

RAKİPLER ARASINDA İŞBİRLİĞİ

Dr. Joel SCHRAG, Dr. Elizabeth SCHNEIROV

•••

Dr. Joel SCHRAG (ABD Federal Ticaret Komisyonu Ekonomi Departmanı Üyesi)- Giriş için çok teşekkür ederim. Türk Rekabet Kurumu'na gösterdiği misafirperverlik için teşekkür etmek istiyorum. Hem kendi adıma hem de Elizabeth adına, Türk Rekabet Kurumu çalışanları ile şahane bir hafta geçirdiğimizi söyleyebilirim. Birlikte geçirdiğimiz bu haftanın çok verimli olduğuna inanıyorum. Bu hafta içerisinde pek çok şey öğrendik. Bu süreçte birlikte çalıştığımız kişilerin de Federal Ticaret Komisyon'undaki faaliyetlerimiz hakkında bilgi edindiğini umuyorum. Bu çalışmanın iki kurum arasındaki güçlü ve verimli ilişkinin başlangıcı olmasını temenni ediyorum.

Bugün FTC'deki bazı uygulamalarımız sırasında karşılaştığımız potansiyel olarak rekabet yansıması veya rekabeti kısıtlayan davranışlardan bahsetmek istiyorum. Bu kapsamda, rakipler arasında işbirliğini ve yatay rakipler arasında işbirliğini ele alacağım. Yatay rakiplerin, nasıl bir fiyatlandırma yapacakları veya bölgeleri nasıl paylaşacaklarına ilişkin anlaşmalar yapmaları durumunda, bu tür bir işbirliği bizim için endişe verici olabilir. Bu durumun genellikle tüketicilerin lehine olmayacağını düşünebiliriz. Bizim kendi uygulamalarımızda benimsediğimiz yaklaşım bu yöndedir. Aynı şekilde, mahkemeler de bu yaklaşımı benimsemektedir.

Bugün, yatay rakipler arasında işbirliğinin potansiyel olarak rekabet yansılı olduğu durumlardan ve incelemek üzere görevlendirildiğimiz bir vakanın tüketicilerin lehine mi yoksa aleyhine mi olduğunu kesin olarak belirleyemediğimiz durumlardan bahsedeceğiz. Bu nedenle, Komisyon'un bu tür durumlarda benimsediği yaklaşımı ele alacağız.

İlk olarak, ABD'de rekabet politikasının başlıca amacının tüketici refahını korumak olduğunu belirtmek istiyorum. Bu yaklaşım, mahkemeler tarafından bir standart haline getirilmiştir ve tek bir firma veya bir grubun davranışlarını incelerken bu yaklaşımının dikkate alınması gerekmektedir. Bizim yaklaşımımız, rekabetin tüketici refahını korumak amacıyla desteklenmesi gerektiği yönündedir. Yatay rakipler arasındaki aktif rekabetin, genellikle tüketicilerin lehine olduğunu düşünüyoruz. Tabii ki, rakipler arasındaki rekabet tüketicilerin yararınadır. Buna karşın, rekabet rakipleri veya en azından rakiplerin elde ettiği kazancı olumlu şekilde etkilememektedir. Bu nedenle,

rakiplerin aralarındaki rekabeti azaltmak amacıyla birbirleriyle işbirliği yapmak için gerekli sebepleri vardır.

Biz rekabeti neden destekliyoruz? Rekabetin tüketiciler için bir dizi potansiyel fayda sağladığını düşünüyoruz. ABD antitröst toplumunda, rekabetin fiyatların düşmesini ve üretimin artmasını desteklediği ve daha yüksek kalite, daha iyi hizmet ve daha fazla etkinlik sağladığına yönelik yaygın bir kanı vardır. Tüm bunlar doğrudan rekabetin bir sonucudur. Rakipler arasında işbirliği, rekabeti ve piyasanın bu faydaları sağlama kapasitesini tehdit edebilir. Fiyat tespiti veya pazar tahsisi bunlara örnek gösterilebilir. Bu tür davranışların rekabeti etkileyeceği açıktır. Bunlar fiyatların yükselmesine ve üretim miktarının düşmesine neden olacaktır. Fiyat tespiti veya pazar tahsisinin söz konusu olması halinde, bu davranışın rekabeti kısıtlayıcı etkileri olduğunu kanıtlamak amacıyla ayrıntılı bir inceleme yapmamız gerekmemektedir. Mahkemeler bu tür davranışların açık bir şekilde tüketicinin aleyhine olduğuna karar vermiştir. Bu nedenle, böylesi bir durumda anlaşmanın rekabeti kısıtlayıcı etkilerinin ortaya konması gerekmemektedir.

