

TÜRK REKABET YASASINI HAZIRLAMA GÜDÜLERİ ve UYGULANMASINA İLİŞKİN ÖNERİLER

Prof. Dr. Hurşit GÜNEŞ

Marmara Üniversitesi
İngilizce Ekonomi Bölümü Öğretim Üyesi



Oturum Başkanı (Makbule BEKCAN – Rekabet Kurumu İnceleme Uzmanı) - Rekabet Kurumunun sayın mensupları, sayın konuklar; “Perşembe Konferansı” etkinliğimizde Nisan ayının ilk konferansına hoş geldiniz. Bugün yine çok değerli hocamızla birlikteyiz, Sayın Profesör Doktor Hurşit Güneş. Sayın Güneş bugün; “Türk rekabet yasasını hazırlama güdülerini ve uygulamasına ilişkin öneriler” başlıklı konferansı sunacaklar.

Sayın Hocamız 1991-1993 döneminde Başbakan Yardımcısı ve Devlet Bakanı Sayın Erdal İnönü'nün Başdanışmanlığı görevini yürüttüğü dönemde, Tüketicinin Korunması hakkında kanunun yanı sıra diğer başka kanunlarla birlikte Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanunun hazırlık çalışmalarının yürütülmesinde görev almışlardır ve komisyonun oluşturulmasında etkili olmuşlar, bu süreçte aktif katkıda bulunmuşlardır. Bu nedenle gerek hazırlığa ilişkin gerekçeleri, gerekse yaklaşık üç yıllık uygulamamızı takiben kanunun uygulanmasına ilişkin önerileri hocamızdan dinlemek bugünü daha da değerli kılmaktadır. Bu salonda bulunan sayın katılımcılarımız tarafından da hocamızın niteliklerinin ve çalışmalarının bilindiğini tahmin edebilmekle birlikte, bir gelenek, bir adet olması nedeniyle kendisine ilişkin özgeçmişini sunmak istiyorum.

Kendisinin birçok niteliği bulunuyor, birçok çalışması bulunuyor. O nedenle benim sunuşum kısa süre içinde, ancak dönüm noktaları itibariyle özgeçmişe ilişkin bilgileri hatırlatmak şeklinde olabilecektir.

Sayın Güneş 23 Nisan 1957'de Ankara'da doğdular. 1976-1980 döneminde “...of ...”de lisansını tamamladılar. 1980-1983'de üniversitesinde yüksek lisans yaptılar. 1984-1988 döneminde doktorasını Boğaziçi Üniversitesinde tamamladılar. Bu doktora tezinin konusu ise; Türkiye'de para

GÜNEŞ

arzının belirlenmesi ve kontrolüdür. 1988 yılında hocamız yardımcı doçent, 1990 tarihinde doçent, 1995 tarihinde de profesör oldu. Halen Marmara Üniversitesi İngilizce İktisat Bölümünde öğretim üyesi olarak görevine devam etmektedirler. Kendileri lisans düzeyinde para teorisi, para politikası ve bankacılık, lisans üstü düzeyde yüksek makro teorisi, doktora düzeyindeki seçilmiş para teorisi konuları derslerini vermektedir. Kendileri daha öncede ifade ettiğimiz gibi 1991-1993 döneminde Başbakan Yardımcısı Profesör Erdal İnönü'ye, Başbakan Başdanışmanı unvanıyla ekonomik konularda danışmanlık yapmışlardır. 1989-1992 döneminde Marmara Üniversitesi İngilizce Ekonomi Bölümü Başkan Yardımcılığı görevlerinde bulunmuşlardır. 1994 tarihinde "Manchester" üniversitesinde misafir öğretim üyeliği görevini yapmıştır. 1995 tarihinde de Merkez Bankası Danışmanlığında bulunmuşlardır.

Sözü Sayın Hocamıza bırakmadan önce konferansın usulüne ilişkin olarak bir hatırlatmada bulunmak istiyorum. Konferans yaklaşık iki saat sürecektir ve iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Sayın Hocamız sunuşlarını yapacaklar, saat 17:00 civarında 15 dakikalık bir ara verilecektir. İkinci bölümde soru ve cevaplarla devam edilecektir.

Şimdi sözü Sayın Hocamıza bırakmak istiyorum, buyurunuz efendim.

Prof. Dr. Hürşit GÜNEŞ - Öncelikle şunu ifade etmek istiyorum: Tabii içinizde yöneticileriniz haricinizde diğerlerinize göre yaşça farklı bir konumdayım ve yaşamımda da birtakım yerlerden geçtim. Ama, bunu siyaset olsun diye söylemiyorum, oldukça heyecanlıyım; nedeni de şu: Yani, böyle bir sizin karşınızda heyecanlanmış değilim tabii. Nihayet hepiniz genç insanlarsınız ama...

Bu binaya ilk defa geliyorum ve ben 1991 yılında Başbakanlıktaki odama taşındığımda, işte bir Rekabet Yasası çıkartmak için, daha henüz tasarı aşamasındayken böyle bir kurumu oluşturabileceğimizi, sonunda bunun, böyle bir kurumun oluşabileceğini açıkçası hayal bile etmiyordum. Yani, birtakım hayallerimiz vardı ama, bunların gerçek olabileceğini ve sonunda sizin hepinizin burada çalışacağını, bir kurum oluşacağını ve Türkiye'de iyi şeyler yapabileceğini, bu kadara gelebileceğini açıkçası düşünemiyordum. Ve buraya gelmiş olmaktan son derece mutluyum, onu söyleyeyim. Tabii bunun başında bizim rolümüz oldu. Ama, bunun buraya gelmesinden yöneticilerinizin asıl rolü oldu. Nihayette biz, yasa tasarısının oluşması için bir siyasî inisiyatifte bulunduk. Açıkçası, bunun hikâyesini belki daha uzun geçmek isterdim ama, yani nasıl oldu da Rekabet Yasası aklımıza geldi veya bunu oluşturalım dedik.

Birincisi şü oldu: SHP-DYP koalisyonu oldu 1991’de ve beni de Erdal Bey SHP’de “Ekonomiden sorumlu Başdanışman olacaksın” dedi ama, SHP’nin elinde ekonomiyle ilgili hiçbir şey yoktu. Hazine Doğru Yol Partisinde, plânlama Doğru Yol Partisinde, işte Merkez Bankası özerk, ama onların elinde. Bizde bir şey yok. Biz ne yapacağız burada ekonomiyle ilgili? Kendi kendimize konu arıyorduk.

Ve kendime göre bir küçük çalışma grubu oluşturmuştum. Koalisyon protokolü hazırlanırken, koalisyon protokolünde rekabetle ilgili çalışmaların yapılacağı yazıyordu. Bu çok önemli bir nokta. Yani, Rekabet Yasası alenî olarak belirtilmiyordu ama, “Rekabetin tesisi ve tüketicinin hakkını koruması için gelişmeler sağlanacaktır” deniyordu ki, bu bizim için önemli bir çıkış noktası oldu. Ve biz bu konuyu o tarihte Sayın İnönü’ye aksettirdik ve o da bize yol verdi. Sanayi Bakanı o tarihte Tahir Köse bunu önemsemi, bunu algıladı. Ve Rekabet Yasasını hazırlamak için bir komisyon oluşturuldu dedik. Bakan Bey ilk, İsmail Hakkı Bey başka bakanlığa yollamıştı, odama gelmişti o zaman, ilk önce tanıştık. O, “bu konularda ilgili çalışacak” dedi. Daha sonra Mehmet Akif Bey komisyonda, Bolu’da beraber olmuşuk. İki gün kaldık yanlış hatırlamıyorsam, o zaman yasanın hazırlanması için. Başka kişilerdi ki, bunların bir kısmı gelip size konuştu; Erol Bey, Nurkut Bey, Yılmaz Ateş ve Ateş Akıncı yer aldılar. Yani, koalisyon protokolünün önemli bir katkısı oldu. Bakan, Bakanlığına yeni bir vizyon kazandırırım diye düşündü, çünkü Bakanlık da temel olarak, işte bazı malların standardının ölçümüyle ve işte sanayi stiliyle organize sanayi bölgeleriyle ilgileniyordu, başka bir işlevi de kalmamıştı Sanayi Bakanlığının.

Bir başka önemli etki de şü oldu: O süreçte hükümet ciddi özelleştirmeler yapmaya çalışıyordu ve çimento özelleştirmeleri vardı. Çimento fabrikaları temel olarak Sanayi Bakanlığına bağlı örgütlerdi. Ve Sanayi Bakanı çimentonun özelleştirilmesiyle ilgilendi. Yani, “Biz burada acaba bölgesel karteller veya bölgesel tekeller yaratıyoruz mu” diye birtakım duyarlılıklar vardı. Ve o süreçte, “Acaba böyle bir Rekabet Yasası olduğu takdirde daha olumlu olur mu telâkkisi uyandı ve o çok önemliydi. Ama, buna rağmen o dönemde Rekabet Yasasından çimento fabrikaları özelleşti.

Bir başka etki, Gümrük Birliğinde oldu. Gümrük Birliği’ne giriş sürecinde rekabet ve tüketici yasalarının Avrupa Birliği tarafından istendiği söylendi ki, bu doğrudu. Ama, Avrupa Birliği başka birçok şeyi istemişti, Avrupa Komisyonu, Türkiye’de bazı yasaları istemişti. Bunların hiçbirisi olmamıştı. Dolayısıyla, yani “Bunları Avrupa istedi diye yaptık” denirse bence

GÜNEŞ

biraz abartılı olur. Çünkü, Avrupa insan hakları konusunda da birçok şey istedi, Türkiye yapmadı. Demek ki, Türkiye’de yapılabilir bir, yasalaşabilir bir konuydu Rekabet Yasası ve yasalaştı.

Şimdi, işin hikâye tarafı ayrıca yine özel sohbetlerde konuşulur. Fakat, Türk Rekabet Yasasının bazı önemli özellikleri var, bunları da belirtmek istiyorum.

Birincisi, dikkat ederseniz, yasanın ismi Rekabet Yasasıdır, antitekel yasası değildir. Birleşmeler ilgili yasanın başlığında hiçbir şey yer almamaktadır. Bunun hem politik bir nedeni vardı, hem de yasanın hazırlanış ruhunda önemli bir etkisi vardır. Biliyorsunuz, yasa, Avrupa Topluluğunun temel anayasaları sayılan Roma Anlaşmasının 85-86 ıncı Maddelerinden son derece esinlenmiştir. Dolayısıyla, Kıta Avrupa’sındaki rekabet yapısına çok uymaktadır ve Amerika’daki antitröst uygulamalarından oldukça farklı bir yapıdadır. Amerika’daki rekabet uygulamaları çok daha acımasızdır. Belki, meselâ Microsoft örneği Avrupa’da olsaydı bu kadar ağır bir cezayla karşı karşıya kalmayabilirdi; kalmazdı demiyorum ama, kalmayabilirdi.

Avrupa’da bir sürü banka birleşmeleri oluyor, oysa bu banka birleşmelerine müdahale edilmiyor. Oysa Amerika’da, biliyorsunuz, oradaki “Glass ...”den ve gelen uygulama eyaletler arası bankacılık yapmayı sınırlıyor; biraz değiştirecekler şimdi veya değiştiriyorlar ama, hâlen yapı bu. Dolayısıyla, böyle bir farklılığı var yasanın ruhunda.

Neden ismini rekabet koyduk? Bunun bir de siyasî nedeni var. İsmi antitekel yasası koyarsanız, tekelci olanlar ilk ona tepki göstermeye başlayıp karşı çıkarlar. Ama, Rekabet Yasası dersiniz bir olumlu başlıkça çıkıyorsunuz demektir ve bu bence önemli.

Amaç, kuşkusuz rekabeti tesis etmektir. Ve tabii ki, Rekabet Kurumu idarî yargı mekanizmasıdır. Öylesine bir idarî yargı mekanizmasıdır ki, temyizlere Danıştay’a gidiyorsunuz. Ama, amaç tabii ki, bir salt idarî yargı mekanizmasından çıkartıp bunu olabildiğince kendi içinde özerk hâle getirmek istiyorduk. Ve sanıyorum bu konuda da oldukça başarılı olduk. Çünkü, birazdan anlatacağım, Rekabet Yasası çıkarken çok fazla delik almadan çıktı.

İtalya’da, biliyoruz ki, Rekabet Yasasının çıkması 30 yıl sürmüştü. Neden 30 yıl sürmüştü? Çünkü toplum, Rekabet Yasasının ne olduğunu biliyordu

ve toplumun çeşitli kesimleri, bundan olumsuz veya olumlu etkilenecek kesimleri bunu tartıştılar.

