebbüsün birleşme sonrasında sağlayıcısı olduğu girdilerin alt pazardaki rakiplere arzını sınırlaması ve böylece rakiplerin birleşme öncesindeki durumdakine benzer fiyat ve koşullarda girdi temin etmelerini zorlaştırarak maliyetlerini artırmasını ifade etmektedir. Bu durum, birleşik teşebbüsün tüketiciye uyguladığı fiyatları kârlı bir şekilde yükseltebilmesine yol açacaktır. Yukarıda belirtildiği üzere, girdi kısıtlaması şeklindeki pazarı kapama etkisinin tüketici zararına yol açığının kabul edilmesi için, rakiplerin birleşme sonrasında mutlaka pazardan çıkmak zorunda kalmaları şartı aranmamalıdır. Bu değerlendirmede kıstas, artan girdi maliyetlerinin tüketicilere daha yüksek fiyatlar uygulanmasına neden olup olmayacağıdır. Diğer yandan, birleşmeden kaynaklanan etkinliklerin birleşik teşebbüse fiyat düşürme imkânı ya da güdüsü sağlaması ve böylece tüketici üzerindeki toplam etkinin nötr ya da olumlu olması mümkündür.
- (34) Girdi kısıtlamasına ilişkin değerlendirmede, öncelikle birleşik teşebbüsün alt pazarda girdilere erişimi önemli ölçüde kısıtlama imkânı olup olmadığı incelenmelidir. İkinci olarak ise, birleşik teşebbüsün bu yönde bir güdüsü olup olmadığı dikkate alınmalıdır. Son olarak, bu yöndeki bir pazar kapama uygulamasının alt pazardaki rekabeti önemli ölçüde bozup bozmayacağı göz önünde bulundurulmalıdır.
- (35) Uygulamada bu üç kıstas çoğunlukla iç içe geçmiş olduğundan birlikte değerlendirilebilir.

3.1.1.1. Girdi Kısıtlaması İmkânı

- (36) Girdi kısıtlaması bakımından pazarı kapama çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Birleşik teşebbüs alt pazardaki mevcut ve potansiyel rakiplerine girdi sağlamayı tamamen durdurabilir, sağladığı girdi miktarını sınırlandırabilir, satış fiyatını yükseltebilir ya da arz koşullarını birleşme öncesi duruma kıyasla dezavantajlı hale getirebilir. Buna ilaveten birleşik teşebbüs faaliyetlerinde, rakiplerin üretim teknolojileri ile uyumlu olmayan özel bir teknolojiyi kullanmaya başlamayı tercih edebilir. Girdi kısıtlaması, sağlanan girdinin kalitesinin düşürülmesi gibi daha az göze çarpan şekillerde de gerçekleştirilebilir. Kurul girdi

³ “Girdi” kavramı altyapı ya da fikri mülkiyet hakları gibi unsurlara erişimi de kapsayacak şekilde genel bir terim olarak kullanılmıştır.

kısıtlamalarını değerlendirirken alternatif ve tamamlayıcı birçok olası stratejiyi dikkate alabilir.

- (37) Girdi kısıtlamasının pazarı kapamaya yol açma olasılığı değerlendirilirken söz konusu girdinin alt pazardaki ürün bakımından önemli bir girdi olup olmadığı dikkate alınmalıdır. Pazarı kapama, ilgili girdinin ancak önemli bir girdi olması halinde söz konusu olabilecektir. Alt pazardaki ürün için önemli bir maliyet kalemi oluşturmasının yanı sıra maliyetten bağımsız farklı nedenlerle de bir girdinin önemli sayılması mümkündür. Söz konusu nedenlere örnek olarak, anılan girdi olmaksızın alt pazarda üretimin ya da etkin satışın gerçekleştirilememesi, girdinin alt pazardaki ürün için önemli bir ürün farklılaştırma unsuru olması verilebilir. Buna ilaveten alternatif girdilere geçiş maliyetinin yüksek olması nedeniyle de girdinin önemli sayılması mümkündür.
- (38) Girdi kısıtlaması yoluyla pazarı kapama etkisinin ortaya çıkabilmesi, bir başka deyişle birleşik teşebbüsün üst pazardaki rekabet koşulları ile alt pazardaki fiyat ve arz koşulları üzerinde dikkate değer bir etkiye sahip olabilmesi, birleşme sonrası oluşacak dikey bütünleşik teşebbüsün üst pazarda belli bir pazar gücüne sahip olup olmamasına bağlıdır.
- (39) Birleşik teşebbüsün girdi kısıtlaması yoluyla pazarı kapama imkânına sahip olduğundan bahsedebilmek için, girdilere erişimin kısıtlanması sonucunda alt pazarın genelinde girdinin fiyat ve kalite bakımından erişilebilirliğinin olumsuz şekilde etkileneceğinin ortaya konması gerekmektedir. Etkilenme olasılığını destekleyen unsurlar arasında birleşik teşebbüs haricindeki bağımsız girdi sağlayıcılarının etkinlik seviyesinin görece düşük olması, daha az tercih edilen alternatifler sunmaları, kapasite kısıtları veya ölçeğe göre azalan getiri sebebiyle girdi arzındaki azalma karşısında girdi üretimini artıramamaları gibi durumlar sayılabilir. Bunlara ilaveten, birleşik teşebbüs ile bağımsız girdi sağlayıcıları arasında münhasır anlaşmaların bulunması da alt pazardaki rakiplerin girdiye erişimini kısıtlayabilir.
- (40) Girdi kısıtlaması yoluyla pazarı kapama olasılığı değerlendirilirken, birleşik teşebbüsün birleşme öncesinde bağımsız girdi sağlayıcılarından yaptığı alımları birleşme sonrasında durdurarak ihtiyacı olan girdileri kendi bünyesinde karşılama ihtimali de dikkate alınmalıdır. Böyle bir durumda, alt pazardaki rakipler, üst pazardaki bağımsız girdi sağlayıcılarının kapasitelerinin birleşik teşebbüsten boşalan kısmına erişebilecektir. Böylece, birleşmenin etkisi sadece alt pazardaki rakiplerin satın alma kalıplarını değiştirmekle sınırlı kalacak, girdiye erişim kısıtlanmamış olacaktır.

- (41) Girdi kısıtlaması hakkında yapılacak değerlendirmede rakip teşebbüslerce birtakım karşı stratejilerin etkili biçimde ve zamanında hayata geçirilebilme ihtimali de dikkate alınacaktır. Üretim yöntemlerini değiştirerek incelemeye konu olan girdiye daha az bağımlı hale gelmeye çalışmayı ya da üst pazara yeni bir sağlayıcının girişini desteklemeyi rakiplerce uygulanacak karşı stratejilere örnek olarak vermek mümkündür.