Aynı zamanda, rakipler arasında işbirliği, potansiyel olarak rekabeti destekleyebilir. Bu tür davranışların rekabet üzerinde açık bir şekilde olumsuz bir etkisi olmayabilir. Örneğin, rakipler arasında işbirliği firmalar için maliyetleri düşürebilir. Rakipler arasında işbirliği, tamamlayıcı becerilerin ve varlıkların bir araya gelmesiyle sonuçlanabilir. Bu durum, rekabetçi bir süreç açısından faydalı olacaktır ve tüketiciler de genellikle bu durumdan faydalanacaktır. Buna karşın, rakipler arasında işbirliği rekabet açısından beklenmedik sonuçlar da doğurabilir. Potansiyel işbirliğinin rekabet üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin bulunduğu durumlarda, söz konusu rekabeti kısıtlayıcı etkilerin gösterilmesi gerekmektedir.

Birim maliyeti düşürerek genellikle tüketicilere fayda sağlayan işbirliklerini biraz daha ayrıntılı olarak ele almak istiyorum. Bu işbirliklerinin tüketicilerin lehine olduğunu düşünüyoruz çünkü birim maliyetlerdeki bu düşüşün tüketicilere de yansıtılacağına inanıyoruz. Firmalar maliyetleri düşürmek için birbirleriyle rekabet edecektir. Aynı zamanda, rakipler arasında işbirliği de maliyetlerde düşüş ile sonuçlanabilir.

Böylece olası iki davranışı ele almış olduk: Fiyat tespiti veya pazar tahsisi gibi çok açık rekabet karşıtı davranış ve potansiyel olarak tüketicilerin lehine olan işbirliği. Bu iki tür davranış temelinde, iki tür analiz kullanıyoruz. İlk olarak, rekabeti kısıtlayıcı etkilerin kanıtlanmasının gerekli olmadığı durumlarda, bir tür hukuki analiz olan *per se* analizi kullanılmaktadır. Fiyat tespiti veya pazar tahsisinin söz konusu olduğu durumlarda bu analiz türünü kullanıyoruz. İkinci olarak, davranışın rekabet yansılı ve rekabeti kısıtlayıcı

etkilerini değerlendirmek için haklı sebep analizi kullanılmaktadır. Haklı sebep analizi ile bir davranışın incelenmesi durumunda, yalnızca rekabeti kısıtlayıcı etkilerin rekabet yansılı etkilerden fazla olması halinde bir sorun olduğu düşünülür. Tabii ki, bunlardan hangisinin ağır bastığını belirlemek oldukça zor olmaktadır.

Şimdi hangi durumların bizim için sorun teşkil ettiğini göstermek için size bir örnek vereceğim. Bir bölgede veya bir ülkede, ekmek üreten üç büyük fırın bulunduğunu varsayalım. Tüm fırınlar ithal un kullanıyor. Bu fırınlar bir un fabrikası kurmak amacıyla ortak bir girişim gerçekleştirmeye karar veriyorlar. Bu durumun yatay rakipler arasında işbirliği olduğu açıktır. Üç rakip fırın ortak bir şekilde bir un fabrikası açmaya karar veriyorlar.

Bu bir sorun yaratır mı? Bu sorunun cevabı duruma göre değişir. Örneğin, bu işbirliği maliyetten tasarruf edilmesini sağlayabilir. Böylece işbirliği sonucunda etkinlik sağlanabilir. Ortak girişim sonucunda üretilecek olan un daha pahalı ithal unun yerini alabilir. Firmaların un üretmek amacıyla bir araya gelmesi sonucunda, bu firmalar ölçek ekonomisini daha iyi bir şekilde kullanabilirler. Yerel piyasanın boyutunun küçük olması halinde, bu üç firmanın her biri kendi başlarına faaliyet gösterdiklerinde yeterli ölçekte bir un fabrikası açamayabilirler. Bunun yanı sıra, özellikle dikey entegrasyon örneğinde, fırınlar un üretiminde dikey entegrasyon gerçekleştirebilir ve bu şekilde dikey üretim zincirinde karşılaşılan çift yönlü pazar sorunu çözülebilir. Bu ülkedeki üretim ölçeğinde verimli ölçeğe ulaşabilecek tek bir un fabrikasının bulunması halinde, tek bir un üreticisinin un üretiminde yerel bir tekel oluşturması olasıdır. Bu durumda, fırınların ortak olarak bir un fabrikası açması rekabeti daha az etkileyecektir çünkü bağımsız bir un fabrikasının bulunması, tekelci bir un üreticisinin söz konusu olması anlamına gelebilir. Bunun sonucunda, fırınlar bu firmaya daha fazla para ödemek zorunda kalabilir. Bu fırınların ortak olarak bir un fabrikası açması ise, bu fiyat artışının önüne geçilmesini sağlayabilir.