Oysa, Türkiye’de Rekabet Yasası yeterince tartışılmadı. Niye tartışılmadı, tartışılmalı mıydı? Rekabet Yasasının çıkmamasını veya çok ideal bir biçimde çıkmasını istiyorsanız 30 yıl bunu tartışabiliriz. Ama, Rekabet Yasasının apar topar çıkmasını istiyorsanız bunu toplumda tartıştırmamanız gerekiyordu. Apar topar da, bir gecede biliyorsunuz, anlatmışlardır bunu muhtemelen, bir gecede, 3,5 saat içinde Meclisten Rekabet Yasası çıkıverdi.

Fakat, Türk Rekabet Yasasının bir sıkıntısı var; Türkiye’de rekabet kültürü yok. Bu, şu demek: Kültür nedir? Bir birikim demektir. Amerika’da “Shörmen ...” 1890’da “Clayton...”’da 1914’te çıktı ve uzun tartışmalar oldu bu yasalarda. Ve onun sonucunda bu yasalar ortaya çıktı. Oysa, Türkiye’de bu konuda uzun süreli tartışmalar yok. O nedenle de, böyle bir birikimimiz, böyle bir kültürümüz yok. Ve işin daha da acıklı tarafı, Rekabet Kurumu oluştu ama, Türkiye’de rekabet konusunda, yani gerek rekabet ekonomisi, gerekse antitröst hukuku konusunda bilgi birikimi de yok, yani bilim dünyasında da yok.

Ben bir makro iktisatçiyim, temel olarak para iktisatçısıyım ve rekabet kanununun oluşmasında katkıda bulunmaya çalışıyorum. Bu zaten oldukça önemli bir sıkıntı.

Türkiye’de iki elin parmağını geçmeyecek kadar sayıda rekabet hukukundan anlayan kişi vardı. Oysa şimdi tabii zaman içinde bu değişecek.

Yine Türk Rekabet Yasasının bir önemli özelliği de şu: Türk ekonomisine baktığımız zaman bu yasa çıktığında Türk ekonomisi yeterince gelişmemişti. Türkiye’de çok büyük firmalar, yani piyasa payı açısından vardı ama, dünya ölçeğine baktığımız zaman benzer endüstrilerde ölçekleri bakımından çok büyük ölçeklerde firmalar değil. Yani, uluslararası rekabeti aştığımız zaman, belki büyük bir kısmı rekabet edemeyecek ölçekte ekonomilerin, sanayilerin olduğu bir dönemde bu yasa çıktı ve burada Türk ekonomisinden ciddi tepkiler ve eleştiriler alabilirdi. Bence bu önemli bir tartışmadır. Çünkü, ölçek ekonomisiyle rekabet arasında ciddi çelişkiler olabilir. Eğer ki, rekabeti piyasa payı olarak algılasak, yani piyasada belli bir payı geçmemesi olarak algılasak o zaman belli bir ölçeğe ulaşmaması durumu olabilir ki, o zaman da belki rekabeti sağlıyorsunuz ama, ölçek ekonomisini optimum ölçek ekonomisi, uluslar arası ölçek ekonomileri, çünkü homojen bir çizgi değildir. Yani, istediğiniz ölçekte üretimi yakalayamazsınız, belli teknolojiler sınırlıdır, yani neo-klâsik düşünmemeniz gerekir. O belli

GÜNEŞ

ölçeklerdeki birkaç seçenektan bir tanesi de hep en düşüğü bile çok yüksek bir düzeyde olabilir ve uluslararası rekabet gücünüzü yitirebilirsiniz.

Bir başka nokta da yasanın olmayan, fakat rekabet kültürü ve rekabet hukuku gelişmiş ülkeler de var; bunu unutmamalım. Yani, bizim bir somut yasanız var. Fakat, dünyada bunun başka örnekleri de var. Böyle somut tepeden aşağıya yazdığınız zaman kaç maddeli bir Rekabet Yasanız var diye. Bunun olmadığı ülkeler de var, ama antitröst uygulamaları var.

Niye? İctihatlara dayanıyor veya birtakım farklı yasalardan toplanmış birtakım maddeler de olabiliyor. Bizimkisi bir çerçeve içinde derli toplu bir yasadır, bu da Türk Rekabet Yasasının önemli bir yönüdür.

Şimdi, Türk Rekabet Yasası hazırlanırken bütün bu özellikleri düşünerek yanlış karar alınmasının karar alınmamasından daha vahim bir sonuç doğuracağını düşünerek yasanın kurulunu sınırlı tuttuk. Meselâ, İngiltere’de Rekabet Kurulu “.....” çok yüksek sayıda bir komisyon ve büyük tartışmalar da oluyor. İçinde bilim adamları var. Aslında güzel de bir egzersiz oluyor onlar için. Ama, Türkiye’de Kurul, dikkat ederseniz, 11 kişiden oluşuyor. Bu çok sınırlı bir adet. Bunun temel nedeni, çabuk karar alınabilsin gerektiği diye düşünülmüş. Ancak, kararı almak için, üye tam sayısının çoğunluğu isteniyor. Demek ki, altı kişi olumlu oy vermeden veya belli bir yönde oy vermeden karar almamıyor. Neden? Çünkü, hem karar almayı kolaylaştıracağız ama, kendi içinde belli bir yerde büyük bir konsensüs oluşmadan karar alamayacak. Yani şu demek: Diyelim ki, toplantıya yedi kişi katıldı 11 kişiden, dördü yurt dışında. Bu yedi kişiden dördüyle karar alamazsınız. Altısının belli bir yönde oy kullanması gerekiyor. Bu da bence Kurumun oluşunda çok önemli bir noktadır. Ve bir de başka özelliği, Kurumunda Kurulun oluşumu biliyorsunuz ki, koptyon yöntemiyle oluyor; yani, başında bir hükümet atama yaptı ama, daha sonra tıpkı askerî şûranın orgeneralleri üretmesi gibi kendi içinden yeni üyeleri üretecek. Bu da olabildiğinde Kurumun özerk bir biçimde yönetiminin sürmesini sağlayacak diye düşünmüştür.

Şimdi, ben bir rekabet ekonomisti değilim, fakat iki tane doğrultunun olabileceğini biliyorum. Bunlardan bir tanesi yapı üzerinde ilerlemedir, yani sanayi yapısı üzerine eğilmedir, diğeri de fiil üzerine eğilmedir; yapıyla hiç ilgilenmezsiniz.

Şimdi, Amerika’daki genel eğilim, yapının üzerine çok eğilen bir yapı, yani Amerika’daki terakki. Eğer ki, piyasa payı çok büyüyorsa veya tekelleşiyorsa Amerikalılar buna müdahale edebiliyorlar. Oysa, Avrupa’da bu

konuda çok esnek bir yapı var; tekel olabilir, ama yanlış bir fiili olmadığı müddetçe cezaya çaptırılmıyor.

Dikkat ederseniz, Roma Anlaşmasında da “Egemen durumun kötüye kullanılması” tabiri kullanılıyor. Bizde de yasada böyledir. Egemen durum olabilir, ama kötüye kullanmayabilir. O zaman cezaî herhangi bir hükme gerek yoktur. Yani, tekel veya oligopol ceza almaz, eğer ki bunun elverdiği koşullar, kolaylıklar nedeniyle bir fiyat üzerindeki temel göstergesi fiyat olarak algılıyor, herhangi bir değişim olursa o zaman cezaya ilişkin bir tahkikat ortaya çıkabilir. Fakat, bugün de size anlatmaya çalışacağım ki, bu geleneksel bir yaklaşımdır. Yani, fiil üzerine gittiğiniz zaman bile ayrıntılarını, istisnalarını bir tarafa bıraksak bile, çünkü biz fiili gördüğümüz zaman, egemen durumun kötüye kullanıldığını gördüğümüz zaman egemen durumun teşhisine doğru bir araştırmaya gideriz. Yani, “Burada bir kötüye kullanma var ama, hâlbuki gerçi egemen durum kullanılmışta mı buraya varılmış” diye. Ve bu egemen durumla ilgili temel düşüncemiz de piyasa payıdır.

İçeriğini çok fazla okumama fırsat olmadı ama, Kurulun tebliğlerinden bir tanesi de piyasa paylarının yüzde 25’le ilgili bir tebliğ vardı yanlış hatırlamıyorsam. Yanlış değilsem de, 1997 yılında mı çıkmış, öyle bir tebliğ çıkmış; yani, “Nedir egemen durum” diye bir tartışma olabilir.

Bana kalırsa sanayi iktisadının, sanayi ekonomisinin bir 1960’lı yıllardaki genel yapısı var, ilgi alanları var, bir de 1980’li yıllar itibarıyla gelişen bir farklı sanayi iktisadı kavramları var. 1960’lı yıllarda kuşkusuz piyasa payları ve yoğunlaşma üzerine çalışmalar ekonomide çok yoğundu. Fakat, şimdi bu tip çalışmalar büyük ölçüde yapılmıyor, onun yerine tabii küresel rekabet farklı kavramlar getirdiği için farklı şeyler inceleniyor.

Şimdi, kötüye kullanmayla ilgili de bazı tartışmaları yapmakta yarar var. Acaba, kötüye kullanma gerçekten tüketicinin bir malı daha pahalıya mı alması? Nihai olarak fiyatın yüksek olması ve tüketicinin bunu alması gerekenden çok daha yüksek bir fiyata alması mı? Eğer öyleyse, kamu seçimi teorisiyle çok fazla ilgilenmiyoruz demektir. Oysa, kamu seçimi teorisiyle yakından ilgilenmemiz gerekiyor ve burada toplumsal yarar ile sosyal refah kavramlarını mutlaka işin içine sokmamız gerekiyor. Burada amaç, nihai olarak toplumsal refahın maksimizasyonu olmalıdır. Yani, fiyat daha yüksek olsa bile toplumsal refah eğer maksimize ediliyorsa o zaman bir sorun yok demektir.

Bu konuya birazdan pareta optimaliteyi incelemekle geleceğim. Kuşkusuz, tabii ki tüketicilerin hakkı Rekabet Yasasının önemli bir parçasıdır ve

GÜNEŞ

önemli bir telâkkidir. Ama, nihaî hedef sosyal refahın maksimizasyonu olmalıdır diye düşünüyorum.

Bu Yasanın bir başka özelliği basit ve duru bir yasa oluşudur, çerçeve niteliğindedir ve ayrıntıları hem içtihatlarla, hem tebliğlere bırakılmıştır. Tebliğler çıkıyor, karar aldıkça da içtihatlar oluşuyor. Aslında bütün dünyada rekabet hukuku içtihatlarla oluşmaktadır. Özellikle Amerika'da içtihatlar çok önemlidir.

Yasa duyarlı bir biçimde birleşmeleri serbest bırakmıştır, ancak izne bağlamıştır. Dolayısıyla, belli koşullarda birleşmenin olacağını söylemiştir. Uygulama burada demek ki son derece önemli ve Kurulun bu konuyu nasıl ele alacağı son derece önemli. Tabii burada şu var: Acaba bu zaman içinde izinler kolay mı verilecek, yoksa zor mu verilecek? Yani, Kurulun buradaki tutumu son derece önemli.

Kurul çok geniş yetkilerle donatılmış. Dolayısıyla, Kurula yasanın hazırlayıcıları çok güvenmişler, ama aynı zamanda da özerk olmaları için de özen göstermişler ve temyiz mercii yine Danıştay'a bırakmışlar. Biraz önce söylediğim, karar alma çok kolaylaştırmamışlar, yani teknik olarak çok kolaylaştırmışlar ama, belli bir çoğunluğu istemişler. Ve yasanın bir başka özelliği, ayrımsız tüm sektörlerle kamu-özel sınaî ve ticarî uygulanmak üzere hazırlanmış.

Şimdi, bu yasa rekabeti sağlar mı? Bence önemli bir soru bu. Bu yasa çıktı ve sonunda Türkiye'de bu yasa nedeniyle rekabet olacak mı? Bunun yanıtı hayırdır. Çünkü, Rekabet Yasası nihayetinde fiili durumlarla ilgileniyor, mevcut yapının düzeltilmesi konusunda doğrudan piyasa organizasyonunu terbiye edici bir müeyyidesi yok. Bunun olması için başka şeylerin de yapılması gerekiyor. Ve bence burada Rekabet Kurumunun veya Rekabet Kurulunun diğer ekonomik organlara, yani Devlet Plânlama Teşkilâtı, Hazine vesaire gibi bürokrasideki farklı organlara da bir danışmanlık hizmeti vermesinde yarar var. Belki bugün için bu henüz erken, yani böyle bir rücu olmayabilir. Fakat, zaman içinde sanayi teşviklerinin verilmesinde veya sektörel plânların yapılmasında önemli bir danışmanlık işlevini yerine getirmesi gerekiyor. Yani, hangi sektörde ne biçimde bir rekabetin tesisinin sağlanabileceği konusunda önceden uyarılarda veya danışmanlık hizmetlerde bulunabilir diye düşünüyorum?

