

DİJİTALLEŞME VE DÖŞÜMDE

ULUSAL PLANLAMA GEREKİYOR

Rekabet Kurumu, Dijital Dönüşüm konusunda çok kapsamlı bir rapor yayınladı. Rapor değişen piyasaların ruhuna uygun olarak alınması gereken önlemleri içeriyor. Rekabet Kurumu Daire Başkan Yardımcısı Can Sarıççek ile belgeyi konuştuk.

Ali Değermenci

Dijitalleşme çok hızlı şekilde hayatımıza sirayet ediyor. Dijital ticarete hangi rekabet sorunları yaşıyor?

Dijitalleşme ile hayatımızın her alanında değişiklikler yaşıyor. Hepsinden önemlisi iş yapış şekilleri değişiyor. Bu olay tabii ki hukuku da etkiliyor. Hukuk yeni döneme göre dönüşmesi gerekiyor. Rekabet hukuku da bunlardan biri belki de bugünlerde en önemlilerinden birisi. Hukuk olay gerçekleştikten sonra devreye giren bir uygulama idi. Geleneksel pazarlarda bu uygulama sıkıntılı olmuyordu. Ama dijital pazarlara döndüğünüzde bu haliyle uygulamak çok sorunlar çıkarıyor. Siz eylemi anlayana kadar o teşebbüs pazarda hâkimiyetini kurmuş, rakiplerini ortadan kaldırmış oluyor. Geriye doğru da hukuk işlemediği için sorunlar çözümsüz kalıyor. Delilleri ispatlamak, araştırma yapmak tamamen dijital alana hâkimiyetinizle alakalı bir durum oluyor. Piyasayı etkileme, domine etme, monopolleşme geleneksel pazarlara göre çok farklı şekilde hareket ediyor. Bu gibi durumlarda rekabet otoriteleri ikilemde kalıyor. Erken müdahale inovasyona zarar verebiliyor. Geç müdahale edince olan olmuş oluyor. Piyasa hâkimiyetine kadar gidebiliyor. Bugün yaşanan sorunların başında "kazanan her şeyi alıyor" En güçlü olan oyuncu yaşıyor, diğerleri bitiyor. Bu da pazara ilk giren teşebbüs oluyor. Pazara giren tüketiciler nezdinde en güçlü oluyor, onun gücünü kırmak zorlaşıyor. Küçük yatırımcıların serpilip büyümeleri oldukça çok zor oluyor. Bu da pazarın

Can Sarıççek

tekelleşmesine neden oluyor. Tekelleşme tüketicilerin zararına oluyor, kalitesiz ürün ve daha pahalı ürün satın almak zorunda kalıyor.

Ulus devletler zayıfladı, yerine küresel şirketler çıktı. Ulus devletler küresel şirketlere karşı nasıl mücadele ediyor.

Bugün dünyanın dört bir tarafında ulus devletler için ciddi endişeler var. Kimisi az kimisi daha fazla. ABD'de durum biraz farklı. Çünkü küresel şirketlerin büyük kısmı kendinin. Onları koruyan bir durum söz konusu. Ama diğer ülkeler ise kendilerini korumaya yönelik çalışmalar yapıyorlar. Hukuklarını buna göre düzenliyorlar. Bugün ilk kez dünya ülkeleri bu duruma karşı birlikte hareket ettiklerini de görüyoruz. Küresel şirketler çok güçlü ve kuvvetliler. Rekabet otoriteleri birlikte hareket ediyorlar diyebiliriz. Bir yerdeki iyi uygulamayı alıp kullanıyorlar. Birlikte hareket etmelerinin değerli olduğunu düşünüyorum.

Ülkeler yabancı büyük küresel şirketlere karşı nasıl pozisyon alıyorlar?