Bu bağlamda, rakipler arasında işbirliği çeşitli şekillerde maliyetten tasarruf edilmesini sağlayabilir. Tasarruf edilen miktarın bir kısmı veya tamamı tüketicilere yansıtılabilir. Dolayısıyla, bu tür bir işbirliği açık bir şekilde potansiyel faydalar sağlayabilir. Aynı zamanda, bu işbirliği potansiyel risklere de neden olabilir. Örneğin, taraflar diğer fırınların un ile ne kadar ekmek üreteceklerine ilişkin olarak bağımsız karar alma kapasitelerini kısıtlayabilir. Firmalar unu üretimi kısıtlayacak şekilde tahsis edebilir. Ortak karar temelinde birinci fırın doğruya, ikinci fırın batıya ve son fırın da ülkenin geri kalanına un temin edebilir. Böylece bu firmalar un fabrikasını piyasayı paylaşmak için bir araç olarak kullanabilir. Bu durum endişelenmemize neden olabilir. Bunun yanı sıra, firmaların ortak bir un fabrikası açması, firmalar arasındaki fiyat

anlaşmaları için de imkân sağlayacaktır. Un fabrikasının nasıl yönetileceği konusunu ele almak için bir araya gelen firmalar, aynı zamanda ekmek piyasası için fiyat tespitinde de bulunabilirler. Sonuç olarak, bu ortak girişim neticesinde potansiyel riskler ortaya çıkabilir.

Peki, bu durumda bizim elimizde neler var? Bir tarafta, potansiyel etkinlik sağlanması söz konusudur. Diğer tarafta, rekabeti etkileyecek potansiyel riskler bulunmaktadır. Bu birbirini dengeleyen veya birbiriyle rekabet eden etkenler sonucunda, bir *per se* analiz yapılması uygun olmayacaktır. Anlaşma açık bir şekilde maliyeti azaltabilir çünkü anlaşma sonucunda fırınlar unu daha düşük bir fiyattan satın alabilir. Ancak, bu anlaşma aynı zamanda firmalara rekabeti azalmak için kullanabilecekleri bir araç da sağlayabilir. Ortaklığın bağımsız rekabeti herhangi bir şekilde kısıtlaması bizim için sorun teşkil edecektir. Bu anlaşmanın genel olarak tüketiciler üzerindeki etkisi, maliyetin düşürülmesinden elde edilecek faydanın rekabeti engelleyecek risklerden ağır basmasına bağlıdır. Bu nihayetinde ekonomik bir meseledir. Anlaşmanın bu iki potansiyel etkisinin ağırlıklarının belirlenmesi gerekmektedir.

Federal Ticaret Komisyonu ve Adalet Bakanlığı, rakipler arasındaki bu tür işbirliklerini analiz ederken kullanılmak üzere ortak kılavuz ilkeler belirlemiştir. 2009 yılı Nisan ayında bu konuya ilişkin bir rapor yayımladık. Bu rapora FTC'nin internet sitesinden ulaşabilirsiniz. Bu tür anlaşmalar üzerinde çalışmalar yürütüyorsanız, bu raporu incelemenizi öneriyorum. Rapor erişime açıktır.

Genel anlamda, bu tür anlaşmaları analiz ederken kullandığımız analitik çerçeve, ilk olarak anlaşmanın yapısının belirlenmesini içeriyor. Öncelikle anlaşmanın bizim için sorun teşkil edecek şekilde rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadığını kendimize sorarız çünkü anlaşma fiyatların yükselmesine veya üretim miktarının azalmasına yol açacak şekilde kısıtlayıcı olabilir. Bunu şu şekilde de ifade edebiliriz: Davranış niteliği gereği şüphe uyandıran bir davranış mı? Komisyon üyelerimizin konuşmalarına bakarsanız, büyük ihtimalle davranışın niteliği gereği şüphe uyandıran bir davranış olup olmadığından bahsettiklerini görürsünüz. Tarafların bir araya gelerek fiyat üzerinde karar verdikleri bir anlaşma niteliği gereği şüphe uyandıran bir davranıştır.