Şimdi Türkiye'de tabii ki yoğunlaşmış bir yapı var. Bunun çok çeşitli nedenleri var. Bunlardan bir tanesi ithal ikamesi politikalarıdır. Kuşkusuz Türkiye'de, aslında belki 1940'lı, 1950'li yıllardan alabilirsiniz ama, özellikle

1960'lı yıllarda izlenen politikalar ki, sanayinin gelişme dönemidir, ithal ikameci politikalar içeride tekeller oluşturmuştur.

Şimdi burada tabii bir şey var. İthal ikameci politika izlenirken teşvik edildi. Adamın teki geldi dedi ki, "Ben otomobil fabrikası kuracağım veya lâstik fabrikası kuracağım. Türkiye'nin talebi 400 bin lâstik" dedi. Öyleyse, "Al sana 400 bin lâstikli teşvik" dediler. Ne oldu? Otomatikman bir tekel oluştu veya yoğunlaşmış bir endüstri oluştu. Tabii, buradaki bir ikinci talep olmayınca, tabii adama verdiğiniz teşvik o ölçüğe yönelik bir teşvik oldu. Devlet bu konuda şunu yapabiliyordu: "Ben sana sadece 200 binlik ürettiğin takdirde teşvik vereceğim, çünkü tekel olursun, başka birine 200 binlik daha vereceğim" diyebilirdi. Ama, böyle bir talep gelmediği zaman teşvikin tümünü verdiniz. Ve uzun yıllar tabii çok büyük piyasa paylarıyla çalıştılar. Ama, bir ikinci nokta daha var ve bence bu çok önemli bir noktadır.

Türkiye'de Anadolu Fabrikası araba üretirken 30 bin araba üretiyordu. Oysa biz dünyada biliyoruz ki, 200 binin altında üretilen arabalar optimum ölçüğün altında. Optimum ölçük diye bir şey var. "Efendim, istediğin sayıda üretemez misin?" Üretebilirsiniz tabii ki ama, maliyetler değişir. Tabii, siz eğer ki 30 bin ölçüğünde araba fabrikası kurarsanız fiyatını yüksek yazmak zorundasınız, çünkü olabilecek kapasitenin altında bir ölçekte kurmuşsunuz, onun da altında üretim yapıyorsunuz, bunun fiyatını bize yansıtırsınız. Oldu mu size olumsuz bir durum. Bir ikincisi gelinceye kadar zaten Türkiye'deki araba tüketiminin tamamını da bu karşılıyor. Bir ikincisini getirirseniz bu ölçekte daha büyük sıkıntılar olacak. Çünkü, o ölçüğe daha küçük üretim yapacak, fiyat daha da yükselecek.

Dolayısıyla, optimum ölçük plânlamasında sıkıntılar var. Tabii ki, 1960'lı yıllar demiyorum, 1980'li yıllar itibarıyla ölçük ekonomilerinde önemli değişiklikler oldu. Amerika meselâ, daha esnek üretilere geçti, daha orta ölçekli üretilere geçti, Japonya geçemedi. Biliyorsunuz, Japonya bunun sonucunda bir iktisadî krize girdi. Ama, Amerika iktisadî krizden kendisini sıyırttı. Ama, o dönemde 1960'lı, 1970'li yıllarda henüz bu tip endüstriler gelişmemişti ve esnek üretim sistemleri gelişmiş değildi.

Yoğunlaşmanın temel nedenleri, dediğim gibi, bir tanesi ithal ikameci politikalar, ikincisi plânlama ve optimum ölçük ekonomisidir. Bir üçüncüsü sermaye birikiminin kıtlığıdır. Birisi bir fabrikayı kuruyor, ama ikinci birisinin gelip bir başka fabrikayı kurması mümkün değil rekabet edebilmesi için. Sadece ölçekte değil, sermaye birikimi yetersiz olduğu için.

Dördüncüsü, makro ekonomik istikrarsızlık ve belirsizliklerin getirdiği risklerdir. Birisi bir fabrikayı kurmuş 1960'lı yıllarda veya 1970'li yılların başında; 1970'li yılların ikinci yarısında adam kurmak istemiyor fabrikayı, çünkü istikrarsızlık var. Ekonomik büyüme yok ki rekabet olsun.

Ve beşincisi de, açıkçası vergi politikalarında izlenen politikalar. Çünkü, vergi veren vermeyen organize sektör, yani bizim vergisi alınan sektörlerle alınmayan sektörler gibi farklılıklar da tabii yoğunlaşmaya neden oldu.

Şimdi ne yapılabilir? Yoğunlaşmayı hem ölçek ekonomisine zarar vermeden, iktisadi kalkınmaya zarar vermeden, hem de yoğunlaşmayı ortadan kaldıran ne tip politikalar izleyebiliriz? Bunlardan bir tanesi dış rekabettir.

Şimdi şunu unutmayalım: Geleneksel rekabet teorisi açık ekonomilerin telâkkisiyle hazırlanmamıştır. Bu konuda benim anımsadığımız 1980'li yıllarda dış rekabetle iç yoğunlaşma ilişkisini inceleyen “Krugman’la Helgman’dır.” “Poll Krecmen” şimdi çok şöhretli oldu; finansal krizlerle vesaireyle de ilgileniyor ama, aslı konusu o değildi. Bu tip konularda ilk ilgilenenler bunlardır. Bunlar ilgilendikleri zaman dışarıdan gelecek rekabet terbiyesinin önemini ilk bunlar vurgulamıştı. Dolayısıyla, içeride piyasa payını inceleyerek, “Yahu, burada piyasa payı bunun yüzde 70 oldu, bu yakında tekel olacak, bunun sonucu ne olur” gibi düşünmenin anlamı yok, belki bu içeride yüzde 70 piyasa payına sahip ama, iç tüketiminin yüzde 10’una sahip olabilir. Yani, piyasa payına bakıp rekabetin olup olmadığını ölçemezsiniz. Belki hiç rekabet edemiyor dışarıdan gelenler. Bu çok önemli bir konu diye düşünüyorum ve giderek ekonomiler dışa açıldığı için dış rekabeti incelemeyen ve dış rekabetten elde edilecek terbiye düşünmeden rekabet konusu irdelenemez.

İkincisi, kapasite artışına dayalı teşvikleri mutlaka yok etmeliyiz. Yani, adam hâlihazırda kapasitesini yükseltmek istiyorsa, “Artık kendi özkaynaklarıyla bunu yap, ben, yeni kurulacak başka rekabet edecek firmalara vereceğim teşviki” dememiz gerekiyor, rekabeti teşvik edecek teşvikleri vermemiz gerekiyor. Dolayısıyla, süreli teşvikleri vermemiz gerekiyor, süresiz teşvik değil, süreli teşvikleri vermemiz gerekiyor veya bu süreli teşvikler mevcutları terbiye etmek için kullanılabilir. Geçici teşvikler verebilirsiniz, piyasa girişini teşvik edebilmek için, piyasa girişinde kolaylaştırmak için verebilirsiniz.

Teşvik verilirken ölçegin boyutuna mutlaka dikkat edilmelidir. Bu ölçek, eğer ki piyasanın tamamını karşılayacaksa buna izin verilmemelidir.

Altıncısı, mutlaka makro ekonomik istikrar sağlanmalıdır ve bu konuda Rekabet Kurumunun araştırmalarında mutlaka şu yer almalıdır: “Acaba ekonomik istikrarsızlık Türkiye’de ne kadar yoğunlaşmaya neden oldu”; çünkü, mutlaka yoğunlaşmaya neden oldu. Ama, kuşkusuz yoğunlaşmaya açık olunmalıdır, ki koşullarına geleceğim birazdan. Çünkü, bazı yoğunlaşmalar rekabeti artırabilir. Meselâ, çok büyük bir dış rekabete maruzsanız, içerideki firmalarınızla bunlarla boy ölçüşemeyecekse o zaman yoğunlaşmaya gidebilirsiniz.

Bakın, Avrupa’daki banka yoğunlaşmaları -önümüzdeki dönemde Türkiye’de bunu yaşatacağımız- dış rekabete açılabilme için olacak, dış rekabette boy ölçüşebilmek için.

Bugün Türkiye’ye birkaç yabancı bankanın girmek istediğini biliyoruz, çünkü banka satın almak istiyorlar. Aldıkları takdirde acaba Türk bankaları onlarla mücadele edebilecekler mi? Edemeyecekleri düşüncesiyle Türkiye’de birkaç banka, büyük banka sahipleri, Akbank dahil olmak üzere birleşim teklifini getirdiler, yani “Birleşelim, çünkü biz bunlarla boy ölçüşemeyiz.” Bir rakam söyleyeyim size, Türk bankacılık kesiminin aktif büyüklüğü 120 milyar dolar civarındadır. Oysa, Almanya’nın, bütün bankacılık sektörü, Ziraat Bankası dahil, ki Ziraat Bankasının bilançosu Hazinesinin yarısıdır.. Oysa, Almanya’nın ikinci büyük bankası olan “Dresner Bank’ın” aktif büyüklüğü bu kadardır; birinci büyük bankası değil, yani “Deutsche Bank” değil.

Dolayısıyla, Türk bankalarının tümünü tekelleştirirseniz bir “Dresner Bank” etmiyor. Yani, büyük ... burayı parçalayabilirler.

Dolayısıyla, belli ölçülerde yoğunlaşma aksine rekabeti sağlamak için yararlı olabilir.

Bir firmanın payı yüksekse, fakat diğer iki firmanın payı çok küçükse rekabet edebilmek için birleşme yapabilirler. Biz eğer “consatiration ...” dörde bakarsak ve onunla bakarsak çok yüksek çıkabilir, ama bir firmadan dolayı çıkabilir. Ve orada yapılan bir birleşme, yani üçüncü ve dördüncü firmaların birleşmeleri aslında sağlıklı olabilir, aksine rekabeti yoğunlaştırabilir. Çok önemli bir konu aslında.

1960’lı yıllarda rekabet konusunu incelediğimiz zaman neo-klâsik bir yaklaşımla hareket ederdik, o da şuydu: “Mallar homojendir.” Oysa, mallar homojen değildir. “Efendim, bütün kurşun kalemler aynıdır”, değildir. İnsanlar

GÜNEŞ

kurşun kalem almak üzere gitmeyebilirler. Bütün aramalar aynı değildir, farklı farklı boyutlarda olduğu gibi, farklı farklı kalitededirler, farklı farklı özelliklere sahiptirler. Malların homojen olmadığı varsayımıyla hareket edersek onları aynı sektöre soksak bile, dört taneyle, beş taneyle, altı taneyle aynı sektörler soksak bile aslında çok farklı malları üretiyor olabilirler veyahut tüketici alışkanlıkları yaratılmıştır. Dolayısıyla, bu konulara da, yani kalite ve alışkanlık farklarını da göz önüne almamız gerekir.

Tabii, bazı mallar vardır ki, malın sadece kendisi değil beraberinde zimnen alınan yan mal ve hizmetler de vardır ve yoğunlaşma konusunda mutlaka bunlar da değerlendirilmelidir, ki Tüketici Yasası da buna benzer bazı maddeler var.

Yoğunlaşma ile Ar-ge, yumurta-tavuk gibidir. Biliyoruz ki, Ar-ge araştırmalarını en yoğun yapan firmalar en yoğunlaşmış firmalar. Belli bir sermaye birikimi yapmazsınız. Ama, bir şey var; Ar-ge'yi yaptığı zaman acaba sosyal refahı maksimize mi ediyor, yoksa sadece bir maliyet minimizasyonunu yapıyor, fakat fiyatını düşürmüyor?

Bence yoğunlaşmayı incelerken mutlaka arkaya da bakmakta yarar vardır.

Patent hakları yine rekabetin önemli konularından bir tanesi olmalıdır. Çünkü, Ar-ge'yi yapıyor, bunun sonucunda patent hakkını elde ediyor olabilir. Fakat, patent hakkı öyle bir şeydir ki, patent hakkını elde ettiği zaman mal diskriminasyonunu elde etmiş olur ve başkalarının, onun üretilmesini engeller veya patent karşılığı telifini almış olur.