3.1.1.2. Girdi Kısıtlaması Güdüsü

- (42) Girdi kısıtlaması güdüsü (motivasyonu) birleşik teşebbüs bakımından kısıtlamanın ne ölçüde kârlı olacağı ile bağlantılıdır. Bu çerçevede, dikey bütünleşik teşebbüs girdi kısıtlaması yapmayı planlarken mevcut ve potansiyel rakiplere gerçekleştirilen girdi satışlarındaki düşüş nedeniyle üst pazarda oluşacak kâr kaybı dikkate alınmalıdır. Bu kâr kaybının, kısa ya da uzun vadede alt pazardaki satışlarını artırma ve tüketicilere uyguladığı fiyatları yükseltebilme imkânının getirisi ile karşılaştırılması gerekmektedir.
- (43) Dikey bütünleşik teşebbüs, alt pazardaki rakiplerine gerçekleştireceği girdi temininin, hem üst pazarda hem de alt pazarda elde edeceği kârları nasıl etkileyeceğini dikkate alacaktır. Diğer koşullar sabitken, birleşik teşebbüsün üst pazardaki kâr marjı düşük olduğu ölçüde girdi kısıtlamasından kaynaklanan kayıplar düşük olacaktır. Benzer şekilde, birleşik teşebbüsün alt pazardaki kâr marjı yüksek olduğu ölçüde alt pazardaki rakipleri dışlayarak pazar payını artırmanın getirisi yüksek olacaktır.
- (44) Birleşik teşebbüsün alt pazardaki rakiplerinin maliyetini artırma güdüsü, alt pazardaki talebin hangi oranda dışlanan rakiplerden birleşik teşebbüse kayacağına bağlıdır. Söz konusu oran birleşik teşebbüsün kapasite kısıtlarının, girdi kısıtlamasına tabi olmayan rakiplere kıyasla düşük olması veya birleşik teşebbüsün ürünleri ile girdi kısıtlamasına tabi olan rakiplerin ürünlerinin yakın ikame olması halinde daha yüksek olacaktır. Girdi kısıtlamasının alt pazardaki talep üzerindeki etkisi, söz konusu girdinin alt pazardaki ürünlerin önemli bir parçası olması ve alt pazardaki rakipler için maliyetin önemli bir kısmını oluşturması halinde yüksek olacaktır⁴.
- (45) Bunlara ilaveten, girdi kısıtlaması güdüsü birleşik teşebbüsün alt pazardaki yüksek fiyat seviyelerinden ne ölçüde faydalanacağına da bağlıdır. Birleşik teşebbüsün alt pazarda sahip

⁴ Tersine, girdinin nihai ürünün maliyetinin sadece küçük bir kısmını oluşturması ve kritik öneme sahip olmaması halinde birleşik teşebbüse kayacak talep ihmal edilebilir düzeyde olabilir ve üst pazarda yüksek bir pazar payı bile, teşebbüse girdi kısıtlaması güdüsü vermeyebilir.

olduğu pazar payı ne kadar büyükse artan kâr marjını yansıtacağı satışların miktarı ve böylece girdi kısıtlama güdüsü o kadar yüksek olacaktır⁵.

- (46) Birleşik teşebbüs üst pazarda tekel konumunda ise, hâlihazırda alt pazardan azami kâr elde edebileceğinden, birleşme sonrası girdi kısıtlama güdüsüne sahip olmayabilir. Öte yandan çok yüksek pazar payları teşebbüse her durumda azami kâr sağlamayabilir⁶. Bu sonuca ulaşmak için tekel konumundaki teşebbüsün mevcut durumda ve gelecekte ne türden kısıtlar altında faaliyet göstereceğinin detaylı incelenmesi gerekmektedir. Üst pazarda tekel konumunda bulunmasına rağmen azami kâr elde edemeyen bir teşebbüsün, birleşme sonrası girdi kısıtlama güdüsüne sahip olması mümkündür.
- (47) Girdi kısıtlama güdüsü değerlendirilirken ayrıca, birleşik teşebbüsün ortaklık yapısı⁷, geçmişte uygulanmış stratejiler⁸ ya da iş planları gibi stratejik bilgiler içeren teşebbüs içi belgeler gibi farklı hususlar dikkate alınabilir. Birleşik teşebbüsün girdi kısıtlaması amacına yönelik olarak belli bir davranışta bulunması halinde bu davranışın arkasındaki güdüler ile bu güdüleri ortadan kaldıracak veya azaltacak unsurlar (örneğin, davranışın yasal olup olmadığı gibi) girdi kısıtlaması hakkında yapılacak değerlendirmelerde dikkate alınmalıdır.

3.1.1.3. Rekabet Üzerine Genel Etkiler

- (48) Dikey birleşme birleşik teşebbüse, alt pazardaki rakiplerinin maliyetlerini artırma imkânı sağlayabilir. Bu durum rakiplerin fiyatlarında da yukarı yönlü bir baskı yaratacaktır. Bir dikey

⁵ Birleşik teşebbüsün belirli bir alt pazara odaklanma şansı düşük olduğu ölçüde girdi fiyatını yükseltme güdüsü düşük olacaktır. Bu durumun nedeni diğer alt pazarlar bakımından katlanmak zorunda olduğu fırsat maliyetleridir. Bu bağlamda, birleşik teşebbüsün birden fazla alt pazara ya da ikincil pazarlara girdi sağlaması halinde, fiyat ayrımcılığı uygulayabilme imkânı da dikkate alınabilir.

⁶ Örneğin tekel ya da tekele yakın konumdaki teşebbüs hâlihazırda *sözünde durma sorunu* (*commitment problem*) olarak adlandırılabilir bir durum nedeniyle azami kâr elde edemeyebilir. Sözünde durma sorunu şu şekilde izah edilebilir: Tekel ya da tekele yakın konumdaki üst pazardaki teşebbüsün, alt pazardaki teşebbüslerden sadece biri ile, diğer alıcılara ilave ürünler satılmaması koşuluyla, yüksek fiyattan girdi sağlamak üzere anlaşma yapmasına rağmen, anlaşmaya uymayarak alt pazardaki diğer teşebbüslere sağladığı girdi miktarını artırması durumunda birinci teşebbüs bakımından yapılan anlaşma kazançsız hale gelebilecektir. Bu türden fırsatçı bir davranışın alt pazardaki teşebbüslerce öngörülmesi tekel ya da tekele yakın konumdaki teşebbüsün pazar gücünden azami kâr elde etmesini engelleyebilir. Dikey bütünleşme, tekel ya da tekele yakın konumundaki teşebbüse, alt pazar bakımından olası bir zararı önlemek adına alt pazardaki diğer teşebbüslere yapılan satışları artırmama (sözünde durma) güdüsü sağlayacaktır. Başka bir örnek ise, tekel ya da tekele yakın konumdaki teşebbüsün müşterileri arasında fiyat farklılaştırmasına gitme imkânı yoksa azami kâr elde edemeyecek olmasıdır.

⁷ Örneğin, üst pazarda iki tarafın ortak kontrolü altında yönetilen bir teşebbüsün taraflarından sadece birinin alt pazarda faaliyet göstermesi durumunda, alt pazarda faaliyet göstermeyen tarafın alt pazara yapılan girdi satışlarının azalışından kaynaklanan kayıpları dikkate almayacağı düşünüldüğünde, birleşik teşebbüsün girdiye erişimi kısıtlama güdüsü görece düşük olacaktır.

⁸ Geçmişte birleşik teşebbüse benzer pazar konumuna sahip bir rakibin girdi teminini durdurmuş olması bu stratejinin ticari anlamda rasyonel olduğunun göstergesi olabilir.

birleşmenin potansiyel olarak bu şekilde etkiler barındırması, söz konusu birleşmenin pazarı kapamaya yol açabileceği anlamına gelmektedir. Bir dikey birleşmenin hâkim durum yaratmak veya mevcut bir hâkim durumu güçlendirmek yoluyla rekabeti önemli ölçüde azalttığı için kabul edilmesi için maliyeti artırılan rakiplerin alt pazardaki rekabet bakımından önemli rollere sahip olması ve pazarın önemli bir kısmını teşkil ediyor olması gerekir. Ayrıca, diğer teşebbüslere kıyasla daha düşük pazar payına sahip bir rakip teşebbüsün, birleşik teşebbüsün yakın bir rakibi olması ya da rekabetçi davranışlarıyla öne çıkması gibi nedenlerle alt pazarda önemli bir rekabetçi konuma sahip olduğunu kabul etmek mümkündür.

