
Yatay Birleşmelerin Rekabet Üzerindeki Etkisi: Bir Literatür Çalışması*

Sevilay SARICA

Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF

sevilaysarica@yahoo.com.tr

Özet

Yatay birleşmelerin rekabet üzerine etkilerini araştıran çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu literatür çalışmasında ise, yatay birleşmelere ağırlık verilmek suretiyle, yatay birleşmelerin rekabet üzerindeki etkileri konusunda bazı seçilmiş çalışmaların gözden geçirilmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışmaların incelenmesiyle ortaya çıkan en önemli bulgu, kullanılan yöntemlerin ve ele alınan dönemlerin farklılığı nedeniyle çalışma sonuçlarının büyük ölçüde farklılık gösterdiği'dir. Bu çalışmalarda, yatay birleşmelerin rekabet üzerindeki olumsuz etkisinin mevcut olduğu ortaya konmasına rağmen, bu etkinin boyutu konusunda kesin bir şey söylemek mümkün değildir.

Anahtar Kelimeler: Birleşmeler, Yatay Birleşmeler, Rekabet

JEL Sınıflaması: D21, L22, L41

The Impact of Horizontal Mergers on Competition: A Literature Survey

Abstract

A large number of studies have been devoted to the effects of horizontal mergers on competition. This survey intends to review some selected studies about the effects of competition on horizontal mergers with a special attention given the horizontal integration. One of the important results obtained from this literature survey is that the findings of many researches have largely been controversial due to the different approaches and the time periods used in their studies. In these studies, even though it has been proved that horizontal mergers have negative effects on competition, it is not possible to make any precise comment on the dimension of this effect.

Keywords: Mergers, Horizontal Mergers, Competition

JEL Classifications: D21, L22, L41

* Bu çalışmada şu kaynaktan yararlanılmıştır: Sarıca, S. (2005). *Rekabet Teorisi Firma Birleşmeleri ve Etkileri*. Yayımlanmamış doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara. Danışman: Prof. Dr. Orhan Morgil. Bu çalışma, söz konusu tezin ilgili bölümlerinin gözden geçirilmiş ve güncellenmiş halidir.

1. Giriş

Küreselleşen dünya ekonomisi her geçen gün artan bir rekabet ortamını da beraberinde getirmektedir. Küreselleşmenin yaşandığı, rekabetin arttığı, yerel ve küçük pazarların yerlerini daha büyük ve gelişmiş pazarlara bıraktığı günümüz dünya ekonomisinde, büyük ölçekte faaliyette bulunan firmaların toplam dünya ticaretinde daha yüksek oranlarda pay sahibi olduğu gözlenmektedir. Üretim teknolojilerinin çok kısa aralıklarla yenilenmesi, yeni buluşların artması, AR-GE faaliyetlerinin önemini ve finansal yükünü oldukça yüksek boyutlara ulaştırmakta ve büyük ölçekte faaliyet gösteren firmaların önemini arttırmaktadır. Büyük ölçekte faaliyette bulunan firmalar rekabet güçlerini artıran avantajlara sahip olabilmektedirler.

Bu çerçevede eksik rekabet piyasalarında faaliyette bulunan firmalar kârlarını artırmak, ölçek ekonomilerinden yararlanmak, üretim, pazarlama, araştırma-geliştirme ve finansman kaynakları gibi konularda tasarruf ve avantaj sağlamak, rekabet güçlerini artırmak, ucuz girdi sağlamak, yetenekli yöneticilere ulaşmak, piyasalarda ayakta kalabilmek ve devamlılığı sağlamak, yatırımları farklı alanlara kaydırarak riski yaymak gibi nedenlerle birleşmeye yönelmektedirler.

Bu çalışmanın temel amacı yatay birleşmelerin rekabet üzerindeki etkilerini ele alarak elde edilen bulgular sonucunda saptamalarda bulunmaktır.

2. Yatay Birleşmeler (Horizontal Mergers)

Yatay birleşmeler aynı faaliyet alanında çalışan başka bir ifade ile aynı sektörde faaliyet gösteren ve üretim süreçlerinin benzerlik gösterdiği firmalar arasındaki birleşmeleri ifade etmektedir. Yatay birleşmeler, rakip firmayı piyasadan silmek ve pazar payını artırmak amacı ile yapılmaktadır. Ayrıca ölçek ekonomileri nedeniyle de firmaların yatay birleşmelere yöneldikleri görülmektedir. Yatay birleşmeler sayesinde üretim ve pazarlama faaliyetlerinde etkinlik sağlanmaktadır (Lubatkin ve O'Neill, 1987, s. 674; Shepherd, 1990, s.187; Lipczynski ve Wilson, 2001, s. 124; Begg, Fisher ve Dornbusch, 1994, s. 300).