Çok hızlı gelişen teknoloji karşısında malın niteliği artan bir firma zaman içinde düşen maliyetlerini fiyatlara yansıtabilir. Ancak, bu teknoloji de modasını yitirince fiyatlarını artırarak Ar-ge'yi finanse ettirmek isteyebilir. Bu da başka bir noktadır.

Şimdi, bunlar tabii piyasa paylarıyla ilgili telâkkiler. Ama, ben size şimdi bir başka örnekle hareket ederek piyasa payı ne olursa olsun... Çünkü, rekabeti anlatırken biz birinci sınıfta şunu söyleriz: “Çok sayıda alıcı, çok sayıda satıcı” deriz. Oysa, az sayıda alıcı ve az sayıda satıcı olarak da rekabet olabilir; çok sayıda alıcı, çok sayıda satıcı olarak da rekabet olmayabilir. Çok sayıda alıcı ve çok sayıda satıcı rekabet var demek değildir. Bu çok önemli bir olgudur. Ve biliyoruz ki, çok sayıda alıcı ve çok sayıda satıcının olduğu yerlerde aslında hiç

de olumlu olmayan sonuçlar olabiliyor. Kaldı ki, bizim ekonomide konuştuğumuz gibi, öyle sonsuz adette alıcı ve satıcının olduğu pek bir piyasa da yok. O aslında hayali bir şey. Dolayısıyla, “Rekabetin yeni temelini neyin üzerine kurmalıyız” diye düşünmeliyiz.

Aslında, düşünün, burada 100 kişi mi varız, 60 kişi mi varız, o 60 kişiyi, hepimizi ayrı ayrı odalara koysalar ve hepimizin eline birer kurşun kalem verseler ve “bunu satacaksın” deseler veya “yarımızı alacaksın” deseler, bütün bu alım satımlar farklı fiyatlarda olabilir. Bütün bu alım satımların eşdeğer bir fiyatta olmasının tek yöntemi hepimizin birarada olmasıdır. Bu da, biliyorsunuz ki, açık arttırma sistemleri veya piyasalarının birarada olmasıyla sağlanıyor. Açık arttırmanın temel özelliği, enformasyonun herkese ulaşmasıdır. Eğer enformasyon herkese eşit ölçülerde ulaşmıyorsa rekabet olmaz. Demek ki, asıl önemli olan, kaç tane alıcının veya kaç tane satıcının olduğu değil, enformasyonun alıcı ve satıcılara ne kadar eşit bir biçimde yansıdığıdır.

Şimdi, rekabetin yeni temelleri. Bir tanesi, yani piyasanın çeşitli göstergelerinin alıcı ve satıcılara ulaşabilmesi veya bu göstergelere sahip olabilme.

İkincisi, tam olmayan enformasyon durumlarında mekanik tasarım. Yani, tam olmayan dediğim “in perfect information”dan bahsediyorum, bu konudaki mekanik dizayn.

Üçüncüsü, ahlâkî çöküş diyelim. Dördüncüsü, ters seçim. Beşincisi, işlem maliyetlerinin ve yönetim maliyetlerinin minimizasyonu. Çünkü, rekabete tesir edecek önemli konulardan bir tanesi de bu aradaki olabilecek maliyetleri minimize etmektir.

Ve altıncısı da, gözetim konusudur, çok önemli bir konu. Uluslararası kuruluşlar bize her konuda bunu önemsetiyorlar. Dünya Bankası bu gözetimin bankacılık konusunda ayrı bir otorite tarafından yapılmasını zorlamıştır ve bugün o test edildi. Siz o yemeğe gittiniz. Çok önemli bir şey. Gözetimi daha önce Merkez Bankası yapıyordu, ama etkin yapamıyordu, şimdi daha etkili yapacak.

Şimdi, tam olmayan enformasyon nedir? Şimdi, enformasyon iki türdür. Bir tanesi kamusal enformasyon, yani herkes buna sahip. Herkesin bildiği, herkesin elde edebileceği enformasyona biz kamusal enformasyon diyoruz. Herkesin elde edemeyeceği enformasyona ise özel enformasyon diyoruz. Bunu iki

GÜNEŞ

biçimde inceleyebiliriz. Gözlenebilir, ama herkes bilemiyor; ikincisi, gözlenemiyor zaten, gözlenemiyor.

Şimdi, özel enformasyon varsa enformasyonda bir asimetri var demektir, dolayısıyla piyasalar tam olarak oluşmayacaktır. Çünkü, fiyatı siz özgür bir biçimde oluşturamayacaksınız demektir. Bu durumda iki tane şey çıkabilir, iki durumdan kaynaklanabilir bu. Bir tanesi gizli enformasyon vardır. Bir taraf der ki, konuyu gider abartarak anlatır, başka bir bilgiyi ön plâna çıkarır. Meselâ, satıcı der ki, “Efendim, bizim arabalarımızın süper fren sistemleri vardır, bastığınız zaman en önde duran araba odur” der. Hâlbuki, arabanın fren sisteminden daha önemli aks sistemi olabilir. Onu ön plâna çıkartarak anlatır ve arabasını öylece satar, bütün yönlerini anlatmaz. Aslında herhangi bir yanlış bilgi vermiyordur, ama enformasyonun bir kısmını aksettirmiyordur. Bu gizli enformasyon. Veyahut gizli davranışta bulunabilir. Bu da çok önemli bir nokta. Bir anlaşma yapabilirsiniz, fakat bu anlaşmaya uymayabilirsiniz, işinizi kaytarabilirsiniz veya o sözleşmenin diğer maddelerine, çeşitli maddelerine uymayan davranışlarda bulunabilirsiniz.

Meselâ, bir örnek söyleyeyim. Tüketici Yasasında kullanım broşürü koyma zorunluluğu vardır veya bir garanti sertifikası vardır. O sertifikasındaki maddelerden bir tanesini yerine getirmiyorsanız bu tipik bir gizli davranıştır, çünkü oraya uymuyorsunuz demektir. Bunların her ikisi de asimetrik enformasyonun veya gizli enformasyonun örnekleridir.

Şimdi bu konuda üç tane daha önemli konu var. Bir tanesi “free rider” problemi.

“Free rider” problemi fiyatlandırma sıkıntısıdır. Çünkü, diyelim ki, bir malın kimler tarafından ne kadar yararlanacağını bilemiyorsunuz. Meselâ, sokak lambaları konusuna gelelim; bazısı evinin tam yakınındadır veya çok ışıklı yerde yürümek ister, yaşlı birisidir, bazısı da “karanlık fark etmez bana gece” diyebilir. Siz belli kamusal hizmetlerden veya özel hizmetlerden dolayı farklı yararlar sözü konusu olacağı için farklı fiyatlandırmalar yapmanız gerekebilir. Ama, herkesin ne kadar bunun karşılığında yarara alacağını bilemezsiniz bazılarını bunu çok ucuz verebilirsiniz, olması gerekenden ucuz veya kamusal mal olarak sağlıyorsanız bazısı bundan boş yere yararlanır. Bu tipik bir “free rider” problemidir.

Tüketimde insanları hayıflayamazsınız. Çünkü, siz satıcıysanız sattığımız malı alanların tümünü homojen kabul edersiniz; oysa homojen değildir. Yani, mallar homojen olmadığı gibi tüketiciler de homojen değildir, tüketicilerin yarar

düzeyleri de homojen değildir ve bu nedenle de fiyatları tayin edebilme sıkıntısı vardır.

İkincisi de şudur: “ voting” dediğimiz bir konu var. Bu da çok önemli. Neden? Çünkü, biz ekonomide bir malı satarken tüketici tercihini yarara göre bağlarız. Oysa bu nedir? En beğendiğim çiçek papatyadır diye alıyorum. Ama, “en beğendiği çiçek papatyadır” diye almıyor olabilir, ikinci tercihlerle alıyor olabilir. Ben, “şu olmasın da ne olursa olsun” diye.

Meselâ, örnek vereyim. Adam, “A partisi kazanmazın, onun önünü keseyim” diye gidip B partisine oy veriyor. Aslında B partisini beğendiği için değil, “A partisinin önünü keser, memlekete belli bir düzen gelmesin” diye B partisi yönünde oy kullanabilir. B partisi tipinde oy kullanırsan en iyi tercihini yapmamış demektir. Oysa biz neo-klâsik iktisatta biliyoruz ki, en iyi tercihlerle hareket eder tüketici, etmediği zaman, “...voting” olduğu zaman fiyatlandırma sıkıntısı çeker; çünkü en iyi tercih değil, birinci tercih değil. Ve tercih üzerine kurduğumuz için, yarar üzerine kurduğu tercih, yani yarar tercihi belirler ve ona göre de fiyatlandırma yaparsınız, o zaman fiyatlandırma sıkıntıları doğar.

Ve üçüncüsü de karteldir. Bu da bir önemli sorun. Şimdi kartelde de sıkıntılar var. Kartel nedir? “Birkaç üretici biraraya geleceğiz, fiyatımızı yükselteceğiz.” İyi güzel de bunu nasıl yapacağız? Üretimi kısararak yapacağız, petrol üretiminde olduğu gibi. Petrolü kısarsak fiyatlar yükselir. Peki, karteli yaptık, ne kadar kısacak? Şimdi bu çok önemli bir nokta; kim ne kadar kısacak, biz bununla nasıl anlaşacağız? İşte burada önemli “cheating” sorunları çıkabilir, birbirlerini aldatabilirler, herkes yüzde 10 kısım derler, bu yüzde 5 kısar. Aslında gerek, “cheating” gerekse “lie” yani yalan söyleme veyahut söylemeyip, anlaşmaya uymayıp yanlış yapma önemli sorunlardan bir tanesidir rekabet teorisinde.

Şimdi bu parateoptimaliteye geçmemiz lâzım; çünkü dedim ya, sosyal refahı maksimize etmemiz lâzım. Sosyal refahın maksimizasyonunu, neo- klasik istatikçiler şöyle söylüyorlar; birçok taraf olabilir, bunlardan bir tanesi daha iyi bir durumdaysa ve diğerleri daha kötü durumda değilse bu tercih edilir diyor, bu kesin kabul edilir diyor. Çünkü içimizden biri daha zengin olmuş iyi bir şey, demek ki toplamda sosyal refahın maksimizasyonunu diyor, toplu olarak hepimiz daha zengin olduk, hiçbirimizde daha fakir değiliz diyor.

İkincisi şu: İçimizden bir tanesi daha zengin oldu. Yani aylık geliri 500 milyonken oldu 700 milyon, içimizden birinin de aylık geliri 500 milyonken 450 milyona düştü diyor. Bu da tercih edilebilir diyor bazıları; çünkü nihayetinde

GÜNEŞ

artan gelir, azalan gelirden fazla. Bu zor bir kabul tabii veyahut tarafların çoğu daha iyi, bazıları daha az kötü.

Şimdi açıkçası bu ekonomi siyasetinde nerede durduğunuzla çok alâkalı bir şey. Benim kişisel tercihim gelince, ki bazı iktisatçılar öyle düşünüyor; taraflardan bir tanesi veya birkaçı daha iyi olurken sürekli onlar daha iyi oluyorsa bu kabul edilemez. Elbette herhangi bir optimum çözümde taraflardan bir veya birkaçı daha iyi olurken öbürleri daha kötüye gitmiyorsa bu tercih edilebilir. Ama her zaman bu onlar ise, burada adil bir gelişme yok demektir. Çünkü bunun dağınık, stokastik bir gelişme olması lâzım. Yani değişik zamanlarda, değişik kişilerin veya tarafların daha zengin olması ve böyle bir sosyal maksimizasyon yöntemi aranmalıdır.

Şimdi ekonomik etkinlik tabii çok önemli bir nokta; burada motivasyon ve koordinasyon sorunlarını çözdüğümüz zaman ekonomik etkinliği sağlayabiliriz. Ekonomik etkinliği sağlarken veyahut motivasyon ve koordinasyon sorunlarını çözerken iki mekanizma temel olarak iktisatta tartışılıyor.

Bunlardan bir tanesi piyasaya dayalı sistemler, bir tanesi de hiyerarşiye dayalı sistemler. Piyasaya dayalı sistemler fiyat sinyallerine göre çalışıyor, tipik rekabet teorisinde olduğu gibi. Bakarız fiyat sinyallerine, bizim elimizdeki temel gösterge odur fiyata bakarız, fiyatı yükseltmiş mi, düşürmüş mü diye bakarız ve bütün burada insanlar bire tüccar gibi hareket ederler ve birbirlerinden alışveriş yaparlar.