- (49) Buna ilaveten, potansiyel rakipler bakımından giriş engelleri yaratılması da hâkim durum yaratılması veya mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesine ve bunun bir sonucu olarak rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açabilmektedir. Birleşik teşebbüsün alt pazardaki potansiyel rakiplere girdi temin etmeme ya da birleşme öncesi duruma kıyasla dezavantajlı koşullarda girdi temin etme olasılığının bulunması, potansiyel rakipler bakımından bir giriş engeli oluşturabilecek ve girişler üzerinde güçlü bir caydırıcı etki doğurabilecektir. Girdi kısıtlamasının, potansiyel bir rakibin alt ya da üst pazarda etkin bir şekilde rekabet edebilmesi için özellikle her iki pazara da giriş yapmasını zorunlu kılması halinde, alt pazarda etkin rekabetin giriş engelleri yaratılması yoluyla önemli ölçüde engellendiği söylenebilir. Giriş engellerinin yaratılmasına ilişkin endişeler rekabete açılma aşamasında olan ya da yakın gelecekte rekabete açılması beklenen endüstriler bakımından özellikle önemlidir⁹.
- (50) Birleşik teşebbüsün alt pazardaki rakiplerinin de hâlihazırda dikey bütünleşik yapıda olmaları veya alternatif girdi kaynaklarına yönelebileme imkânına sahip olmaları, birleşme sonrasında bu teşebbüslerin maliyetlerinde artış olmasını engelleyebilir. Bu şekilde faaliyet gösteren rakip teşebbüslerden gelecek yeterli rekabet baskısı sayesinde birleşik teşebbüsün fiyatı yükseltmesi önlenebilecektir.
- (51) Dikey birleşmenin alt pazardaki rekabet üzerine etkileri aynı zamanda, alıcı gücünün bulunması veya üst pazarda gerçekleşecek olası girişlerin etkin rekabeti sağlayabilme ihtimali gibi dengeleyici faktörler de dikkate alınarak değerlendirilmelidir.
- (52) Bunlara ilave olarak, dikey birleşmenin rekabet üzerine etkileri incelenirken birleşme kaynaklı etkinliklerin de dikkate alınması gerekmektedir. Birleşmeden kaynaklanan etkinlikler sayesinde birleşmenin yasaklanmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılabilir.

⁹ Pazarı rekabete açmaya yönelik düzenleyici çabaların, dikey ilişki içindeki mevcut teşebbüslerin birleşmesi sonucu etkisiz hale getirilmemesine dikkat edilmesi gerekir.

Bunun için birleşme kaynaklı etkinliklerin, birleşik teşebbüse tüketici yararına olacak şekilde davranma imkânı ve güdüsü sağlayacağını ve böylece birleşmenin rekabet bakımından olası olumsuz etkilerinin bertaraf edileceğini gösteren delil ve açıklamaların ortaya konması gereklidir.

- (53) Yatay olmayan birleşmeler bakımından etkinlik kazanımları değerlendirirken Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz'un 5. Bölümünde yer verilen kıstaslar geçerli olacaktır. Birleşmenin etkinlik doğurucu etkiler içerdiği yönündeki görüşlerin değerlendirmelerde dikkate alınabilmesi için; etkinlik kazanımlarının birleşmeye özgü olması, doğrulanabilir olması ve tüketiciye fayda sağlaması koşullarının tümünün sağlanması gerekmektedir.
- (54) Dikey birleşmelerin ortaya çıkaracağı etkinlik kazanımları için aşağıdaki hususlar, tahdidi olmamak üzere, örnek olarak verilebilir.
- (55) Özellikle, dikey birleşme öncesinde alt ve üst pazarlarda bağımsız şekilde faaliyet gösteren her iki teşebbüsün belirlediği iki ayrı tekeli kâr marjı birleşme sonrasında oluşacak tek teşebbüs bünyesinde içselleştirilecektir. Pazar koşullarına bağlı olarak dikey birleşme sonucunda çifte tekeli fiyatlamasının ortadan kaldırılması, dikey bütünleşik teşebbüsün alt pazarda üretimi kârlı bir şekilde artırmasını sağlayabilecektir¹⁰.
- (56) Dikey birleşme, birleşen teşebbüslere üretim ve dağıtım süreçlerini daha iyi koordine etme ve böylece stok maliyetlerini azaltma imkânı vermektedir.
- (57) Genel itibarıyla dikey birleşme, birleşmeye taraf teşebbüslerin yeni ürünlere, yeni üretim süreçlerine ya da pazarlama süreçlerine yatırım yapma güdülerini uyumlaştırabilecektir. Örneğin, birleşme öncesinde bağımsız bir dağıtıcı teşebbüs, üst pazardaki teşebbüsün ürünlerinin kalitesi hakkında tüketicileri bilgilendirme ve reklam yatırımı yapma konusunda

¹⁰ Ancak birleşme öncesi çifte tekeli fiyatlamaya sorununun her zaman söz konusu olmadığını dikkate almak gerekmektedir. Örneğin birleşme tarafı olan teşebbüsler arasında hâlihazırda, çifte tekeli fiyatlamayı ortadan kaldıran bir fiyatlamaya yapısı öngören bir arz anlaşması bulunabilir. Bu durumda çifte tekeli fiyatlamayı ortadan kaldırmaya ilişkin etkinlikler bir dikey anlaşma gibi rekabet bakımından daha olumsuz etkiler doğuran alternatif bir yolla elde edilebilecek olup birleşmeye özgü sayılmayabilecektir. Buna ilaveten, dikey birleşme, girdi arzına ilişkin kapasite kısıtlarının bulunması veya girdinin eş seviyede kârlı alternatif bir kullanımının olması durumunda çifte tekeli fiyatlamayı bütünüyle ortadan kaldırmayabilir. Bu türden durumlarda, girdinin teşebbüs bünyesinde kullanımı bir fırsat maliyeti yaratmaktadır. Alt pazarda üretimi artırmak amacıyla girdinin birleşik teşebbüs bünyesinde daha çok kullanımı, girdinin alternatif pazarlardaki satışını düşürebilir. Girdinin teşebbüs bünyesinde kullanılması ve alt pazarda üretim artışı sağlama güdüsü fırsat maliyetinin olmadığı durumda daha fazla olacaktır.

(bu yatırımların kendi rakiplerine de fayda sağlayacak olması sebebiyle) isteksiz davranırken, dikey bütünleşme bu yöndeki isteksizliği azaltacaktır.