Küresel şirketler, birçok ulusal ülkenin yerel oyuncularını devre dışı bırakıyor. Ülkelerin biraz koruyucu kollayıcı davranmaları gerekiyor. Çünkü yerel şirketlerini korumaları gerekiyor. Birçok ülkede buna benzer yasal düzenleme yapılıyor. Özellikle de AB'nin bu alanda çok ciddi yasal düzenlemeleri var. Küresel şirketlerin girdiği pazarda yerel inovasyon engelleniyor. Başarısız olacaklarını düşünüyorlar. Ülkeler kendi oyuncularını destekleyerek var olmalarını sağlamaları gerekiyor. Aksi takdirde küresel şirketler her alanı kaplayacaklar.

Hem rekabeti sağlamak hem de monopolleşmeyi engellemek zor bir denge olmalı!

Rekabeti en çokladığınızda tüketiciyi de korumuş olursunuz. İnovasyon ortamını sağladığınız zaman her zaman daha iyi ürün, daha kaliteli ürünlerin çıkmasına neden olacaktır. Gerçek anlamda rekabeti ne kadar sağlayabilirsek tüketici bundan yararlanacaktır.

Türkiye çok genç nüfusa sahip. Yabancı oyuncular da giriyor. Türkiye'de durum nasıl?

Türkiye farklı bir konumda. Yaptığımız bütün çalışmalarda, Türkiye'nin yeri neresi diye soruyor ve cevap arıyoruz. Türkiye sosyal medya kullanımında ve internet kullanımında Avrupa hatta Amerika'ya göre çok önde bir ülke. Bu da genç nüfusa ve internet kullanım oranına göre önde. Potansiyeli çok fazla ama riskler bakımından da sorunların çıkmasına neden olabilecek bir ülke. Türkiye'nin gücünü korumak gerekiyor. Buraya global oyuncular gelmesin diyemeyiz. Ama global oyuncu geldiğinde yerli oyuncuyu öldürmesin



istiyoruz. Sadece global oyuncuya pazarı bırakınca yarın monopolleşme olacaktır ve tüketici kaybedecektir. Tüketiciyi sadece global oyunculara bırakmak çok tehlikeli bir durum oluşturacaktır.

Son dönemde, Türkiye'de Rekabet Kurumunun pozisyonunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Rekabet Kurumu oldukça aktif ve dünyada da öncü kurumlardan biri. Birçok kararımızı diğer ülke tarafından dikkate alınıyor. Rekabet Kurumunun özellikle dijital bir daire kurması, bu alana daha yoğun ve aktif bakmasına neden oluyor. Bunların hepsi çok faydalı uygulamalar. Bu alanların daha uzman personelle incelenmesi gereken bir durum söz konusu. Verilen kararların sonuçlarını da inceliyoruz. Pazarda net çıktılarını da takip ediyoruz. Aldığımız kararlar ile güçlü oyuncular karşısında yerel oyuncuların daha güçlendiğini, pazarda yer açıldığını da görüyoruz. Tüketiciler için en önemlisi hizmet kalitesinin arttığını da gözlemliyoruz. Tespit edilen bir ihlali ortadan kaldıracak çözümün tasarlanması da bu pazarlarda güç ve getirilen çözümler ileriye dönük. İhlalin pazardaki etkilerini ortadan kaldıramıyor. Bu nedenle güncel mevzuatı tamamlayıcı düzenlemelere ihtiyaç olduğunu düşünüyoruz.

Küçük "start-up"ların büyük şirketler tarafından satın alınarak yok edilmesi endişesi var mı?

Bu gibi konular dünyanın her tarafında var. Büyük şirketlerin büyüme stratejilerinden biri. Ellerindeki inovasyonu, küçük inovasyon ile birleştirip piyasada daha da büyüüp geliştiriyorlar. Türkiye için de böyle bir endişe oluşturmaktadır. Biz Rekabet Kurumu olarak bu gibi devralmalarda eşiklere takılmadan görebilmek amacıyla bir mekanizma getirdik. Hangi ölçekte olursa olsun devralmaların hemen hemen hepsine bakıyoruz. Daha detaylı incelemeler yapıyoruz.