Organizasyon tipi itibariyle hiyerarşiye dayalı sistemlerde ise merkezî planlama vardır. Enformasyon bir otoriteye sağlanır. Piyasaya dayalı sistemlerde bütün fiyat sinyallerinin teorik olarak tam bir enformasyon yapısında döndüğü düşünülür, oysa hiyerarşiye dayalı sistemlerde otorite doğrudan bu enformasyonu planlar ve ona göre de bir üretim biçimini veya bir ticaret biçimini biçimlendirir.

Yinede burada çok önemli bir konuda işlem maliyetleri; aslında işlem maliyetleri konusu ekonomide yeni bir konu değil. İşlem maliyetleri 1960'lı yıllarda bir "Chicago" iktisatçısı olan... 'dan aslında sağcı bir iktisatçı, tutucu bir iktisatçı, ama önemli bir iktisatçı, ondan gelen bir kavram; bu tip işlem maliyetleri aslında sözleşme sürecinde ya da motivasyon ve koordinasyon süreçlerinde ortaya çıkarlar. Yani doğrudan alışverişe geçmeden ortaya çıkan bir noktadır. Oysa bunun ötesinde bir de idari maliyetlerimiz var, idari maliyetlerimizde daha sonra satışla beraber, yani iktisadi alışverişle beraber çıkan maliyetlerdir ve burada bir konu çok önemli, enformasyon konusuyla ilgili; hiyerarşiye dayalı sistemlerde bütün bu maliyetler olmakla beraber tıpkı piyasaya dayalı sistemlerdeki gibi, aynı

işlem maliyetleri olmak üzere daha yüksek maliyetler var, özellikle idari maliyetler çok daha yüksek ve bir konu daha var eleştiriye tabî tutulan, hiyerarşiye dayalı sistemlerde, o da kısıtlı rasyonalite, nedir kısıtlı rasyonalite?

Enformasyonu veriyorsunuz adamın eline, ki hiçbir zaman enformasyonu tam olarak veremezsiniz. Ama, insan olduğu için ve nihayetinde otoritenin de bir insan olduğu için bu sınırlı enformasyonla karmaşık sorunlar karşısında çözüm üretebilmesi hep sınırlı kalacaktır. Dolayısıyla belli bir otoriteyi vermeniz içerik olarak, yani yapısal olarak kısıtlı rasyonalite, kısıtlı başarılı sonuçlar verecektir diye eleştiriliyor ve bu çok doğrudur.

Sözleşme öncesi oportünizme bir örnek vereyim, sigorta şirketleriyle ilgili bir örnek verebilirim. Yanlış beyan edebilir, ben hiç kaza yapmıyorum diyebilir, hiç kaza yapmıyorum diyerek primi düşük tuturmaya çalışabilir. Tabii burada bu ilebet olmaz, birkaç defadan sonra sigorta şirketi yanlış beyan olduğu için ve hep düşük primler uygulandığı için zarar eder ve zamanla bunların hepsini yükseltir. Aslında düşük prim, yani düşük riskli olanlarda yüksek fiyatlandırılmış olur veyahut yeni bir tasarım, yeni bir mekanik dizayn veya yeni bir mekanik tasarımla düşük riskliyle, yüksek riskli arasındaki fiyatlandırma farklılığının geliştirilmesi gerekir.

“Moore Hazard” sorunu da daha berbat bir sorundur, yani ahlâkî çöküş sorusunda ne yapar? Nasıl olsa sigortam var diye gider arabayı, nasıl olsa kaskom var diye gider bir duvara çakar, nasıl olsa yenilenecek. Hiç umurunda olmaz 200 kilometreyle Ankara-İstanbul yolunda gider. Tabii bu daha kötü bir sorundur, bu hem sigorta şirketini batırır, hem de daha sonra sigorta primlerinin daha yüksek oluşmasına neden olur.

Ama her ikisinde de şöyle bir farklılık var; bir tanesi önceden beyandır, yanlış beyandır önceden olur. İkincisi daha sonra olan bir şeydir ve burada önemli farklılıklar oluşabilir.

Tabii çok teorik konulara giriliyor; egemen olma “Nash Dengesi”, “Dominins-Nash” dengesi, “Nash Dengesi” acaba “Vallezin” dengeyi sağlar mı, sağlamaz mı gibi birtakım tartışmalarla ilgili notlar almışım. Fakat burada çok özetle şunu söyleyeyim: “Vallezıyen Denge” çok alıcının ve çok satıcının biliyorsunuz bütün bu anlattığım enformasyon ve maliyet sorunlarının dışarıda bırakır. Nasıl dışarıda bırakır? Bir “auction” piyasasında, burada sadece fiyat belirlenir, bütün işlemler daha sonra olur. Tabii bu tamamıyla teoriktir, teorik

GÜNEŞ

olduğu için “Valleziyen” denge olamayacağı için ekonomide, o zaman bu enformasyon ve işlem maliyetlerini mutlaka dikkate almalıyız.

Bütün bunları şunun için anlattım: Enformasyonu, Türkiye’de acaba piyasaların işleme mekanizmaları konusunda, piyasanın işleyiş biçimleri konusunda üreticilerin veya satıcıların tam bir enformasyonu var mı? Acaba piyasada var olanlar, piyasaya yeni giren firmalara o piyasanın işleyiş mekanizmaları, özellikleri, hatta üretim biçimleri konusunda yeterince bilgi veriyorlar mı?

Çünkü nihayetinde bir “antiröpröner” o piyasaya girmeden önce, o piyasa hakkında yeterince bilgisi varsa girebilir, eğer yoksa giremez. Girdiği takdirde, diğer firmaların ne yaptığını bilmediği takdirde zaman içerisinde kendisi bir “Exit” yani piyasadan çıkışa dönüşebilir. Neden dönüşebilir? Çünkü büyük firmaların ne yaptığını doğru bilemediği için veya kendisi dışında firmaların ne yaptığını doğru bilemediği için rekabet etme niteliğini veya özelliğini yitirebilir. Dolayısıyla, piyasadaki çeşitli işleyiş maliyetleriyle, yani ticaretin getirdiği maliyetlerle, enformasyonun kendisinin maliyetleri ve elde edilebilme olanağı da rekabetin tesisinde son derece önemli konulardır.

Açıkçası enformasyon çağına girdiğimiz 21 inci yüzyılda enformasyon teknolojisinin bu kadar geliştiği çağımızda rekabette enformasyonla tesis ediliyor.

Microsoft’un parçalanması veyahut cezalandırılması acaba bir enformasyon sorunu mu? Bir ölçüde evet, eğer ki Microsoft’un böyle bir telakki ile Netscape’yi piyasa dışına itmeye çalışmasını, Netscape daha önceden bilseydi belki de tedbir alabilirdi. Bu çok önemli bir nokta, karşı tarafın ne yaptığı konusunda bilgi sahibiyse, enformasyon sahibiyse rekabet edebilirsiniz. Ama rakiplerinizin ne yaptığını bilmeden rekabet edebilmeniz mümkün değildir.

Çok büyük bir firma olabilirsiniz, çok yüksek bir teknolojiye de sahip olabilirsiniz. Fakat, enformasyonunuz yoksa rekabet edemezsiniz. O enformasyonu elde edebilmek için çok yüksek maliyetlere yüklenirsiniz, vakit kaybedersiniz, ki çok önemli bir başka maliyettir ve zaman içinde oraya ulaştığımızda teknoloji gelişebilir, yüksek teknoloji ...olur ve rekabet edemeye bilirsiniz.

İşte bu telakkilerle asimetric enformasyonun ve işlem maliyetlerinin bugün Türkiye’de önemli konulardan biri olduğunu düşünüyorum ve Rekabet Kurumunun önümüzdeki dönemde kendisinin sadece piyasa yapılarına değil, fakat

onun da ötesinde zaman zaman rekabeti tesis eden bu yeni kavramları da göz önünde bulundurmasının yararlı olacağını düşünüyorum.

Şöyle toparlamak istiyorum; ben kişisel olarak, bir bilim adamı olarak ve bir kişi olarak ve rekabet yasasında naçizane katkısı olan bir kişi olarak Rekabet Kurumunun sadece Rekabet Yasasını uygulayan bir kuruluş olmaktan çok, Türkiye’de rekabet kavramının ve rekabet yapısının sağlanabilmesi için bir genel kuruluş olarak düşünüyorum. Aynı zamanda danışmanlık veren, bu konuda teknik personel veren; piyasayı, kamuoyunu uyaran, bilgi veren ve hatta aynı zamanda olabildiğince enformasyon sağlayan bir kuruluş olarak düşünüyorum.

Bugün buraya beni davet ettiğiniz için gerçekten hem yöneticilerimize ve hem de sabırla dinlediğiniz için sizlere çok teşekkür ediyorum. Gerçekten insanlar belli zamanlarda mutlu olurlar, ben de böyle bir kuruluşa bir süredir uzaktan çeşitli arkadaşlarım aracılığıyla duyuyordum, Rekabet Kurumuna çok başarılı bir personel seçimi yaptılar, titizlikle seçtiler, katı sınavlar uyguladılar diye duyuyordum. Hatta bizim bazı öğrencilerimiz buraya girmek için bize gelip danışıyorlardı, iyi bir personelin oluştuğunu düşünüyorum ve burada yapacağımız olumlu çalışmaların açıkçası sadece Türk ekonomisine değil, aynı zamanda Türk siyasetine ve Türkiye’deki ahlâkî yapıya da çok önemli katkılarının olacağını düşünüyorum. Hem yöneticilerinize, hem size başarılar diliyorum.

SORU VE CEVAP BÖLÜMÜ

Oturum Başkanı - Bu bölümde sayın katılımcılarımızın yöneltecekleri sorular ile devam edilecektir. Hatırlatmama gerek yok diye düşünüyorum, ama kayıt edilmesi nedeniyle söz almak isteyen sayın katılımcılarımızın mikrofonun kendilerine ulaştırılmasını beklemelerini, söze başlarken de isimlerini ve mensubu buldukları kurumu ifade etmelerini rica ediyoruz. Buyurun.

Cenk GÜLERGÜN - Rekabet Uzman Yardımcısı. Konuşmanızda dış rakiplerle, uluslar arası alanda etkinlik gösteren devlerle rekabet edebilmek için yerli firmaların birleşmesinin yararlı olabileceğini, pazar liderlerine karşı pazardaki üçüncü, dördüncü firmaların, küçüklerin birleşmesinin rekabeti artırabileceğini ve genellikle araştırma, geliştirme etkinliklerinde büyüklerin başı çektiğine değindiniz.

Yani özetle; birleşerek büyümenin yoğunlaşmaya yol açmakla birlikte ulusal ve uluslar üstü rekabeti sağlayacağını veya bunu artırabileceğini belirttiniz. Dile getirdiğiniz konular, 4054 sayılı kanunun uygulanmasında birleşme ve devralmaların değerlendirmesini konu alan 7 nci maddeyi çağrıştırdı bende. Bu noktada Rekabet Kurulunun birleşme ve devralmaları değerlendirmesinde nasıl bir tutum izlemesi gerekir sizce; örneğin yerel şampiyonların, ulusal şampiyonların oluşturulmasına hoşgörü gösterilmeli mi? Bu bugünlerde gündemde olan bir konu olduğu için soruyorum. Teşekkür ederim.

Prof. Dr. Hürşit GÜNEŞ - Çok önemli bir soruyu sordunuz, bende zaten olayı çok önemsiyorum. Benim temel olarak söylemek istediğim şey şu: Birincisi bu “.....linda” gibi çalışmaların hepsi 1960’lı yıllarda kalmıştır, onların hepsini çöpe atmanız gerekir, bunların önemi kalmamıştır. Yoğunlaşma ile rekabet arasındaki bağlantı doğrusal bir bağlantı değildir, bu eski bir bakıştır ve bunun ötesinde bakışlar var diye söylemeye çalıştım ve bunun örneklerini, istisnalarını koymaya çalıştım, ki bunları sizde tekrar ettiniz.