Davranışın şüphe uyandıran bir davranış olduğuna karar vermemiz halinde, bu davranışın hukuki makul gerekçeleri olup olmadığını ve rekabet yansılı etkinlik gerekçeleri olup olmadığını kendimize sorarız. Bu konuyu kendi kendimize ele alabileceğimiz gibi, taraflara giderek onlardan bu davranışın neden maliyetin düşmesini sağladığı veya neden piyasa üzerinde rekabet yansılı bir etkisinin olduğu konusunda makul bir açıklama getirmelerini talep edebiliriz. Bunun sonucunda, hukuki makul gerekçelerin bulunduğu yönünde karar alırsak,

detaylı bir incelemenin ardından, bu davranışın rekabet yanlısı bir davranış mı yoksa rekabeti kısıtlayan bir davranış mı olduğunu kendimize sorarız. Bu aşama, anlaşmanın rekabet üzerindeki farklı etkilerinin ağırlığının belirlenmesini içerir.

Analiz aşamasında hangi etkenleri dikkate alıyoruz? Bu süreçte dikkate aldığımız üç etken bulunmaktadır. İlk olarak, tüketicinin zarar gördüğünü doğrudan gösteren bir kanıt olup olmadığına bakabiliriz. Bu noktada, doğrudan kanıtların ele alınmasında bir ekonomist faydalı olacaktır. İlerleyen dakikalarda bu konuya tekrar değineceğim. İkinci olarak, anlaşmaya taraf olan firmaların genel olarak piyasa gücüne sahip olup olmadığına bakabiliriz. Üçüncü olarak, anlaşmadan doğan kısıtlamanın hukuki amacının, rekabet karşısında daha az risk yaratacak başka bir yolla gerçekleştirilip gerçekleştirilemediğine bakabiliriz.

Tüketicinin zarar gördüğünü gösteren doğrudan kanıtları ele alabiliriz. Genellikle kısıtlamanın tüketiciler üzerinde olumsuz etkileri olduğunu doğrudan göstermenin mümkün olup olmadığına bakarız. Bu noktada anlaşmanın fiyatların yükselmesine neden olup olmadığını kendimize sorarız. Böylece mümkün olduğu durumlarda detaylı bir fiyat çalışması yapabiliriz. Kısıtlama sonucunda piyasada üretim miktarı azaldı mı? Bu kısıtlama, tüketicilerin yararına olacak veya tüketici refahını artıracak potansiyel rakiplerin piyasaya girişini engelliyor mu? Bu tür bir analiz yapabiliriz. Bazı durumlarda böyle bir analiz yapmak zor olmaktadır. Aslında bu tür analizler yapmak her zaman zordur çünkü cevap vermeye çalıştığınız soru, taraflar arasında bu tür bir anlaşma yapılmasaydı ne değişirdi sorusudur. Bu soruya cevap vermek oldukça zor olabilir. Tüm hafta boyunca Rekabet Kurumu çalışanları ile birlikteydik ve davranışta değişikliğin söz konusu olduğu durumlarda, bu davranışın nasıl bir değişikliğe yol açtığını görebileceğimiz doğal çalışmaların önemini tartıştık. Bu aşama, ekonomistlerin incelemeye katkıda bulunabilecekleri bir aşamadır. Bu zor bir görevdir, ancak oldukça fayda sağlayabilir.

Daha önce de belirttiğim üzere, üzerinde durduğumuz ikinci konu, tarafların piyasa gücüne sahip olup olmadığıdır. Burada piyasa gücünün, ABD’de yaygın olarak kullanılan bir antitröst çalışmasından alınan oldukça basit bir tanımlamasını görüyoruz. Burada amaç, anlaşmaya taraf olanların birim maliyetlerinin üzerinde bir fiyat belirleme kapasitelerinin olup olmadığını görmektir. Genellikle anlaşmaya taraf olanların toplu olarak piyasa gücüne sahip olmadığı durumlarda, söz konusu davranışın tüketicilere zarar vereceğini düşünmüyoruz. Bu bağlamda, piyasa gücü dikkate aldığımız eşik meselelerden bir tanesidir.

Bu konuya az önce değindim. Fiyat tespiti veya pazar tahsisi gibi az önce ele aldığımız bazı durumlarda, piyasa gücünü dikkate almamız gerekmiyor. Buna karşın, kısıtlamanın potansiyel olarak rekabeti kısıtlayan veya rekabet

yansılı etkilerinin söz konusu olması halinde, gerçekleştirdiğimiz haklı sebep analizlerinde, piyasa gücünün incelenmesi gerekmektedir.