3.1.2. Müşteri Kısıtlaması

- (58) Üst pazarda faaliyet gösteren bir teşebbüsün, alt pazarda kayda değer bir pazar gücü bulunan bir müşteri ile birleşmesi müşteri kısıtlaması yoluyla rekabeti engelleme ihtimali barındırmaktadır.
- (59) Birleşik teşebbüsün alt pazarda da faaliyet gösterecek olması sebebiyle, üst pazardaki mevcut ve potansiyel rakiplerinin önemli büyüklükteki müşteri tabanına erişimini kısıtlaması üst pazardaki rakiplerin rekabet etme imkânlarını ve güdülerini azaltabilecektir. Bu durum alt pazardaki rakiplerin, girdileri birleşme öncesindeki fiyat ve koşullarla edinmesini zorlaştırarak, maliyetlerinin yükselmesine yol açacaktır. Böylece birleşik teşebbüs alt pazarda kârlı biçimde fiyatlarını yükseltebilecektir. Diğer yandan, birleşmeden kaynaklanan etkinlik kazanımları birleşik teşebbüsün fiyatları düşürmesini sağlayabilir. Müşteri kısıtlamasının tüketicilere zarar verdiğinin kabul edilebilmesi için birleşik teşebbüsün rakiplerinin piyasadan çıkmak zorunda kalmaları şartı aranmamalıdır. Bu konudaki ilgili kıstas artan girdi maliyetlerinin tüketicilere yüksek fiyatlar olarak yansıyor yansımayacağıdır.
- (60) Müşteri kısıtlamasına ilişkin değerlendirmede, öncelikle birleşik teşebbüsün üst pazardaki rakiplerden yapacağı alımları azaltarak onların alt pazarlara erişimi açısından pazarı kapama imkânı olup olmadığı incelenmelidir. İkinci olarak ise, birleşik teşebbüsün üst pazardaki rakiplerden yapacağı alımları azaltması yönünde bir güdüsü olup olmadığı dikkate alınmalıdır. Son olarak, bu yöndeki bir pazar kapama uygulamasının alt pazardaki tüketiciler üzerinde olumsuz etkileri olup olmayacağı göz önünde bulundurulmalıdır.

3.1.2.1. Alt Pazarlara Erişimi Kısıtlama İmkânı

- (61) Bir dikey birleşme üst pazardaki rakipleri, onların alt pazardaki müşterilere erişim maliyetlerini yükseltmek veya önemli müşteri tabanına erişimini kısıtlamak suretiyle olumsuz şekilde etkileyebilir. Müşteri kısıtlaması farklı şekillerde tezahür edebilir. Örneğin, birleşik teşebbüsün alt pazardaki birimi, tüm girdi alımlarını üst pazardaki biriminden sağlamaya ve böylece üst pazardaki rakiplerden alım yapmayı durdurmaya veya rakiplerden daha az miktarlarda almaya karar verebilir ya da birleşme öncesindeki duruma göre girdileri rakipler bakımından daha dezavantajlı olacak koşullarda temin etmeye başlayabilir.

- (62) Birleşik teşebbüsün müşteri kısıtlaması yoluyla pazarı kapama imkânı olup olmadığı değerlendirilirken, üst pazardaki mevcut ve potansiyel rakiplerin alt pazarda ürünlerini satabilecekleri yeterli alternatiflerin bulunup bulunmadığı değerlendirilmelidir. Müşteri kısıtlamasının rekabet bakımından bir endişe yarattığının kabul edilebilmesi için söz konusu dikey birleşmenin tarafı olan alt pazar biriminin önemli bir müşteri olması ve alt pazarda ciddi pazar gücüne sahip olması gerekmektedir. Aksi durumda, yeteri derecede büyük bir müşteri tabanının alternatif sağlayıcılara yönelme ihtimalinin söz konusu olması halinde, böyle bir dikey birleşmenin rekabet açısından sorun yaratmaması beklenebilir.
- (63) Girdi pazarında önemli ölçek ve kapsam ekonomilerinin geçerli olması veya talebin şebeke dışsallıklarından etkilenmesinin söz konusu olduğu hallerde, müşteri kısıtlaması girdi fiyatlarında artışa yol açabilir. Bu gibi durumlarda üst pazardaki rakiplerin rekabet etme imkânı zayıflamaktadır.
- (64) Örneğin, üst pazardaki rakiplerin *minimum etkin ölçek (minimum efficient scale)* noktasında ya da bu noktaya yakın seviyelerde faaliyet göstermesi halinde müşteri kısıtlaması girdi fiyatlarında artışa yol açabilir. Girdi kısıtlamasının ve buna bağlı olarak ortaya çıkan üretim kaybının üst pazardaki rakiplerin değişken maliyetlerinde artışa yol açması, alt pazarda faaliyet gösteren müşterilere uygulanacak girdi fiyatlarında artış yönünde bir baskıya sebep olacaktır.
- (65) Ölçek ve kapsam ekonomilerinin varlığı halinde, müşteri kısıtlaması uygulaması üst pazardaki potansiyel rakiplerin gelir tahminlerini düşürerek bu pazara girişleri olumsuz etkileyecektir. Müşteri kısıtlarının girişler üzerinde bu şekilde caydırıcı etki yaratabilecek olması sebebiyle, girdi fiyatları müşteri kısıtlamasının söz konusu olmadığı durumlara kıyasla daha yüksek seviyede seyredebilecek ve birleşik teşebbüsün alt pazardaki rakiplerinin maliyetlerini artırabilecektir.
- (66) Müşteri kısıtlaması, üst pazardaki rakiplerin gelir akışları üzerinde olumsuz etkilere yol açacak olması sebebiyle, bu teşebbüslerin maliyet tasarrufu, araştırma-geliştirme, ürün kalitesini artırma yönünde yapacakları yatırımlar bakımından da güdü eksikliği yaratacaktır. Bu durum ise uzun vadede rakiplerin rekabet etme imkânlarını azaltma ve hatta piyasadan çıkmalarına yol açma riski taşımaktadır.
- (67) Müşteri kısıtlaması hakkında yapılacak değerlendirmelerde, söz konusu girdinin farklı pazarlarda kullanılma ihtimali dikkate alınmalıdır. Müşteri kısıtlamasına tabi olan üst

pazardaki rakipler, önemli maliyet artışları yaşamaksızın söz konusu girdiyi ikincil piyasalarda veya farklı kullanım alanlarındaki talebe göre etkin biçimde üretmeye devam edebilirler.

- (68) Müşteri kısıtlaması hakkında yapılacak değerlendirmede üst pazardaki rakip teşebbüslerce birtakım karşı stratejilerin etkili biçimde ve zamanında hayata geçirilebilme ihtimali de dikkate alınacaktır. Pazarı kapamanın etkilerini azaltmaya yönelik olarak alt pazardaki satış seviyelerini korumak amacıyla agresif biçimde fiyatlama yapmak üst pazardaki rakiplerce uygulanacak karşı stratejilere örnek olarak verilebilir.