Diyelim ki içeride tek bir firma var, fakat küçük bir firma, neye göre, uluslar arası standartlara göre biri koysanız bile tek firma çıkıyor veya tek firma tamamını üretiyor. Ama neye göre bakıyorsunuz, ilk 4 büyük firmanın piyasadaki payını, neyin? İç üretimin, oysa tüketim ayrı bir şey. Bunun yüzde 95’i dışarıdan geliyor olabilir. Peki yoğunlaşmayı teşvik edelim mi, neye göre? Dışa açıksa, dışa açık değilse teşvik etmeyelim. Dolayısıyla bu ciddi bir Planlama

işidir. O nedenle de DPT’de, Hazine Müsteşarlığında bulunanların, Rekabet Kurumuyla yakın veya rekabet kavramıyla en azından yakın bir ilişkide istişare de olması gerekir.

Kardeşim sen bu yoğunlaşma olsun mu istiyorsun, olmasın mı istiyorsun? Olsun istiyorsan yeni gelene teşviki kes; çünkü dışarıdan müthiş bir rekabet geliyor, baş edemeyecek. Ölecek sonunda, ne olacak? Belki içeride yoğunlaşma kalkacak tamamıyla ithalata açılmış olacak, ama bu olumlu mu? Hayır olumlu olmayabilir veyahut içeride tersine geleneksel bir durumda olabilir, öyle bir yoğunlaşma olabilir ki aslında tamamıyla bu yoğunlaşma daha sonra oluşacak olan egemen durumun kötüye kullanılması olabilir. O tabii iki tane ayrı aşama; bir egemen durum doğacak, iki o kötüye kullanılacak. Ama henüz onu bilmiyoruz. Dolayısıyla her yoğunlaşma kötü değildir. Üstelik yoğunlaşmaların önemli bir kısmı olumlu da olabilir.

O nedenledir ki, 4054 sayılı yasada birleşmeler dikkat ederseniz izne bağlanmıştır. Dolayısıyla, şöyle düşünülmüştür; birleşmeleri izne bağlayalım, bakalım belki olumlu olabilir. Olumluysa izin verelim ve birleşme için geliyor izin alıyor, haber vermiyor dikkat ederseniz. Yani, bir araştırmaya tabii tutuluyor ve öyle izin veriliyor. Dolayısıyla burası çok önemli bir nokta ve yasa hazırlanırken bu düşünüldü, ama onun ötesinde yasa hazırlanırken açıkçası 1992 yılından bu yana Türkiye’de hem sanayi yapısında, hem iktisatçıların kafasında, hem de rekabet konusundaki birikimlerimizde önemli değişiklikler oldu. O nedenle biz o zamanlar enformasyon konusunu düşünmüyorduk, kafamızda böyle bir kavram yoktu.

Biraz önce buraya ilk geldiğimde İsmail Hakkı Beye söyledim, biz ilk toplantımızdayken...

... nitekim daha sonra Nurkut bey geldikten sonra ikna etmem kolaylaştı ve Ateş Akıncı’da yardımcı oldu, piyasa payları gibi bir şeyi kanuna koymamız yanlış olur diye ve çıkartıldı atıldı. Fakat buraya gelmeden gördüm ki, tebliğlerinizden bir tanesinde yanlış değilsem 1997’de çıkmış tebliğlerden bir tanesinde yüzde 25 kullanılmış.

Ben aslında rekabet konusunda oldukça katı bir yerde olmama rağmen, bu tip katı kurallarla değil, katı kavramlarla gidilmesinden yanayım. Dolayısıyla orada çok farklı düşünüyorum.

Toparlarsam; yoğunlaşma mutlaka kötü bir şey değildir diye düşünüyorum. Ar-ge'yle çok yakın bir ilişkisi var, somut, büyük firmalar Ar-ge yapabiliyor. Yani büyük kâr üretmeniz lâzım ki, Ar-ge harcamasını yapabilesiniz. Eğer ki tam rekabet konumundaysanız zaten normal dışı kâr üretmiyorsunuz demektir ki, Ar-ge'yi finanse edemezsiniz. Dolayısıyla belli bir yoğunlaşmanın olması ve belli bir kâr elde etmeniz şart. Ar-ge yapacaksınız, peki Ar-ge'nin sonucunda bir şey buldunuz patent hakkı mı elde edeceksiniz? Bunu elde edince, söylemeye çalıştığım patenti elde edince enformasyon asimetrik hale geliyor. Çünkü, o enformasyonu bir tek siz kullanabiliyorsunuz. Yani teknoloji elde edebiliyorsunuz bunu diğerleri kullanamıyor.

O teknolojiyi ancak şu şartlarla kullanabiliyor: Parasını ödeyerek, yani patent bedeli ödeyerek o üretimi yapabiliyor. Yani aspirini üretmiyorsunuz, ne üretiyorsunuz? İsmi “asinpre” oluyor veya bir başka şey oluyor, fakat o formülü ilk bulan Bayer firmasına para ödüyorsunuz. Bu sadece bir asimetrik enformasyon değil, aynı zamanda da asimetrik bir davranış. Çünkü bir rekabet gücü getiriyorsunuz, aynı maliyetle çalışmıyorsunuz. Ancak büyümeniz gerekiyor ki, Ar-ge'yle siz başka bir ürünü yaratabilin ve rekabet edebilin ve yine çok önemli bir nokta; bugün aspirin, aspirin salistikasit, formülü bu. Ama adam bakkala gittiği zaman veya eczaneye gittiği zaman aspirin diye alıyor. Mal homojenleşmekten çıkmış, belli bir markayla satıyor. Bunun yaptığı fiyat artışını acaba nasıl yargılayacağız. Çünkü adam diyor ki; benim malım farklı onunkinden değil, onun malı farklı, benim malım farklı. Bunun üzerine sizde diyorsunuz ki; içeriği aynı, ama diyor o da; adam bakkala gittiği zaman benim markamla alıyor. Marka hakları var, bunlar tabii karışık konular. Acaba adama ceza verecek miyim, adam malına zam yapıp diğerlerini kötü bir duruma mı sokmuş, yoksa malı farklılaştığı için kendi tüketicisine daha yüksek bir fiyat mı koyuyor? Kendi tüketicisine, ortak tüketicie değil.

Dolayısıyla, özellikle Türkiye ekonomisi gibi yeterince gelişmemiş bir ekonominin dış rekabette daha büyük pay sahibi olabilmesi için, ki Türkiye'nin biliyorsunuz ciddi bir dış ticaret açığı var. Türkiye 46 milyar dolar civarında ithalat, ama 20 milyar dolar civarında ihracat yapıyor. Acaba Türkiye dünya piyasalarında yer alabilmek için kendi iç üretiminde yoğunlaşması, sosyal refahını maksimize etmek konusunda daha büyük yararlar getirebilir mi? Belki yoğunlaşma Türkiye içinde daha yüksek fiyatlara yol açabilir, ama toplumsal refahı da artırabilir. Acaba biz sadece fiyat göstergesiyle mi hareket edeceğiz, yoksa toplumsal refaha mı bakacağız?

Toplumsal refaha bakarsak bazen yoğunlaşma yararlı olabilir, benim de altını işaret etmek istediğim o.

Bülent GÖKDEMİR - Rekabet Kurumu, Uzman Yardımcısı. Hocam yoğunlaşma konusuna değinirken dediniz ki; küçük firmaları aralarında büyük firmalarla karşı daha etkin rekabet edebilmeleri açısından birleşmeye teşvik etmek gerekir dediniz.

Bir çalışma var, yanlış hatırlamıyorsam “Stingler”in, bu çalışmaya göre; bir piyasada dört firma varsa bunların uyumlu eylem yoluyla fiyat gibi ya da arz miktarı gibi parametreleri belirleme olasılıkları yüzde yüzmüş. Beş firma varsa bu yüzde 20’ye düşüyor, beşten fazla firma olduğu zaman uyumlu hareketten kaçış daha kârlı hale geldiği için oranda ani bir düşüşte var.

Şimdi diğer yandan da sizin söylediğiniz çok mantıklı bir şey; küçük firmalar büyüklere karşı daha etkin rekabet edebilmek için birleşmeye teşvik etmek, ama burada bir çelişki ortaya çıkıyor. Piyasada firma sayısı azaldıkça, yani küçükler aralarında birleştikçe, bu sefer diğer firmalarla uyumlu eylem olasılıkları artıyor. Bu konudaki düşünceleriniz nelerdir? Teşekkür ederim.

Prof. Dr. Hürşit GÜNEŞ - Çok doğru. Benim size işaret etmediğim bir noktaya geldiniz. Tabii ki firma sayısı azsa enformasyonun paylaşılma olasılığı kuşkusuz daha yüksek, yani üç firmaysak enformasyonu aramızda paylaşabiliriz. 33 firmaysak, üç tanemiz paylaşıp 30 tanesini dışarıda bırakabiliriz, yani asimetrik bir enformasyon yaratabiliriz. Yani özel enformasyon yaparız, bu işi kendimize saklarız öbürlerine zaman içinde piyasa dışına sallayabiliriz, çok önemli bir nokta.

Ancak şunu söylemekte de yine yarar görüyorum: Bu söylediğinizde haklısınız, “Stingler’in” o araştırmasının da ampirik bir araştırma olduğu için reddedecek değilim. Ama şöyle bir şey var; Amerikan ekonomisinde 250 milyon civarında tüketici var ve Amerikan ekonomisinde fert başına düşen gelir, Türk ekonomisinde fert başına düşen gelirin belki 10 katı.

Şimdi oradaki çeşitli ekonomilerin ölçekleri, yani sanayilerin ölçekleri çok yüksek. Dolayısıyla ilk üç veya dört firma dediğimiz zaman, bu ilk üç veya dört firmanın ulaşabildiği ölçek optimum ölçek, bu çok önemli bir nokta. Türkiye’de çoğu endüstrimiz optimum ölçekte değil, Rus’un ağzından değil, Türkiye’de örnekle söyleyeyim; araba üreticilerin büyük bir kısmı optimum ölçekte değiller. Çünkü üretim dünyadaki geçerli üretim düzeyinin çok altında üretim yapıyor ve o

GÜNEŞ

nedenle de maliyetler yüksek hale geliyor. Bir başka firmanın gelip üretim yapması için piyasa payı yok ve bunlar üç, dört firma rekabet ediyorlar. Dolayısıyla hem fiyatlar yükselmiş oluyor, hem yoğunlaşma yaşanmış oluyor. Ama başka bir firmayı getirdiğimiz zaman bile rekabet etsin diye, fiyatlar düşmeyecek. Çünkü ölçeğin daha da altına düşülecek, yani optimum ölçeğin daha da altına düşüleceğiz, bu da çok önemli bir nokta.

Eğer Türkiye’de fert başına düşen gelir 30 bin dolar olsaydı, insanlar her beş yılda bir araba değil de, her iki yılda bir araba yeniliyor olsaydı o zaman optimum ölçeğe ulaşmak mümkün olacaktı. Çünkü araba fabrikaları 30 bin, 50 bin arasında değil, belki 100 bin, 150 bin arasında araba üreteceklerdi ve yeni araba fabrikaları da gelecekti ve daha yoğun bir rekabette olacaktı.

Nihayetinde pazarın büyüklüğüyle, rekabetin sağlanması son derece önemli. Amerikan ekonomisi büyük bir ekonomi ve rekabet var. Nitekim Amerikan ekonomisinden devamlı şunu söyleyeyim: Biliyorsunuz Amerikan ekonomisindeki sanayi maliyetleriyle, Avrupa ekonomisindeki maliyetler çok farklıdır. Neden farklıdır? Ölçeklerden dolayı; Amerika’da üretilen şey çok büyük adette üretiliyor ve dolayısıyla maliyetler aşağı doğru inebiliyor ve büyük bir rekabet var, yani piyasaya girişi kolay. Piyasaya girişi neden kolay; çünkü maliyetler çok düşük, piyasa çok büyük ve o piyasada mutlaka sizin için bir marjinal piyasa girişi alanı var, oysa Avrupa ekonomisinde piyasaya giriş çok zor, maliyetler yüksek ve piyasada nispeten daha küçük. Üstelik neden küçük?

Şimdi Avrupa Birliğiyle elde edilmeye çalışılan şey daha büyük bir piyasa yaparsak, daha büyük bir pazar oluşturursak belki maliyetler aşağı çekilir diye. Daha önce bugüne kadar olan ulusal pazarlar nispeten küçük pazarlar olduğu içinde Amerikan ekonomisiyle mücadele edemiyorlardı.