Yatay birleşmelerde firmaların piyasa gücü elde etmek, ölçek ekonomilerinden yararlanmak, pazar payını artırmak amacıyla birleşmelere yöneldikleri görülmektedir. Yatay birleşmeler sonucunda piyasa gücü ve etkinlik artmakta, birleşen firmaların fiyat üzerinde kontrolü oluşmaktadır (Martin, 1994, ss. 260-270).

3. Yatay Birleşmelerin Rekabet Üzerine (Anti-Rekabetçi) Etkileri

Yatay birleşmelerde, birleşme öncesinde firmaların rakip oldukları görülmektedir. Yatay birleşme, birleşme öncesine kıyasla, birleşme sonrasında piyasada en az bir firmanın eksilmesine sebep olmaktadır. Ayrıca birleşme sonucunda ortaya çıkan

firma, birleşmeyi gerçekleştiren firmalara kıyasla piyasada daha büyük bir paya sahip olmaktadır.

3.1 Yatay Birleşmelerin Piyasada Oligopolistik İşbirliğine Yol Açması

Burada oligopolistik işbirliği kavramı ile açıkça veya gizlice ortaya konan anlaşma ve davranışlar kastedilmektedir. Yatay birleşmeler sonucunda, birleşen firmaların kârlarını artırmak amacıyla fiyat tespit etmek ve miktar kısıtlamasına gitmek yönünde oligopolistik işbirliğine yönelme eğiliminde olmaları endişe verici bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Oligopolistik işbirliğine yönelme şeklinde ortaya çıkan bu davranışların ise daha çok homojen mal üreten piyasalarda yaygın olduğu görülmektedir. Yatay birleşmeler ise genellikle bu tür piyasalarda oluştukları için, bu piyasa yapısının daha da belirginleşmesine neden olarak bu piyasalarda oligopolistik işbirliği eğilimlerinin ortaya çıkması sonucunu doğurabilmektedirler. Dolayısıyla bütün piyasalarda birleşme sonrası ortaya çıkan etkileri görmek açısından, piyasa payları tek başına yeterli olmasa da iyi birer göstergedir (Caves, 1987, ss.165-166; Röller, Stennek ve Verboven, 2000, s. 23).

Yatay birleşmeler aynı piyasada birbirleri ile rakip konumunda olan firmaların birleşmelerini ifade ettiği için, bu tür birleşme sonrasında piyasada öncesine göre en az bir firma eksilmekte ve birleşme sonucu ortaya çıkan firmanın piyasa payı, birleşmeye katılan firmaların piyasa payından daha fazla olmaktadır. Bu tür birleşmenin olduğu piyasada, firma sayısı az ise ve ürün homojen ise söz konusu birleşme bu sayının daha da azalması sonucunu doğurarak bu piyasa yapısının daha da güçlenmesine neden olmaktadır. Bu ise sonuçta firmaları yukarıda açıkladığımız gizli veya açık işbirlikçi sürece itecektir. Diğer yandan piyasada az sayıda firma varsa yatay birleşmeler bu firma sayısının daha da azalması sonucunu doğurarak oligopolistik piyasa yapısının daha da güçlenmesine neden olacaktır. Ancak ilgili piyasada çok sayıda firma olmasına rağmen birkaç büyük firma piyasayı yönlendiriyor ve küçük firmalar bu büyük firmaların kararlarına uyuyorlar ise bu durumda üç önemli sonuçtan bahsedilmektedir. Bunlardan birincisi bu tür piyasadaki yatay birleşme eğer piyasadaki büyük firmalar arasında gerçekleşiyorsa, bu durum, piyasada küçük firmalar karşısında çok daha büyük firmaların oluşmasına ve bu firmaların çok daha etkili konuma gelmelerine neden olmaktadır. İkincisi ise bu tür piyasadaki yatay birleşme büyükler yerine küçük firmalar arasında gerçekleşiyorsa, bu durumda piyasadaki büyük firmalar karşısına yeni bir takım büyük firmaların çıkması sonucunu doğuracaktır. Üçüncüsü ise bu tür piyasadaki yatay birleşme ya da satın alma, büyük firmaların piyasadaki küçük firmaları satın alması şeklinde gerçekleşiyorsa (büyük firmalar kendilerinden daha az etkin olan küçük firmalarla birleşerek) bu durum, piyasadaki küçük firmaların sayısının azalması büyük firma sayısının ise artması sonucunu doğuracaktır (Füsunoğlu, 1996, ss. 248-249; Weston, 1952, ss. 30-38; Stigler, 1950, ss. 23-34; Barton ve Sherman, 1984, ss. 165-177; Norman ve Pepall, 2000, ss. 451-470; Caves, 1987, ss. 165-166).