Üzerinde durmamız gereken üçüncü etken, kısıtlama ile ulaşılması amaçlanan sonuca daha az kısıtlayıcı bir yolla ulaşıp ulaşılamayacağıdır. Anlaşmanın makul rekabet yanlısı etkilerinin olduğuna yönelik karar almamız halinde, analizin bu aşamasına geçebiliriz. Anlaşma ile hedeflenen sonuca ulaşmak için taraftarın bağımsız davranışlarının bir dereceye kadar kısıtlanması gerekebilir. Bu noktada, söz konusu sonuca ulaşmak için daha az kısıtlayıcı bir yol olup olmadığına bakılmalıdır. Taraflar gerektiğinden daha fazla kısıtlayıcı bir yol mu seçmiştir? Tarafların hedefledikleri sonuca daha az riskle ulaşmalarını sağlayacak bir yolun bulunması halinde, bu durumu mahkemede kanıt olarak kullanabiliriz.

Bu tür anlaşmalarda benimsediğimiz yaklaşım genellikle bu yöndedir. Sözü meslektaşına vermeden önce, kısaca bu alanda üzerinde çalıştığımız ve davalarda sıkça kullandığımız bir mahkeme görüşünün oluşmasını sağlayan bir vakadan bahsetmek istiyorum. Bu dava Three Tenors grubu ile ilgilidir. İki müzik firması olan Polygram ve Warner, Three Tenors grubunun 1998 yılında verdiği konserin kayıtlarının dağıtılması hususunda bir ortaklık anlaşması yapmıştır. Aranızda Three Tenors grubunu bilen var mı bilemiyorum. Three Tenors grubu Türkiye’de tanınıyor mu? Grubu belki birkaç kişi biliyordur. Yine de, grubun verdiği konserlerin gerçekleştirildiği organizasyonu hepiniz çok iyi biliyorsunuzdur. Burada sol tarafta Three Tenors grubunu görüyoruz: José Carreras, Washington Ulusal Operası’nın orkestra şefi olan Plácido Domingo ve yakınlarda İtalya’da hayatını kaybeden Luciano Pavarotti ve orkestra şefi James Levine. Bu üç sanatçı Dünya Kupası futbol turnuvalarında konser vermek üzere bir araya gelmiştir. İlk konser, 1990 yılında Roma’daki Dünya Kupası’nda gerçekleştirilmiştir. İkinci konser, Los Angeles’teki Dünya Kupası’nda gerçekleştirilmiştir. Üçüncü konser, 1998 yılında Paris’teki Dünya Kupası’nda gerçekleştirilmiştir ve bu konserin muhtemelen sonucu konser olduğuna inanıyorum. İlk iki konserin kayıtları iki farklı firma tarafından dağıtılmıştır. İlk konserin kayıtları, Polygram tarafından ve ikinci konserin kayıtları Warner tarafından dağıtılmıştır.

Firmalar 1998 yılında verilen üçünü konserin kayıtlarının tek bir firma tarafından dağıtılması yerine, üçüncü konserin kayıtlarının dağıtılması için bir ortaklık anlaşması yapmaya karar vermiştir. Bu anlaşma koşulları gereğince, Warner kayıtların ABD içerisindeki dağıtımını üstlenecek ve Polygram da kayıtların ABD dışındaki dağıtımını üstlenecektir. İlk iki konserin kayıtları ortaklık anlaşmasının dışında tutulmuştur. Üçüncü konser kayıtlarının tarihi olan 1998 yılında, birinci ve ikinci konser kayıtlarının hala satılmakta olduğunu

belirtmek gerekir. Bunlar oldukça popüler kayıtlardır. Her iki kayıt da uzun yıllar boyunca en çok satanlar listesinde yer almıştır. Üçüncü kayıt satışa çıktığında birinci ve ikinci kayıt hala satılıyordu.

Bu noktaya kadar herhangi bir sorun söz konusu değildir çünkü sonuçta bu kaydın ABD’de tek bir firma tarafından dağıtılacağını biliyoruz. Bu firma Polygram veya Warner olabilir. Sonuç olarak, bu firmaların dağıtım haklarını dünya genelinde paylaştıkları bir anlaşma yapmış olmaları, bizim için sorun teşkil etmemektedir. Sorun firmaların bunun dışında ayrı bir anlaşma yapmaları ile ortaya çıkmaktadır. Bu anlaşmanın koşullarına göre, üçüncü kaydın satışa çıkmasının ardından, firmalar birinci ve ikinci kayıtlarda bir promosyon veya indirim yapamayacaktır. Böylece, firmalar, ortaklık anlaşmasının kapsamı dışındaki ürünlere ilişkin rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma yapmıştır. Bizi endişelendiren şey bu anlaşma olmuştur. Yanılıyorsam Elizabeth beni düzeltebilir, ancak bu dava hukukçularımızdan birisinin Wall Street Journal gazetesinde bu anlaşmaya ilişkin haberi okumasıyla açılmıştır. Bu durum, bazı durumlarda davaların FTC’de nasıl açıldığına bir örnektir. Hukukçular veya ekonomistler basında bir davranışa ilişkin bir haber okuyabilir ve bu davranışla ilgili bir şeylerin yanlış olduğunu düşünebilir. Daha sonra bu konuda bir ön inceleme yapılabilir ve ardından kapsamlı bir çalışma gelebilir.