Sonuç olarak, Türk ekonomisinde yoğunlaşmanın bazı alanlarda yararlı olabileceğini düşünüyorum. Ama, buradan şu yargı çıkmamalıdır: Ben rekabet yasasının hazırlanmasını hükümete öneren kişiyim, yoğunlaşmaların hepsinin olumlu olduğunu düşünseydim veya tekellerin çok olumlu olduğunu veya teknelci uygulamaların çok olumlu olduğunu düşünseydim bu yasanın hazırlanmasını istemezdim. Öyle düşünmüyorum tabii ki, sadece sizin ufkunuzu açabilmek için farklı farklı boyutlardan da bakmanın yararlı olacağını, sadece ve her zaman tüketici boyutuyla bakmayıp, sosyal refahın maksimizasyonu boyutuyla bakmanın ve sosyal refahın maksimizasyonunda da parate optimumu gözüyle değil, tanımlamaya çalıştığım farklı farklı kişilerin veya farklı farklı tarafların refahının yükseltilmesinin adil olacağını söyleyerek size bir yön çizmeye çalıştım.

Barış EKDİ - Rekabet Kurumu, Uzman Yardımcısı. Benim iki sorum olacak, ilki; biraz önce rekabet kanunundaki gelişmeleri anlatırken daha sonra işin iktisadi yönüne geçtiniz ve piyasaların düzenlenmesinden bahsettiniz. Bu arada teşvikler üzerinde önemle durdunuz. Kapasitelere göre teşvik verilmesi yahut ithalata göre, fakat dikkatimizi çeken bir şey var; Avrupa Birliğinde de rekabet, Roma Anlaşmasında olsun, daha sonra bizim Ortaklık Konseyi kararının rekabet bölümünde olsun, teşviklerinde rekabet hukuku kanunu, dolayısıyla rekabet otoritesinin denetimi altına alınması ya da kapsamına alınması gibi bir durum söz konusu.

Kanun'un hazırlanması aşamasında neden teşvikler için böyle bir şey düşünmedi ya da düşünüldüyse, böyle bir teklif varsa neden daha sonra bu gerçekleşmedi? Birinci sorum bu olacak.

İkincisi de; biraz önce yüzde 25 pazar payından bahsetmiştiniz, o söz konusu pazar payı rakamı 97/1 sayılı Rekabet Kurumundan izin alınması gereken birleşme ve devralmalar hakkında tebliğde geçiyor. Konulmasının pratik bir nedeni, birleşmenin sonucu yüzde 25'in altında kalacak bir pazar payı söz konusu olursa bunlara Rekabet Kurumunun müdahale etmemesini sağlamak, bir anlamda iş yükünü hafifletmek, bir anlamda da sizin daha demiş olduğunuz gibi; küçük firmaların birleşmesini teşvik etmek ya da sürekli olarak bu konuda problem çıkarmamakta olabilir.

Yurtdışındaki uygulamalara baktığımız zamanda böyle bir eşik ya ciro açısından ya da pazar payı açısından gerekli görülüyor. Türkiye'de de enflasyonist bir ortam olduğunu düşünürsek, özellikle de ikinci bir tebliğ daha çıkarttık, ilk tebliğde 10 trilyon olan ciro rakamını çıkartmak için. Sizin bu konuda öneriniz ne olabilir? Yani böyle sihirli bir pazar payı tarzında bir şey belirlemek elbette mümkün değil, ama genel uygulamalar haricinde ve bir bakıma da kurumun pratik ihtiyaçlarını da düşünürsek, aksi takdirde devralma kapsamında bir bakkalın, öbür bakkalı devralması dahi girecektir. Böyle bir pratik ihtiyaca da bakarak sizin bu konudaki öneriz ne olabilir bunu öğrenmek istiyorum? Teşekkürler.

Prof. Dr. Hurşit GÜNEŞ - Sondan başlayalım. Doğru, bir bakkalın bir başka bakkalı devralması veya satın alması buraya girebilir. Ama bence böyle bir kantirektif rakam koymaktan çok, görelî rakamların konması daha doğru olabilir. Meselâ gerçekten yüzde 25'i geçmeyen bir devralma, tabii rakam çok önemli, hakikaten olumsuz olabilir. Ne demek istiyorum? Meselâ diyelim ki, piyasanın geri kalan yüzde 75'i çok küçük firmalardan oluşuyordur. İki tane firma vardır,

GÜNEŞ

biri yüzde 12'dir, diğeri de yüzde 12'dir onların ikisi birleşiyordur. Şimdi bu çok önemli olabilir, yüzde 25'in altında, birleştikleri zaman yüzde 24 oluyorlar. Ama geri kalan yüzde 76'nın hepsi yüzde 1'den oluşuyor. Dolayısıyla, orada doğrudan rakamsal bir şey koyarak da çok zor bir yargıya varırız diye düşünüyorum.

İlk sorunuzda, sorunun başında başka bir konudan girdiniz. Yasaya niye teşviklerle ilgili herhangi bir şey koymadınız. Şimdi onu arada da söyledim ikinci başkanınıza, biz yasayı hazırlarken o yurtdışındaymış, ben başından söyleyeyim ben bir para iktisatçısıyım. Ama para iktisatçılığına doktora tezi düzeyinde falan girmedim, ben lisans düzeyindeyken zaten para politikasına merak sardım ve onun dışındaki iktisadi konulara çok fazla eğilmedim. Ama nihayetinde bir iktisatçiyım ve birçok konuyu da biliyorum. Endüstriyel organizasyonun çağdaş konuları, demode konuları nelerdir onları bilecek kadar iktisatçiyım.

Ama, bu konunun uzmanı değilim. Bu konuların iktisadi anlamda Türkiye'deki en uzman kişinin de ismini yöneticilerinize söyledim, Ankara artık kendisi, biraz fazla teorik kaçabilir. Doğrudan yoğunlaşmayla ilgilenmiyor, ama çok iyi bir mikro iktisatçı, buraya davet edileceğini ve çok yararlanacağını düşünüyorum. Özellikle laboratuvar ekonomisiyle son zamanlarda, son 4-5 yıldır ilgileniyor ve size ilginç "case"ler sunabilir. Bu yasa hazırlanırken benim kafamda şöyle bir şey vardı, tüketici yasasından öyle bir şey düşündüm, ama tüketici yasası istediğim gibi olmadı. Rekabet yasası nispeten daha istediğim gibi çıktı.

Çerçeve yasasını hazırlayan ülkenin ekonomik ve sosyal yapısı zaten gerektiren yapıya bu çerçeve yasası çerçevesinde gelişir. Yani biz kurulu oluşturalım, zaman içinde tebliğlerle, alınan kararlarla, belirlediğimiz çerçeve içinde alınan kararlarla rekabet hukuku oluşur, kafamızdaki buydu. Bunun çerçevesini belirlememiz gerekiyordu, bu çerçeveyi de açıkçası biz 85 ve 86 ncı maddeler çerçevesinde tanımladık, kestirip attık. Büyük ayrıntılara girmedik dikkat ediyorsanız, yasa duru bir yasadır. Pratik, net bir yasadır. Buna rağmen yasa nasıl oldu da meclisten 3,5 saat içinde çıktı diye sorarsanız onu da söyleyeyim. Milletvekilleri büyük ölçüde yasanın neyle ilgili olduğunu anlayamadılar. Çünkü anlasalardı mutlaka birtakım baskı grupları yasayı delerdi. Size anlatmışlardır; bir gece yarısı 3,5 saatte çıkıverdi, İtalya'da 30 yılda çıkan yasa. Yasayı hazırlarken ben tüketici yasasını önden meclise sunalım, o bir lokomotif olsun rahat çıkar, rekabet yasası zordur, ama o önden giderse bunun da yolunu açar diye düşünmüştüm. Oysa, rekabet yasası önden çıktı, tüketici yasası arkadan çıktı. Bu da büyük ölçüde siyasî süreçlerin yasanın neyle ilgili olduğunu anlamamasından kaynaklandı.

Size biraz öncede söylediğim gibi, burada bir çerçeve yasası ele alındı. Teşviklerle ilgili konulara girdiğimiz takdirde yasanın çıkması daha da zorlaşıyordu. Çünkü başka kamu kuruluşlarının erklerini ellerinden almamız gerekecekti. O zaman o kamu kuruluşları bu işin içine dahil edilecekti, bunu zaman içinde geliştirilebileceğini düşündük ve 85 ve 86 ncı maddeyi tanımlayarak veya bir şekilde yasanın ruhuna aksettirerek yasayı çıkartmaya yeğledik.

Ama bundan sonraki yapılacak konularda; Rekabet Kurumu, dolayısıyla bir antitröst kurumu değil, antitekel kurumu değil. İsmi Rekabet Kurumu, nedir? Rekabeti tesis edecek, onunla ilgili bütün işlemleri yapacak.

Bana arada ikinci başkanımızın söylediği konu; buranın ilk başkanı olan Profesör Aydın Ayaydın döneminde siyasî otoritenin veya devletin rekabetle ilgili bütün idarî düzenlemelerinin hepsinin Rekabet Kurumundan geçmesinin kararının alındığını bana söyledi. Dolayısıyla, herhangi bir rekabetle ilgili konu mutlaka görüşü alınmak üzere Rekabet Kurumuna yollandığını söyledi. Bu çok önemli bir gelişme, bu gelişme aslında benim Rekabet Kurumuna tavsiye ettiğim danışmanlık vazifelerinden birinin önünü açmış oluyor.

Aslında hepsinden de öte Rekabet Kurumu, özellikle kurul başkanı bana kalırsa belli dönemlerde, belli araştırmaların sonucunda hem raporlarını yayınlayarak, hem de görüş ifade ederek, belli sektörlerde, belli piyasalarda görüş ifade ederek siyasî otoriteyi uyarabilir, önlem alması konusunda ve bence bu çok önemli.

Ünal BİRTANE - Rekabet Kurumu personeli. Ölçek ekonomilerinden bahsederken rekabetle uygulamalarıyla, ölçek uygulamaları arasında bir çelişki olduğundan bahsettiniz, olabilir dediniz. Ben bunu biraz daha açmanızı istiyorum ve şöyle bir soru sormak istiyorum; Rekabet Kurulunun ulusal bazda Türkiye için düşünelim, Rekabet Kurulunun Türkiye ekonomisi içindeki sektörlerde bu ölçek ekonomilerine pekte yaklaşmadığımız düşünülürse böyle bir yan amacı olabilir mi?

Yani, Rekabet Kurumu ulusal bazdaki ekonomisini de güçlü kılabilmek ve uluslar arası düzeyde onlarla yarışabilir duruma getirebilmek için böyle bir yan amaç güdebilir mi ya da gütmesi gerekir mi? Bunu rekabet uygulamalarıyla arasındaki çelişkiyi nasıl giderecek ve ABD'deki bu 1980 sonrası ölçek ekonomilerinin bu krizi atlattığı konusunda meselâ daha uyumlu, daha rahat bir şekilde Japonya örneğini vererek atlattığını söylediniz.

Acaba, Rekabet Kurumunun antitröst kurumunun ABD'deki herhangi bir rolü olmuş mudur buna bağlı olarak? Teşekkür ederim.

Prof. Dr. Hurşit GÜNEŞ - Bu Amerika'daki ölçek ekonomilerine geçmeden önce bizimle ilgili olan konuyu biraz daha açıklayayım.

Şimdi neo-klasik iktisatta üretim eğrisi düz bir eğridir. Yani emekle, sermaye arasındaki seçiminizi o düz eğri üzerinde herhangi bir noktada belirleyebilirsiniz. İsterseniz yüzde 30 emek, yüzde 70 sermaye, isterseniz tersi, isterseniz 50-50, isterseniz 40-60 yapabilirsiniz.

Oysa gerçek dünyada teknolojiler böyle sonsuz sayıda değil, iki ya da üç teknoloji var. Dolayısıyla bu kombinasyon, bu birleşim birkaç tane sınırlı seçenekten oluşuyor bu bir.

İkincisi, bu bileşimin ötesinde ölçeklerle ilgili teknolojide sınırlı. Yani isterseniz 10 bin, isterseniz 150 bin, isterseniz 43 bini aynı maliyetlerle üretiyorsunuz. Bunlar farklı maliyetler getirebiliyor. Dolayısıyla bu seçenekler içinden bir tanesini seçtiğiniz takdirde belli bir maliyeti de başından kabullenmiş oluyorsunuz. Şimdi Türk ekonomisinde gerek milli gelir düzeyi, gerekse nüfusun yapısı itibariyle ölçeklerden en optimum biçimde yararlandığımızı söyleyemeyiz. Ama her sektörde değil, bazı sektörlerde optimum ölçeğe yaklaşmış olabiliriz. Tuz üretiminde bir ölçek sorununun olacağını düşünmüyorum, gazete üretiminde ve satışında bir ölçek sorununun olduğunu düşünmüyorum; çünkü gazeteler 300-400 binden aşağı sattığını düşünmüyorum. Yani, bu gazeteler birleşse daha mı iyi olur diye bir sorun olacağını düşünmüyorum.