3.2 Yatay Birleşmelerin Piyasada Tek Firma Hâkimiyetine Yol Açması

Yatay birleşmeler sonucunda piyasada tek bir firma hâkimiyetinin ortaya çıkması endişe verici bir durum olarak görülmektedir. Birleşme öncesinde firmalar birbirleriyle rekabet eden iki farklı ikame malını, üretiyorlarsa bu firmaların yatay birleşmeye gitmeleri sonucunda söz konusu mallardaki rekabet ortadan kalkmakta ve birleşme sonrası ortaya çıkan firma her iki ürünün fiyatını da artırabilmektedir. Bu ise piyasada daha baskın bir firmanın ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Çünkü piyasadaki her bir firma sadece bir mal üzerinde söz hakkına sahip olarak piyasadaki belli bir pay almakta iken, birleşme sonucu oluşan firma piyasa da iki mal üzerinde söz hakkına sahip olarak piyasadaki daha büyük bir pay alabilecektir. Dolayısıyla firmaların gerek ürünlerin niteliği gerekse de maliyet ve kapasite açısından farklılaştıkları piyasalar söz konusu olduğunda, böyle bir birleşme, birleşen firmaya, fiyat ve miktarı diğer firmalarla işbirliğine gitmeden ya da işbirliğine gerek duymadan tek yanlı olarak belirleme imkânı vermektedir.

Ürünler açısından değil, üretim kapasitesi açısından farklılaşan firmaların, birleşme sonucu ortaya çıkan firma önemli bir piyasa payı elde edebilmektedir. Ancak önemli bir piyasa payı elde eden bu firma, diğer rakip firmaların kapasite sınırında üretiyor ve üretimlerini kendilerine kârlı olacak şekilde arttıramıyorsa, fiyatları tek yanlı olarak arttırma imkânına kavuşacaktır (Leddy, 1993, s. 19). Birleşme sonucu ortaya çıkan firma fiyatı arttırdığında, diğer firmaların üretim miktarlarını arttırmaları şeklinde tepki vermeleri beklenmektedir. Ancak rakip firmaların üretim kapasiteleri, bu miktar artışını gerçekleştirmelerine yetmiyor ise, tüketicilerin, fiyat artışı sonrası birleşen firmanın ürünlerinden caymaları mümkün olmayacaktır. Bu ise aşırı kapasiteye sahip iki firma birleşmesinin (ürünler homojen olsa bile) sonuçta tek yanlı fiyat artışıyla sonuçlanmasına neden olacaktır (Martin, 1994, ss. 262-264).

Birleşme olmadan önce piyasada bir Cournot dengesi varken, birleşme sonucu oluşan firma ve bu birleşmeye katılmayan firmalar arasında yeni bir Cournot dengesi oluşacaktır. Dolayısıyla sonuç olarak Cournot modellerindeki birleşmelerin (sinerji yoksa) daima fiyatı arttırdığı ortaya konmaktadır. Cournot modelinin sınırlayıcı bir durumu, baskın firma modelidir. Bu modelde baskın firma tarafından yan firmaların satın alınması fiyatı arttırmaktadır (Hay ve Werden, 1993, ss. 173-174; Farrell ve Shapiro, 1990, ss.107-126).

Stigler sonuçta monopol amaçlı birleşmenin kârlı olabileceğini ortaya koymaktadır. Eğer yeni firmaların girişi çok hızlı değil de, geniş bir zaman diliminde ortaya çıkmakta ise, birleşen firmanın monopol kârları büyük bir zaman diliminde devam edecektir (Stigler, 1950, ss. 23-25).