3.1.2.2. Alt Pazarlara Erişimi Kısıtlama Güdüsü

- (69) Müşteri kısıtlaması yoluyla alt pazarlara erişimi kısıtlama güdüsü, birleşik teşebbüs bakımından kısıtlamanın ne ölçüde kârlı olacağı ile bağlantılıdır. Müşteri kısıtlaması alt ve üst pazarlarda fiyat artışlarına yol açabilecek ve birleşik teşebbüsün ilave gelirler elde etmesini sağlayabilecektir. Bu gelirler ile üst pazardaki rakiplerden girdi temin etmeyecek olması sebebiyle karşılaşılabilecek maliyetlerin karşılaştırılması gerekmektedir.
- (70) Birleşik teşebbüsün üst pazar birimi, müşteri kısıtlamasına tabi olan rakiplerinden daha az etkin ise veya ürün farklılaşması sebebiyle daha az cazip ürünler sunuyor ise ya da kapasite kısıtları altında çalışıyor ise müşteri kısıtlaması uygulayarak üst pazardaki rakiplerden yapılan alımları azaltması bazı maliyetlerin oluşmasına yol açabilir.
- (71) Müşteri kısıtlaması yoluyla alt pazarlara erişimi kısıtlama güdüsü değerlendirilirken, üst ve alt pazarlarda müşteri kısıtlamasından kaynaklanan fiyat artışlarının, birleşik teşebbüsün üst ve alt pazar birimlerine ne şekilde fayda sağlayacağı dikkate alınmalıdır. Bu bağlamda birleşik teşebbüsün alt pazarda görece yüksek pazar payına sahip olması halinde, birleşme sonrasında artan kâr marjları daha yüksek toplam getiri elde edilmesini sağlayacaktır.
- (72) Birleşik teşebbüsün müşteri kısıtlaması amacına yönelik olarak belli bir davranışta bulunması halinde ise bu davranışın arkasındaki güdüler ile bu güdülerini ortadan kaldıracak veya azaltacak unsurlar (örneğin, davranışın yasal olup olmadığı gibi) müşteri kısıtlaması hakkında yapılacak değerlendirmelerde dikkate alınmalıdır.

3.1.2.3. Rekabet Üzerine Genel Etkiler

- (73) Müşteri kısıtlaması yoluyla üst pazardaki rakiplere pazarı kapamanın alt pazardaki rekabet bakımından da olumsuz etkileri olabilir. Bu etkiler sebebiyle tüketiciler de zarar görebilir. Dikey bir birleşme neticesinde, üst pazardaki rakiplerin alt pazardaki önemli bir müşteri tabanına rekabetçi koşullarla erişimlerinin reddedilmesi sonucunda, bu rakiplerin öngörülebilir gelecekte rekabet edebilme imkân ve yeteneklerinin azalması söz konusu olabilir. Bunun bir sonucu olarak, alt pazardaki rakipler de karşılaşacakları yüksek girdi maliyetleri sebebiyle rekabet açısından dezavantajlı duruma düşeceklerdir. Bunun karşısında, birleşik teşebbüs kârlı biçimde fiyatlarını artırabilir veya alt pazardaki genel çıktı miktarını azaltabilir.
- (74) Pazarı kapamaya yol açacak müşteri kısıtlamasının tüketiciler üzerindeki etkilerinin ortaya çıkması belli bir süre alabilir. Müşteri kısıtlaması ilk olarak üst pazardaki rakiplerin gelirlerinde düşüşe yol açacaktır. Bunun sonucunda, ürün kalitesini artırmaya, maliyet tasarrufu sağlamaya ya da diğer rekabet araçlarını güçlendirmeye yönelik yatırımlarda azalma gibi sonuçların ortaya çıkması beklenebilir.
- (75) Bir dikey birleşmenin üst pazarda hâkim durum yaratacağını veya mevcut bir hâkim durumu güçlendireceğini ve bunun sonucunda rekabeti önemli ölçüde azaltacağını ileri sürebilmek için, üst pazardaki toplam çıktı miktarının önemli bir kısmının söz konusu birleşmeden etkilendiğinin ortaya konulması gerekmektedir. Üst pazarda dikey birleşmeden etkilenmeyen belli bir sayıdaki teşebbüsün varlığı halinde, girdi fiyatları ve dolayısıyla alt pazardaki fiyatlar bu teşebbüslerden gelecek rekabet baskısı sayesinde yükselmeyebilir. Ancak müşteri kısıtlamasına tabi olmayan rakip teşebbüslerden gelecek rekabet baskısının gerçekleşebilmesi için, bu teşebbüslerin genişlemelerinin önünde herhangi bir kısıt (kapasite kısıtı veya ürün farklılaştırması yapma kısıtı vb.) bulunmaması gerekmektedir.
- (76) Üst pazardaki rekabet, pazara giriş engelleri yaratılması yoluyla da önemli derecede engellenebilir. Potansiyel bir rakibin alt ya da üst pazarda etkin bir şekilde rekabet edebilmesi için müşteri kısıtlaması sebebiyle özellikle her iki pazara da giriş yapması zorunluluğu doğuyorsa, özellikle üst pazara yönelik giriş engelleri yaratılması hâkim durum yaratılmasına veya mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesine yol açabilecektir. Bu bağlamda, müşteri kısıtlaması ve girdi kısıtlaması aynı stratejinin parçaları olabilir. Giriş engellerinin

yaratılmasına ilişkin endişeler rekabete açılma aşamasında olan ya da yakın gelecekte rekabete açılması beklenen endüstriler bakımından özellikle önemlidir¹¹.

- (77) Dikey birleşmenin üst pazardaki rekabet üzerine etkileri aynı zamanda, alıcı gücünün bulunması, üst veya alt pazarda gerçekleşecek olası girişlerin etkin rekabeti sağlayabilme ihtimali gibi dengeleyici faktörler de dikkate alınarak değerlendirilmelidir.
- (78) Bunlara ilave olarak, dikey birleşmenin rekabet üzerine etkileri incelenirken birleşmeden kaynaklı etkinliklerin de dikkate alınması gerekmektedir.

3.2. Koordinasyon Doğurucu Etkiler

- (79) Genel olarak birleşmeler, teşebbüslerin piyasa davranışlarında bazı değişikliklerin yaşanmasına zemin hazırlayabilir. Birleşme öncesinde rekabeti bozucu şekilde anlaşma içinde olmaksızın faaliyetlerini sürdüren teşebbüslerin, piyasadaki bir birleşme sonrasında fiyat anlaşması yapmaları veya rekabete zarar verici diğer konularda davranışlarını koordine etme ihtimalleri artabilir. Ayrıca, bazı teşebbüslerin davranışlarını birleşme öncesindeki dönemde de rekabet sürecine aykırı biçimde koordine ediyor olmaları halinde ise, piyasada gerçekleşen bir birleşmenin söz konusu koordinasyonu daha kolay, daha istikrarlı ve etkili kılacağı ileri sürülebilir.
- (80) Koordinasyonun devam ettirilebilmesi için üç koşulun varlığı gereklidir. Birincisi, koordinasyon içindeki teşebbüslerin birbirlerini koordinasyon şartlarına uyup uymadıkları konusunda denetleyebiliyor olmalarıdır. İkinci olarak, koordinasyonu bozmaya niyetlenen teşebbüsler için bir caydırma mekanizmasının varlığı gerekmektedir. Son olarak, koordinasyon dışında kalan tarafların, ki buna müşteriler de dâhildir, koordinasyondan beklenen sonuçları tehlikeye atabilecek tepkiler veremeyecek durumda olmalarıdır.
- (81) Dikey birleşmeler, alt ve üst pazarlardaki teşebbüslerin belli bir koordinasyonun koşulları hakkında mutabakata varmalarını kolaylaştırıcı bir unsur olabilir.
- (82) Örneğin, bir dikey birleşme işleminin pazarı kapamaya yol açması halinde pazarda etkin biçimde rekabet eden rakiplerin sayısında azalma olacaktır. Genel olarak, pazardaki oyuncuların sayısındaki azalma pazarda kalan diğer teşebbüslerin koordinasyon kurmalarını kolaylaştırabilir.