Ama özellikle çok yeni teknolojiyi kullanan sanayi dallarında ölçek ekonomisi önemli bir sorun olabilir, hele hele dış rekabete o sektör ciddi bir biçimde açıksa.

Eğer ki, yoğunlaşma olduğu takdirde daha iyi bir ölçeğe kavuşursa ve maliyetlerinde daha sonra bir iniş olursa, başında bu yoğunlaşma olumsuz olsa bile maliyetleri düştüğü için aslında toplumsal refah yükselebilir. Yoğunlaşmaya rağmen ölçek ekonomisinde daha iyi bir noktaya geldiği için, daha iyi bir noktaya gelinebilir.

Ancak biz neo-klasik iktisat demeyi düşünmeyiz; çünkü ölçek ekonomisi sonsuz olduğu için fark etmez, maliyetler değişmez diye düşünürüz, oysa öyle değil; çünkü farklı ölçekler ve farklı maliyetler var. Eğer, neo-klasik iktisatı

reddediyorsanız, ama reddetmek zorundasınız; çünkü başka türlüünü günümüzde düşünmek mümkün değil.

Ama şu düşünülmemeli: Bütün yoğunlaşmalar iyidir gibi bir yargıya varmamalıyız, onun altını çiziyorum. Nihayetinde yoğunlaşma tabii ki çok olumsuz olabilir ve genellikle de olumsuzdur.

Öte yandan Amerikan ekonomisine baktığımız zaman, Amerikan ekonomisinde ölçeklerle ilgili tabii ki bir farklılık var; daha esnek bir üretime geçtiler. Neden esnek üretime geçtiler? Şu nedenle geçtiler, ki esnek üretim daha orta ölçekli bir üretimdir ve Japonya'daki üretim skalası çok daha büyüktür. Çünkü, zaman zaman ekonomi "boomlara ve resesyonlara" girdiği zaman optimum ölçeğin altına düşmekte sanayi ve düştüğü içinde o zaman çok yüksek maliyetlerle çalışmakta ve uluslar arası rekabet gücünü yitirmektedir. Bu Amerika'da bir süre oldu, Japon arabalarıyla bir süre mücadele edemez hale geldiler. Çünkü, Ford vemotors'un ürettiği adet çok yüksekti ve çok yüksek ürettiği için ekonomi sıkıştığı zaman bunlar optimum ölçeğin altına indiler, üretim düzeyi itibariyle, çok yüksek maliyetlerle karşılaştıkları zaman Japonlarla rekabet edemediler.

Sonra bunu öğrendi Amerikalılar, o arada da Japonlar çok yüksek ölçeğe ulaştıkları için, bütün dünyaya sattıkları için çok yüksek ölçeklerde üretime başladılar ve bütün tesislerini çok yüksek ölçek üzerine kurdular. Amerikalılar ise, esnek üretime geçtikleri için ekonomik dalgalanmalarına uyarlanabilir bir biçimde, böyle bir üretim tarzına geçtikleri için Japonlar sıkıntıya girdiler ve Amerikalılar sıkıntıyı atlattılar ve biliyorsunuz ki, son 5-6 yıldır Amerikan ekonomisi çok olumlu bir büyümeyi yakalamış düzeyde.

Tabii ki bir başka noktada, teknolojidir. Amerikalılar teknoloji ürettiler, özellikle enformasyon teknolojisinde inanılmaz bir atlama yaptılar, bu da son derece önemli ve bunu da Ar-ge'yle yaptılar tabii ki, bunu büyük firmalar yaptılar. Yani; Intel gibi, IBM gibi, Microsoft gibi çok büyük firmalar yaptılar ve Amerikan ekonomisinin bugün adeta lokomotifini oluşturan Microsoft firması dünyanın en büyük firması.

Acaba bu firmayı parçaladığımız zaman Amerikan ekonomisinde olumlu gelişmeler olacak mı? Bakın bir tanesini geçtiğimiz hafta yaşadık Nasdaq çöktü, Nasdaq çöktü ve buradan büyük finansman elde eden enformasyon firmalarının büyük bir kısmı o finansmanı daha yüksek maliyetlerle veya daha zor elde edecekler. Belki de Amerikan ekonomisi bundan olumsuz etkilenecek. Yani,

GÜNEŞ

Microsoft konusunda alınmış karar belki de Amerikan ekonomisini olumsuz etkileyecektir.

Kuşku yok ki, Türk rekabet yasasının hazırlanma sürecinde bir Amerikan antitröst yasalarında olduğu gibi katı bir telakki hiç düşünülmedi. Daha esnek bir telakki vardı, ama bu bugün Türkiye’de Rekabet Kurumunun birçok piyasada katı bir biçimde ceza uygulaması veya araştırma başlatmaması anlamına gelmez.

Türkiye’de birçok kesimde bırakınız yoğunlaşmayı onu hiç konuşmuyorum bile, rekabeti engelleyen çok önemli konular var. Meselâ geçtiğimiz hafta medyada başlatılan fiyat kampanyası; biliyorsunuz burada adeta uyumlu eylem izlenimini veren iki büyük kurum Sabah ve Hürriyet-Milliyet kurumunun birlikte fiyat indirisi oldu, bu çok önemli. Çünkü iki grup daha var, nispeten daha küçük; bir Akşam grubu var, Çukurova’nın yayın grubu, bir de Star Gazetesiyle Uzan grubu var.

Tabii bu değer iki firma bu fiyat yarışında olumsuz etkilenebilirler, bu çok önemli bir nokta. Bu kavganın ciddi bir biçimde incelenmesi gerekebilir.

Ben burada şu konuya tekrar değinmek isterim: Ölçek ekonomisini incelerken size işaret etmek istediğim bir örnektir. Sadece tüketicinin hakları telakkisiyle bakılırsa, o zaman fiyat tek endikasyon haline gelir. Yani tek gösterge, tek somut kanıt fiyat haline gelir. Oysa burada bakılması gereken şey, sosyal refahın maksimizasyonu.

Tabii tüketiciyi olumsuz etkilemesiyle sosyal refah olumsuz etkilenebilir, etkilenmeye de bilir yahut toplumda sadece tüketici hakları veya tüketicinin malı ucuz alması yoktur. Tabii fiyat indirdiğiniz zaman tüketici bundan yararlanıyor, ama daha sonra çok zarar göreceği düşüncesiyle biz burada bir cezai araştırma başlatıyoruz. İleride pahalıya alacak diye, ama ileride pahalıya aldığı takdirde bile sosyal refah maksimize edilebilir. Bu tür durumların önemli olabileceğinin altını çiziyorum.

Murat PEKSAVAŞ - Koç Holding. Rekabet Kanununun hazırlanmasına ön ayak olan bir kişi olduğunuz için özellikle sormak istiyorum.

Rekabet konusuyla pazarın ve ülkenin ekonomik gerçeği arasındaki ilişkiye değindiniz. Şimdi bu kanun çıktıktan sonra çok sayıda tebliğ yayınlandı. Bu tebliğlerde genellikle Avrupa Birliği hukukundaki direktiflerle uyumlu, hatta

neredeysse çoğu zaman birebir tercümesi olduğu düşündürecek düzeyde benzeyen tebliğler.

Kanundan sonraki evrim konusunda ne düşünüyorsunuz? Sizce Türkiye'nin gerçeklerini yansıtıyor mu ve bundan daha sonrası için Avrupa Birliği hukuku da bir evrim içerisinde. Sizce olası bir modernizasyon ne yönde olmalıdır? Teşekkür ederim.

Prof. Dr. Hurşit GÜNEŞ - Bugün dördüncü defa söyleyeceğim. Ben bir rekabet hukukçusu değilim, rekabet iktisatçısıyım. Dolayısıyla kurumun gelişmesini çok yakından izleyemiyorum. Ama çok genel birkaç şey söyleyeyim; tabii Türkiye'de rekabet konusunda yeterince bir bilgi birikimi olmadığı için, yani gerek akademik dünyada, gerekse bürokraside bu konuda uzman olan kişilerin isimleri sayılı. Dolayısıyla, Rekabet Kurumunun henüz bu aşamada emeklemesinin süreceğini düşünüyorum, ki şu anda da emekliyor. Daha uzmanlarını alınışı birkaç yıldır sürüyor, bunlar uzman yardımcılığı düzeyinde kurslar görüyorlar, eğitimler yapıyorlar, yurtdışına insanlar gönderiliyor, yurtdışından insanlar geliyor, tartışmalar sürüyor. Bütün bu sektörlerin incelenmesi gerekiyor, piyasaların incelenmesi gerekiyor, tabii ki işin başındayız bir.

İkincisi, Türkiye'de başka bir ilginç noktayı söyleyeyim; Türkiye'de gerek TÜSİAD, gerekse diğer iş aleminin önemli kuruluşları insan haklarına kadar pek çok konuyu incelediler. Türkiye'de alternatif anayasayı çıkardı TÜSİAD, insan haklarıyla ilgili önerilerde bulundu. Ama, Türkiye'de TÜSİAD rekabetle ilgili neler yapılması konusunda hiçbir şeyleri olmadı.

Ben TÜSİAD'ın rekabet yasası çıkarken önemli bir engel çıkarttığını düşünmüyorum. O tarihlerde, yani bu yasa yeni hazırlanmaya başladığında TÜSİAD'ın bir toplantısına davet edilmişim ben ve o zaman TÜSİAD yöneticileri bana yasayla ilgili bilgi sormuşlardı. Ama, yasanın hazırlanış sürecinde bir büyük engelleme kampanyasıyla yasa karşılaşmadı, bunu açık yüreklilikle ifade edeyim. Bununla beraber, yasanın şu anda uygulanmasına ilişkin, yasaya sahip çıkma ve kurumun daha başarılı bir performans izleyebilmesi için iş aleminin yeterince katkıda bulunduğunu düşünmüyorum.

Biliyorum ki, kuruma birçok başvuru var. Ama bu başvuruların adedi çok daha büyük olmalıydı diye düşünüyorum. Nihayetinde kurum şu anda bütün tespitleri yapacak, kurum kendi içinden de tespit yapabilir veya birisi şikayette de bulunabilir. Kurum tespitleri yapacak birikime henüz kavuşmuş değil, dolayısıyla

GÜNEŞ

şikayetler üzerine henüz ilerleyebiliyor. Bu şikayetlerde yeterince sayıda değil, iş alemi bana kalırsa Rekabet Kurumuna vermesi gereken önemi vermiyor.

Bugün Türk medyası da Rekabet Kurumuna vermesi gereken önemi vermiyor. Meselâ ben Türk medyasında Rekabet Kurumuna herhangi bir konuyu ihbar eden, herhangi bir şey görmedim, varsa bile sayılıdır diye düşünüyorum. Basında şu şu konuyu inceleyin ey Rekabet Kurumu nerdesiniz diye bir köşe yazısı veya bir haber ben okumadım. Oysa olmalıdır. Nihayetinde bu da yöntemlerden bir tanesidir.

Ama şunu söyleyeyim: Türk ekonomisinin bu gelişmişlik düzeyine, yani Türkiye’de fert başına düşen gelir 2800 dolar. 2800 dolar fert başına geliri olan ülkelerin içinde nadir rekabet hukuku olan ülkelere bir tanesi, bu bence çok önemli bir taraf ve Türkiye’de önümüzdeki yıllarda Rekabet Kurumunun öneminin daha fazla anlaşılacağını düşünüyorum.

Rekabet Kurumu bir 5-10 yıl sonra varmak istediği noktaya vardığı zaman, yani kurumun kendi içindeki organizasyon yapısı ve birikimi itibariyle Rekabet Kurumunun ağırlığı çok daha fazla hissedilecektir. Çok daha cesur kararların alınması mümkün olacaktır; çünkü şu anda öyle bir birikim olduğu zaman öyle zannediyorum ki konuşmanın da sonunda söylediğim gibi; Türk ekonomisinde ve siyasetinde önemli, farklı yapılar, anlayışlar gelecektir.

Oturum Başkanı - Saniyorum başka sorumuz yok. Değerli katılımcılarımız; konferansımız burada son ermiştir. Sayın hocamıza aydınlatıcı açıklamalarından dolayı şükranlarımızı sunuyoruz. Katılımcılarımıza sorularıyla yapmış oldukları katkılardan dolayı teşekkürlerimizi sunuyoruz.

İyi akşamlar efendim.