Burada bir anlaşma söz konusudur. Biraz önce bahsettiğim rekabet analizini buradaki verilere uygulayabiliriz. Böylece, ilk olarak, davranışın niteliği gereği şüphe uyandıran bir davranış olup olmadığını kendimize sorarız. Ben bu davranışın niteliği gereği şüpheli olduğunu düşünüyorum ve büyük ihtimalle mahkeme de öyle düşünecektir. Bu şekilde düşünmemizin sebebi, tarafların dağıtım haklarının ABD ve geriye kalan bölgeler şeklinde paylaşılması yönündeki kararları değildir. Bu şekilde düşünmemizin sebebi, üründe promosyon ve indirim yapılmasının kısıtlanmasıdır. Bu durum bizim için endişe vericidir ve biz bu durumun fiyatların yükselmesine ve müşteriye satılan ürün miktarının azalmasına yol açacağını düşünüyoruz.

Bunu takiben ikinci soruyu yönelttik. Anlaşmanın hukuki bir amacı var mı? Taraflar bu konuda açıklamalarda bulundular. Bu açıklamalar inandırıcı değildi. Bize yaptıkları açıklamada, rekabeti kısıtlamalarının nedeni olarak üçüncü konser kaydını yapan yapımcının firmaların ilk iki kayıt için yaptıkları promosyon çabalarından yararlanmasını istemediklerini belirttiler. Bu ikna edici bir açıklama değildi. Otomatik olarak, bu davranışın aşırı derecede kısıtlayıcı olduğu sonucuna vardık. Bu davranış gereğinden fazla kısıtlayıcıydı çünkü sadece ortaklığa konu olan ürün açısından değil, diğer bir değişle, sadece üçüncü konser kaydı açısından değil, ortaklık dışında kalan ürünler açısından da rekabeti kısıtlıyordu. Anlaşma, firmaların ayrı olarak sahip oldukları ürünlerle

ortak ürünlerine karşı rekabet etmelerini engelliyordu. Bu durumda, bu davranışın fazlasıyla kısıtlayıcı olduğunu söyleyebiliriz. Komisyon bunu dikkate alarak davayı izlemeye aldı ve firmalara ilişkin ayrıntılı bir inceleme gerçekleştirdi. Daha sonra firmaların FTC Yasası'nı ihlal ettikleri yönünde karar alındı ve dava Washington temyiz mahkemesine gönderildiğinde, FTC'nin bu davranışı dava etmekte haklı olduğuna karar verildi.

Konuşmama son verirken, rakipler arasındaki bu tür işbirliklerini ele alırken kullandığımız temel çerçeveden bahsetmek istiyorum. İlk olarak, kısıtlamanın yapısına bakıyoruz. Kısıtlamanın fiyat ve üretim üzerindeki etkisini anlamaya çalışıyoruz. Kısıtlamanın fiyat ve üretim üzerinde bir etkisini olduğunu ikna edici bir şekilde ortaya koyabilmek amacıyla, nicel analizler kullanıyoruz. Davranışın potansiyel olarak fayda veya etkinlik sağlayıp sağlamadığına bakıyoruz. Nihayetinde, söz konusu kısıtlamanın rekabete zarar verip vermediğini anlamak için, potansiyel olarak rekabeti kısıtlayıcı ve rekabet yanlısı etkilerin ağırlığına bakıyoruz.

Benim sunumum bu kadar. Şimdi Elizabeth sizlere FTC'de ele aldığımız özel bir işbirliğinden bahsedecek.

Dr. Elizabeth SCHNEIROV (ABD Federal Ticaret Komisyonu Üyesi)- Türkiye'de geçirdiğim süre içerisinde biraz rahatsızlandım. Hastalığının konuşmam üzerindeki etkisinden ötürü şimdiden özür diliyorum. Yine de, Joel'in de söylediği gibi burada çok güzel vakit geçirdim.