¹¹ Pazarı rekabete açmaya yönelik düzenleyici girişimlerin dikey ilişki içindeki mevcut teşebbüslerin birleşmesiyle etkisiz hale getirilmemesine dikkat edilmesi gerekir.

- (83) Ayrıca, dikey birleşmelerin pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler arasındaki simetriyi ve pazar şeffaflığını artırma yönünde etkileri de olabilir. Bu yolla pazardaki teşebbüslerin aralarında koordinasyon kurma ihtimali artabilir.
- (84) Dikey birleşmeler, pazarda varsa oyunbozan teşebbüsün de ortadan kalkmasına sebep olabilir. Oyunbozan teşebbüs, kendi çıkarına uygun olacak şekilde diğer teşebbüslerle koordinasyon kurmayan ve agresif rekabeti tercih eden teşebbüsleri tanımlamaktadır. Oyunbozan teşebbüsün dikey bütünleşmeye dâhil olması sonucunda teşebbüsün rekabetçi güdülerle faaliyet göstermesi söz konusu olmayacaktır. Böylece koordinasyonun önündeki engellerden birisi daha ortadan kaldırılmış olacaktır.
- (85) Dikey birleşmeler, birleşik teşebbüse rakipleri hakkında hassas bilgilere erişim imkânı tanınması sayesinde pazardaki şeffaflığı artırmaya ve böylece koordinasyonun kurulması ve yürütülmesini kolaylaştırmaya yol açabilir. Zira, şeffaflaşma sayesinde koordinasyondan cayanların denetlenmesi ve disipline edilmesi daha kolay hale gelebilecektir. Nihai tüketiciye uygulanan fiyatların kamuya açık olduğu; buna karşılık ana girdi fiyatlarının gizli olduğu durumlarda, bir başka deyişle, alt pazarın üst pazara göre daha şeffaf olması halinde, dikey birleşme sayesinde koordinasyon daha etkili olacaktır. Şöyle ki; dikey birleşme üst pazardaki teşebbüslere nihai fiyatları belirleme ve koordinasyondan sapmaları daha etkili biçimde denetleme gücü sağlayacaktır.
- (86) Dikey birleşmelerin pazarı kapamaya yol açması halinde pazarda etkili biçimde faaliyet gösteren rakiplerin sayısında azalma yaşanabilir. Bu durum ise rakiplerin karşılıklı olarak birbirlerinin davranışlarını denetleme imkânını kolaylaştırabilecektir.
- (87) Dikey birleşmeler koordinasyona katılan teşebbüslerin koordinasyon koşullarına uyum sağlamadaki güdülerini de etkileyebilir. Örneğin, dikey bütünleşik teşebbüs, koordinasyon koşullarından sapan teşebbüsleri, onların önemli bir sağlayıcısı veya müşterisi olması sayesinde, etkili biçimde cezalandırabilir.
- (88) Dikey birleşmeler, piyasaya giriş engellerini yükselterek veya koordinasyon dışında kalan teşebbüslerin rekabet etme imkânlarını sınırlayarak koordinasyonun bozulma olasılığını azaltabilir.
- (89) Piyasadaki önemli bir alıcının varlığı halinde, üst pazardaki teşebbüsler bu alıcıya yapılacak yüklü miktardaki satışların getireceği faydayı göz önüne alarak mevcut bir koordinasyonu

bozma yönünde davranabilirler. Ancak, söz konusu önemli alıcının bir dikey birleşme işlemi sayesinde rakiplerden birisinin bünyesine katılması, üst pazardaki koordinasyonun devam ettirilmesi riskini artırabilecektir.

4. ÇOKPAZARLI BİRLEŞMELER

- (90) Çokpazarlı birleşmeler, birleşen teşebbüslerin arasındaki ilişkinin ne tam anlamıyla yatay (aynı ilgili pazarda bulunma) ne de dikey (sağlayıcı-alıcı ilişkisi) türde bir ilişki olduğu durumlarda karşılaşılan türdeki işlemlerdir. Rekabet hukuku uygulamalarında özellikle, birleşme taraflarının birbirleriyle yakından ilgili olan pazarlarda iştirak ettiği durumların üzerinde durulmaktadır. Bu kapsamda, aralarında tamamlayıcılık ilişkisi olan ürün ve hizmetleri veya aynı müşteri grubu tarafından satın alınan belli bir ürün veya hizmet gamına dâhil olan faaliyetleri kapsayan pazarlardaki birleşmeler inceleme konusu olmaktadır.
- (91) Genellikle çokpazarlı birleşmelerin hâkim durum yaratma veya mevcut bir hâkim durumu güçlendirme ve bunun bir sonucu olarak rekabeti önemli ölçüde azaltabilme ihtimalinin oldukça düşük olduğu kabul edilmesine rağmen bazı durumlarda bu ihtimal söz konusu olabilmektedir. Çokpazarlı birleşmeler hakkında yapılacak değerlendirmelerde bu türden birleşmelerin rekabet üzerindeki olumsuz etkilerinin yanında etkinlik kazanımları gibi olumlu etkileri de dikkate alınmalıdır.

4.1. Tek Taraflı Etkiler: Pazarı Kapama

- (92) Birbiriyle ilişkili ürün ve hizmetlerin aynı teşebbüs tarafından sağlanacak olması, söz konusu birleşik teşebbüse bağlama¹² (*tying*), paket satış¹³ (*bundling*) veya diğer dışlayıcı uygulamalar yoluyla bir pazardaki güçlü pozisyonunu diğer pazarlarda kaldıraç olarak kullanması imkânı ve güdüsü sağlayabilir.

¹² Bağlama; ticari teamüllere aykırı olarak, bir mal veya hizmet ile birlikte bir diğer mal veya hizmetin de satın alınmasının zorunlu kılınması olarak tanımlanabilir. Bağlama uygulamaları iki ayrı ürün olarak kabul edilebilecek ürünlerin entegre edilmesi yoluyla hayata geçirilebileceği gibi (teknolojik bağlama), sözleşmeler yoluyla (sözleşmesel bağlama) da gerçekleştirilebilmektedir. Bağlama uygulamalarında birlikte satılan ürünlerin paket içindeki oranları değişkenlik gösterebilir (ör.: yazıcılar ve kartuşlar). Ayrıca, bağlama uygulamalarında, bağlanan ürünlerin (*tied products*) tek başına da satışa sunulduğu durumlar söz konusu olabilir.

¹³ Paket satış uygulamaları, *saf paketleme* ve *karişik paketleme* olarak iki ayrı türe ayrılır. Saf paketleme uygulamasında, birlikte satışı söz konusu olan farklı ürünler ayrı ayrı satışa sunulmamaktadır (ör.: yazıcılar veya kartuşlar tek başına satın alınmamaktadır). Ürünlerin paket içindeki oranları sabittir. Karişik paketleme uygulamasında ise; paket içindeki farklı ürünler ayrı ayrı da satışa sunulmakta, ancak ekonomik açıdan ürünlerin paket olarak satın alınması ayrı ayrı satın alınmasından daha hesaplı olmaktadır (ör.yazıcıyı kartuşuyla beraber almak, yazıcıyı ve kartuşu ayrı ayrı almaktan daha ucuz olmaktadır)

- (93) Bağlama ve paket satış uygulamaları mevcut ve potansiyel rakiplerin rekabet etme imkân ve güdülerinde azalmaya da yol açabilmektedir. Bu olumsuz etkiler, birleşik teşebbüsün fiyatları yükseltmesi karşısındaki rekabet baskısının azalmasına sebep olabilir.