Konuşmamda özellikle belirli bir işbirliği ve belirli bir anlaşma üzerinde durmayacağım. Bugün sizlere FTC'de sorumlu olduğum ilk davadan bahsedeceğim. Bu dava bir sendika ile ilgiliydi ve bu sendikanın uygulamaları rekabeti kısıtlayıcı davranışı destekliyordu. Ben özellikle ekonomistlerin bu davayı nasıl değerlendirdiklerinden ve davranışın tüketicilere ve rekabete zarar verdiğini nasıl gösterdiklerinden bahsedeceğim. Davaya giriş yapmak amacıyla vereceğim bilgiler biraz teknik olabilir, ancak konuşmamın sonlarına doğru davranışın rekabete zarar verdiğini göstermek amacıyla kullandığım ekonomik analizi net bir şekilde göreceksiniz.

Bu dava, genelde olduğu gibi, bir şikâyet üzerine başladı. Bir grup sağlık sigortacısı şikâyetinde bulundu. ABD'nin özel sağlık sigortası sisteminde, belirli hizmetler için ne kadar ödeme yapıldığı yakından takip edilir. Burada bir değişiklik olduğu fark edilmişti. Birden bire belirli bir uygulamada fiyat artışı görüldü. Sigortacıların yapacakları harcamalara ilişkin projeksiyonlar temelinde müşterilerinden prim aldıkları düşünürse, bu durum sigortacılar için sorun teşkil etmeye başladı çünkü artık uygulamalar onlara pahalı gelmeye başlamıştı. Bu

uygulama için ödedikleri para potansiyel olarak kayba uğramalarına neden oluyordu.

Bu aşamada, ilk soru “Değişen şey ne?” sorusuydu. Bu soruyu komşu eyaletler açısından ele aldık. Sigortacılar çoğu zaman birden fazla eyalette faaliyet göstermektedir. Dolayısıyla, sigortacılara, “Bu durumla başka bir eyalette de karşılaştınız mı?” diye sorduk. Verdikleri cevap şu şekildeydi: “Hayır, bu durumla başka bir eyalette karşılaşmadık. Sadece burası için geçerli olan bir durum bu.” Bize söyledikleri ilk şey uygulama kodlarının değiştiği oldu bunlar oldukça karışık tıbbi kodlardır. Bu nedenle, fiyatların yükselmesine neden olacak doğal bir olayın gerçekleştiği açıktı.

Özellikle, bu eyalette, kodların değiştirilmesiyle davranışta değişikliğe neden olan şeyin ne olduğunu bulmak amacıyla inceleme yapmaya başladık. Bu inceleme neticesinde, o dönemde bu sendikanın eğitim toplantıları düzenlediği ortaya çıktı. Bunun amacı, yeni kodların kullanımı hususunda üyelere eğitim verilmesiydi. Aslında bunlar gerçekten eğitim toplantıları değildi. Bu toplantılarda ürünlerin fiyatlandırılması konusunda açıklamalar yapılıyordu. Örneğin, “Sadece bizim söylediklerimize göre hareket etmeyin ama size ürünlerinizi nasıl fiyatlandırmanız gerektiği konusunda kanıtlar göstereceğiz” demiş olabilirler. Bu uzmanların her biri fiyatlarını değiştirmeye karar vermişti, ancak fiyatlarını hangi düzeye getirmeleri gerektiğini gösteren bilgi onlara sağlanmıştı. Bunun yanı sıra, fiyatlarını bu düzeye yükseltirlerse, hepsinin bundan fayda sağlayacağı ve büyük çoğunluğun fiyatlarını değiştirmesi halinde bu faydanın hepsini etkileyeceği söylenmişti.

Şimdi sizlere bu eğitim toplantıları sırasında gösterilmiş olması muhtemel yansılara benzeyen bir yansı gösteriyorum. Bu toplantılar eyalet genelinde pek çok şehirde gerçekleştirilmiştir. Uygulama 1 için ortalama fiyatın 28 dolar olduğu görülmüştür. Aynı alanlarda fakat başka bir koda sahip benzer bir uygulama bulunmaktadır ve bu uygulamanın fiyatı 48 dolardır. Bu toplantılarda sunum yapan kişi büyük ihtimalle şu ifadeleri kullandı: “Siz de onlarla aynı işi yapıyorsunuz. Onlarla aynı parayı almayı hak etmiyor musunuz?” Aslında buradaki mesaj şu şekildedir: “Tabii ki, siz de aynı parayı almayı hak ediyorsunuz ve bunu hep birlikte yaparsanız onlarla aynı parayı alabilirsiniz”.