4.1.1. Pazarı Kapama İmkânı

- (94) Çokpazarlı birleşmeler sonucunda, birleşik teşebbüsün, bünyesindeki farklı ürünleri kullanarak paket satış veya bağlama uygulamalarıyla bir pazardaki gücünü başka bir pazardaki rakipleri aleyhine pazarı kapama amaçlı olarak kullanması söz konusu olabilir. Ancak, bu uygulamaların rakipler aleyhine pazarı kapama sonucu doğurabilmesi için birleşik teşebbüsün söz konusu pazarların birinde hâkim durumda olması gerekmektedir. Paket satış veya bağlama uygulamalarının önemli etkilere yol açması ancak birleşme taraflarından en az birisinin ürünlerinin müşterilerce oldukça önemli bir ürün olarak değerlendirilmesi ve bu ürünün az sayıda alternatifinin bulunması halinde söz konusu olabilecektir. Piyasadaki ürün farklılaşması seviyesi veya kapasite kısıtları alternatif ürünlerin sayısını etkileyen unsurlardır.
- (95) Pazarı kapamanın potansiyel bir sorun olarak addedilmesi ancak ürünleri tek tek satın almaya meyilli müşterilerin toplamda geniş bir müşteri tabanı oluşturmaları halinde söz konusu olacaktır. Ürünleri tek tek satın almak yerine birlikte satın almaya meyleden müşterilerin sayısının artması durumunda, bireysel olarak tek tek satılan ürünlere olan talep, paket satış ve bağlama uygulamalarından daha fazla etkilenecektir. Paket satış veya bağlama uygulamasına tabi olan ürünlerin tamamlayıcı ürünler olması halinde bu etki daha yüksek olacaktır.
- (96) Genel olarak, paket satış ve bağlama uygulamalarının pazarı kapama etkilerinin, ölçek ekonomilerinin geçerli olduğu piyasalarda veya mevcut talep durumunun gelecekteki arz koşullarını etkileyecek şekilde dinamik etkiler içerdiği piyasalarda daha güçlü olacağı söylenebilir. Örneğin, tamamlayıcı ürünler sağlayan ve bu ürünlerinden birinde (A ürünü) hâkim durumda olan bir teşebbüsün paket satış veya bağlama yapması durumunda, entegre olmayan sağlayıcılarca sağlanan tamamlayıcı ürünlerin (B ürünü) satışlarında düşüş gözlemlenebilecektir. Şebeke dışsallıklarının söz konusu olduğu durumlarda paket satış veya bağlama uygulamaları, rakiplerin B ürününün satışlarını artırma imkânlarını azaltacaktır. Ayrıca, bu uygulamalar bazı tamamlayıcı ürün piyasalarına giriş yapmayı düşünen rakipler üzerinde de olumsuz etkiler yaratabilecektir. Sağlayacakları ürünlerle tamamlayıcılık özelliği sergileyen ürünlerin piyasada daha az oranda bulunacak olması piyasaya giriş yapacak teşebbüsleri olumsuz etkileyebilir.

- (97) Birleşik teşebbüsün paket satış veya bağlama uygulamalarını uzun soluklu bir strateji olarak ortaya koyamaması bu uygulamaların pazarı kapama bakımından etkilerinin kapsamını daraltacaktır. Teknik gerekçeler içeren paket satış veya bağlama uygulamaları, vazgeçilmesi halinde bazı maliyetlere yol açacak olmaları nedeniyle daha uzun soluklu uygulamalar olarak kabul edilebilir.
- (98) Çokpazarlı birleşmeler hakkında yapılacak değerlendirmede rakip teşebbüslerce birtakım karşı stratejilerin etkili biçimde ve zamanında hayata geçirilebilme ihtimali de dikkate alınacaktır. Örneğin, birleşik teşebbüsün paket satış veya bağlama stratejisi karşısında tek ürün sağlayan teşebbüslerin ürünlerini daha cazip koşullarla sağlayıp sağlayamayacakları incelenebilir. Bir teşebbüsün paket satış veya bağlama yoluyla piyasaya arz edilen ürünleri satın alarak yeniden kârlı biçimde ayrı ayrı olarak satabildiğinin mümkün olduğu durumlarda paket satış ve bağlama uygulamalarının pazarı kapama etkisi azalacaktır. Ayrıca, rakiplerin pazar paylarını korumak amacıyla fiyatlarını daha agresif biçimde ayarlayabiliyor olmaları halinde bu uygulamaların pazarı kapama etkileri azalacaktır.
- (99) Maliyetlerde tasarruf sağlaması bakımından, müşterilerin ihtiyaç duydukları tüm ürünleri tek bir noktadan edinmeyi (*one-stop-shopping*) tercih etmeleri söz konusu olabilir. Bu bakımdan, birleşik teşebbüsün bünyesinde birçok farklı ürünü barındırıyor olması rekabetin her koşulda olumsuz şekilde etkileneceği anlamına gelmemelidir.

4.1.2. Pazarı Kapama Güdüsü

- (100) Paket satış veya bağlama uygulamaları yoluyla pazarı kapama yönündeki güdü bu stratejinin birleşik teşebbüs bakımından ne ölçüde kârlı olacağı ile bağlantılıdır. Bu konuda bir değerlendirme yapılırken, birleşik teşebbüs bu uygulamaları hayata geçirirken karşılaşacağı maliyetler ile söz konusu pazarlardaki pazar payının veya fiyatlarının artmasından kaynaklanacak gelirlerin karşılaştırılması gerekir.
- (101) *Saf paketleme (pure bundling)* veya bağlama uygulamaları birleşik teşebbüsün kendisi için de kayıplara yol açabilir. Örneğin, önemli sayıda müşterinin paket satışları tercih etmemesi, bunun yerine paket konusu ürünlerden sadece birini almayı tercih etmesi durumunda, bu ürünün paket içindeki satışlarından elde edilecek gelirler azalacaktır. Ayrıca, birleşme öncesinde birleşme tarafı olan teşebbüsün kaldıraç niteliğindeki bir ürününü farklı teşebbüslerin ürünleri ile kombine ederek kullanan müşterilerin, birleşme sonrasında uygulanacak *saf paketleme* veya bağlama uygulamaları neticesinde söz konusu ürünü

kullanmayı bırakmaları veya söz konusu paketi rakiplerden satın almaları söz konusu olabilir. Böylece birleşik teşebbüs bu ürünün satışlarında kayıplar yaşayabilir.