Pek çok kişinin birlikte fiyat değişikliğine gitmesi halinde, herkesin bundan fayda sağlayacağını düşündükleri oldukça karmaşık bir uygulama vardı. Bu uygulama UCR olarak isimlendirilmektedir. Her alan için belirli bir ücret alınmaktadır. Uzmanın bu ücreti veya bunun altında bir ücreti talep etmesi halinde, ücretin tamamını geri almaktadırlar. Ne var ki, uzmanın daha yüksek bir ücret talep etmesi halinde, yalnızca alışılmış ücreti geri alabilirler. Söz konusu

eyalette, bu miktar hesaplanırken tüm ücretlerin yüzde 85'i alınır. Böylece, her bir sigortacı tüm harcamalarını geri alabilir ve bunları ve bir dolarlık yüzde puanı ekleyerek yüzde 85'e ulaşabilir. Bu düzeyin altındaki herkes, fiyatlarını bu düzeye yükseltebilir ve daha sonra da tamamen geri alabilir. Diğer bir deyişle, bu eğitim toplantılarında, tüm üyelerin yarar sağlaması için herkesin fiyatlarını yükseltmeleri yönünde ikna edilmesi gerekmiyordu. Yapmaları gereken tek şey, ücretlerin yüzde 15 ve 20'sinin bu fiyatın üzerinde olmasını sağlamaktı. Böylece, bunun altındaki herkes fayda sağlayabilecekti.

Bu davada ekonomist bendim ve burada ekonomiste düşen rol "Bunun gerçekten olduğunu gösteren bir kanıt bulabilir miyim?" sorusunu kendine yöneltmektir. Sigortacılar fiyatların yükseldiğini söyleyecektir çünkü sigortacılar her zaman uzmanlara daha az para ödemek isterler. Bizim yaptığımız şey ise, söz konusu eyalette önde gelen sigortacılardan bilgi edinmek ve komşu eyaletten de sigortalara ilişkin bilgi almak olmuştur. Fiyatlardaki değişimi görebilmek amacıyla, son birkaç yıl içerisinde her bir uzmanın ne kadar ücret aldığına ilişkin bilgi topladık. Onlarla konuştuk ve onlardan "kimse bize hangi fiyatı koymamız gerektiğini söylemedi" cevabını aldık. Ne var ki, rakamlara baktığınızda durumun böyle olmadığını görüyordunuz.

Burada biraz karışık bir resim görüyoruz. Bunu size açıklamaya çalışacağım. Söylediklerimi hatırlayınız. Yüzde 85'lik bir oran söz konusuydu ve bu oran fiyatların belirlenmesi açısından önem taşıyordu. Burada toplantılar gerçekleştirdikleri Eyalet A'yı görüyoruz. Buradaki çizgiler 1995 ve 1996 yıllarına ait. 1996 ve 1997 yılları arasında bir şey olduğunu görebiliyoruz. 1996 ve 1997 yılları arasında olan şey toplantılardı. Burada ilginç olan konu, yüzde 85'lik oranın kırk dolar ve üzerinde bir ücrete denk gelmesidir. Bu fiyat, tam da herkesin fiyatlarını yükselmelerini istedikleri fiyattır. Bir ekonomist olarak, bu durum, değişik bir şeylerin olduğunu düşünmeme sebep oldu. Bunu anlayabilmek için, başka bir eyalette karşılaştırma yaptık.

Burada komşu eyaleti görüyoruz. Bu size tamamen aynı gibi görünebilir. İstatistiksel analizler sonucunda, bu eyalette yüzde 85'lik oranda çok küçük bir değişiklik olduğunu ve bu değişikliğin kodlarda değişiklik yapan eyaletler geneline normal olduğunu çünkü bunların ulusal değişiklikler olduğunu gördük. Bunun sonucunda, yaptığımız şey sigortacıların ne kadar daha fazla para ödediklerini ölçmek oldu. Bunu mahkemeye götürmedik. Bir uzlaşma anlaşması yaptık. Anlaşmanın önemli noktalarından bir tanesi, öncelikle fiyat tespitinde bulunan eğitim toplantılarının artık düzenlemeyecek olmasıydı. Böylece bu tür bir politika veya usulü takip etmeleri yasaklandı. Aslında, FTC uzmanlar arasında fiyat bilgilerinin nasıl paylaşılacağına ilişkin spesifik kılavuz ilkeler oluşturmuştur. Bunlara riayet edilmesi gerekmektedir. Ayrıca, sendikanın her bir

üyesinin bu spesifik kurallardan haberdar edilmesini sağlamak amacıyla bunların tüm uzmanlara gönderilmesi talep edilmiştir. Böylece, uzmanlar bu kurallardan haberdar edilmiştir. O tarihten bu yana bu grubun bu tür davranışlar sergilemediği görülmüştür.