- (102) Bu bağlamda farklı ürünlerin görelî getirilerini karşılaştırmak anlamlı olacaktır. Birleşik teşebbüsün görelî olarak düşük ciro ve kâr elde ettiği bir piyasada pazar payını artırmak amacıyla oldukça kârlı bir piyasadaki gelirlerinden vazgeçme ihtimali düşük olacaktır.
- (103) Ancak, bağlama ve paket satış uygulamaları, *bağlayan ürün (tying product)* piyasasındaki pazar gücünün korunmasına paralel biçimde bağlanan ürün (*tied product*) piyasasında da pazar gücünün artmasına ve dolayısıyla kârların artmasına imkân sağlayabilir.
- (104) Çokpazarlı birleşmeler neticesinde birleşik teşebbüsün pazar kapama güdüsü değerlendirilirken, birleşik teşebbüsün ortaklık yapısı, geçmişte piyasada uygulanan stratejilerin neler olduğu veya iş planları gibi teşebbüslerin iç dokümanlarında yer alan bilgiler de dikkate alınmalıdır.
- (105) Örneğin, belli bir piyasada faaliyet gösteren bir teşebbüsün iki teşebbüsün ortak kontrolü altında olduğu ve taraflardan sadece birinin komşu pazarlarda faaliyet gösterdiği durumda, komşu pazarlarda faaliyet göstermeyen tarafın ortaklaşa faaliyet gösterilen piyasadaki gelirlerden vazgeçmek istemeyeceği tahmin edilebilir.
- (106) Birleşik teşebbüsün çokpazarlı birleşmeler kapsamında pazarı kapama amacına yönelik olarak belli bir davranışta bulunması halinde bu davranışın arkasındaki güdüler ile bu güdüleri ortadan kaldıracak veya azaltacak unsurlar (örneğin, davranışın yasal olup olmadığı gibi) çokpazarlı birleşmeler hakkında yapılacak değerlendirmelerde dikkate alınmalıdır.

4.1.3. Fiyatlar ve Tercihler Üzerine Genel Etkiler

- (107) Paket satış veya bağlama uygulamaları, ürünleri tek tek satan rakiplerin satış beklentilerinde ciddi düşüölere yol açabilecektir. Rakiplerin satışlardaki bu azalmanın kendisi başlı başına bir sorun teşkil etmemekle birlikte, özellikle bazı endüstrilerde satışlardaki azalmanın ciddi boyutlarda olması halinde rakip teşebbüslerin rekabet etme imkân ve güdülerinin azalmasına yol açabilir. Bu durum birleşik teşebbüsün hâkim duruma geçmesine veya mevcut hâkim durumunun güçlenmesine yol açacak şekilde bağlanan veya paketlenen ürünlerde pazar gücü kazanmasına, bağlayan veya kaldıraç ürünlerde de pazar gücünü korumasına imkân verir.

- (108) Pazarı kapamaya yönelik uygulamalar belli bir piyasada potansiyel rakiplerin gelecekte gerçekleştirmeyi planladıkları satış beklentilerinin, giriş için gerekli minimum ölçeğin de altına düşmesine sebep olarak bu rakipleri pazara giriş yapmaktan caydırabilir. Tamamlayıcı ürünlerin söz konusu olduğu durumlarda potansiyel bir rakibin etkin bir şekilde rekabet edebilmesi için tamamlayıcılık ilişkisi olan tüm pazarlara aynı anda (ayrı ayrı ya da sırayla değil) giriş yapması gerekiyorsa ve bağlama uygulamaları pazarların birine girişi caydırıcı etkiye sahipse bu uygulamalar aynı zamanda diğer tamamlayıcı pazarlara girişlerde de caydırıcılık etkisi ortaya çıkaracaktır.
- (109) Pazarı kapama uygulamalarının rekabet üzerine etkileri değerlendirilirken, öncelikle bu uygulamaların pazardaki çıktılarının önemli bir kısmı üzerinde etkili olup olmadığı hususu dikkate alınmalıdır. Bir çokpazarlı birleşme neticesinde, söz konusu pazarların herhangi birinde ürünleri ayrı ayrı satan rakiplerin etkili biçimde rekabet edebiliyor olmaları halinde, söz konusu birleşmenin hâkim durum yaratması veya mevcut bir hâkim durumu güçlendirmesi ve bunun sonucunda rekabeti önemli ölçüde azaltma ihtimalinin düşük olduğu kabul edilebilir. Bu etkin rakiplerin üretimi artırma imkân ve güdülerinin olup olmadığı da dikkate alınmalıdır.
- (110) Çokpazarlı bir birleşmenin pazarlardaki rekabet üzerine etkileri aynı zamanda, alıcı gücünün bulunması, alt veya üst pazarda gerçekleşecek olası girişlerin etkin rekabeti sağlayabilme ihtimali gibi dengeleyici faktörler de dikkate alınarak değerlendirilmelidir.
- (111) Bunlara ilave olarak, çokpazarlı bir birleşmenin rekabet üzerine etkileri incelenirken birleşmeden kaynaklı etkinliklerin de dikkate alınması gerekmektedir. Özellikle tamamlayıcı ürünler söz konusu olduğunda, dikey birleşmeler çerçevesinde tanımlanan etkinlik kazanımlarının birçoğu, çokpazarlı birleşmeler için de geçerli olacaktır.
- (112) Örneğin, tamamlayıcı ürünlerin fiyatlarını birbirinden bağımsız şekilde ayarlayan teşebbüsler, bir ürünlerdeki fiyat düşüşünün diğer ürünün talebi üzerindeki olumlu etkisini dikkate almayacaktır. Hâlbuki bazı piyasa koşulları altında, birleşik teşebbüs bu olumlu etkiyi içselleştirebilir ve bir ürünlerdeki fiyat düşüşünün toplam kârları artıracak olması halinde bu yönde bir uygulama yapabilir (Bu şekildeki davranış *Cournot* etkisi olarak adlandırılmaktadır). Birleşik teşebbüslerin bu etkiden en fazla *karişık paketleme (mixed bundling)* uygulamalarında yararlandığı görülmektedir.

- (113) Çokpazarlı birleşmelerin, hem üretim hem de tüketim açısından kapsam ekonomileri çerçevesinde de maliyet tasarrufu sağlamaları söz konusu olabilir. Örneğin, bazı ürün parçalarının ayrı ayrı pazarlanması yerine birlikte paket şeklinde pazarlanması daha etkin olabilir. Ayrıca, birbirini tamamlayıcı parçaların birlikte sağlanması parçaların uyumu ve kalite garantisi bakımından da tüketici faydasına olacak unsurlar içerebilir. Ancak kapsam ekonomilerinin bu şekildeki avantajları, paket satış veya bağlama uygulamalarının yaratacağı etkinlik kazanımları için gerekli olmasına rağmen yeterli şartlar değildir. Nitekim, kapsam ekonomilerinin getireceği faydalar paketleme uygulamaları olmadan da ortaya çıkabilir.

4.2. Koordinasyon Doğurucu Etkiler

- (114) Çokpazarlı birleşmeler bazı durumlarda piyasalarda teşebbüslerin belli bir koordinasyonun koşulları hakkında mutabakata varmalarını kolaylaştırıcı bir unsur olabilir. Koordinasyon doğurucu etkiler hususunda Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz'da yer alan tespit ve değerlendirmeler burada da geçerlidir.
- (115) Çokpazarlı bir birleşme işlemi, pazarda etkin biçimde rekabet eden rakiplerin sayısında azalmaya yol açarak koordinasyon ihtimalini etkileyebilir. Ayrıca rakiplerin pazardan dışlanması söz konusu olmasa bile, bu teşebbüsler daha savunmasız hale gelebilir ve mevcut bir işbirliğine karşı mücadeleye girmek yerine yükselmiş fiyat seviyelerinin verdiği avantajlar dâhilinde faaliyet göstermeyi tercih edebilirler.
- (116) Çokpazarlı birleşmeler çok-pazarlı rekabet kavramının kapsamını ve önemini artırabilir. Şöyle ki; bu tür birleşmeler, birden çok pazarda rekabet eden teşebbüslerin koordinasyona uyumunu denetleyici bir mekanizma olarak kullanılabilir.