3.3 Yatay Birleşmelerin Piyasadaki Diğer Firmaları Dışlayıcı Etkisi

Yatay birleşmelerin piyasada yaratacağı ifade edilen diğer bir olumsuz durum ise, birleşme sonucu oluşan firmanın, piyasadaki diğer firmalara göre daha güçlü konuma gelmesinden dolayı, diğer firmaları piyasadaki dışlayıcı etki yaratmasıdır. Burada birleşme sonucu oluşan firma piyasada elde ettiği gücü, işbirliğine dayalı ve tek taraflı etkiler kapsamında olduğu gibi fiyatı artırma yönünde değil, mevcut rakipleri zayıflatma ve piyasaya giriş engellerini artırma yönünde kullanmaktadır. Ancak bu tür etkiler genellikle rakipler tarafından öne sürüldüğü ve şikayetçi rakiplerin çıkarları da diğer rakipler gibi, bir çok durumda ekonomik refahla çatıştığı için dikkatle incelenmesi gereken etkilerdir. Çünkü bu etkiler ele alınan işbirlikçi ve tek taraflı etkilere kıyasla rakipler tarafından daha endişe verici olarak ele alınmaktadır. Çünkü işbirlikçi ve tek taraflı olan etkiler sonucu ortaya çıkan fiyat artışları rakiplerin zararına değil yararına olmaktadır (Röller, Stennek ve Verboven, 2000, s. 41). Bu nedenle rakipler birleşme sonucu ortaya çıkacak olan fiyat artışlarından değil, birleşme sonucu ortaya çıkacak olan firmanın maliyetlerinin düşmesinden endişe duymaktadırlar. Çünkü maliyetteki azalış fiyatta azalışa neden olmakta, bu ise rakipler açısından bir dezavantaj teşkil etmektedir. Sonuçta birleşme sonucu ortaya çıkacak olan firma; yarıcı fiyat veya ayırıcı fiyat uygulaması, mutlak maliyet avantajına sahip olması, ölçek ekonomileri yaratması ve büyük olmanın getirdiği başlangıç sermayesinin yarattığı üstünlükle rakip firmaları piyasadaki dışlayıcı etkilerde bulunmaktadır (Lipsey vd., 1993, s. 275; Stigler, 1950, ss. 25-27; Koutsoyiannis, 1987, ss. 337-346; Bain, 1956, s. 6; Dinler, 1990, s. 247; Stiglitz, 1994, ss. 121-122; Koutsoyiannis, 1987, ss. 348-350; Weston, 1952, s. 30).

Sonuç olarak, yatay birleşmelerin oligopolcü piyasa yapısını doğurması sonucunda, bu piyasa yapısının yaratacağı dışlayıcı etkileri de beraberinde getirebileceği görülmektedir.

McIntosh yaptığı çalışmada, 1976-1996 döneminde Kanada'da ortaya çıkan 5 en büyük banka birleşmesini ele alarak birleşmelerin fiyat ve refaha olan etkisini analiz etmektedir. Çalışma sonucunda ölçek etkinliğinin, birleşmenin yarattığı rekabet azalışı sonuçlarını dengelemek için oldukça büyük olduğu görülmektedir. Bu çalışmada tahmin edilen model, 1998'de önerilen bütün birleşmelerin daha düşük fiyatlara ve tüketici refahında bir artışa neden olacağını ortaya koymaktadır (McIntosh, 2002, ss. 457-475).

3.4 Yatay Birleşmelerin Piyasa Payı, Piyasa Gücü ve Yoğunlaşma Üzerine Etkisi

Yatay birleşmelerin gerçekleşmesi sonucunda endüstride yoğunlaşma düzeyinde önemli değişiklikler ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan yatay birleşmeler gerek birleşen gerekse birleşmenin dışında kalan firmaların piyasa payı ve piyasa gücünde değişikliklere yol açmaktadır.

Uzun süreden beri ekonomistler yatay birleşmelerle yoğunlaşma arasında sıkı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadırlar. Yani yatay birleşmelerin gerçekleştiği endüstride yoğunlaşmanın arttığını ifade etmektedirler. Özellikle de yatay birleşmelerin, oluşturduğu piyasa yapısı ile bağlantılı olarak daha az etkin kaynak dağılımına neden olduğu ve kaynak dağılımında etkinliği bozduğu yönündeki endişeler iktisatçıların daha çok bu alana ağırlık vermeleri sonucunu doğurmaktadır (Stillman, 1983, s. 226; Lopez, Azam ve Liron-Espana, 2002, ss. 115-126; Caves, 1987, s. 165; Levine ve Aaronovitch, 1981, s. 149).

1940-47 yılları arasında büyük şirketlerin yatay ilişki içinde olduğu küçük rakiplerin satın alınmasıyla ortaya çıkan birleşme hareketi sonucunda 250 şirketin ortadan kalktığı vurgulanmaktadır. Sonuç olarak bu son birleşme hareketi ile yoğunlaşmada sezilebilir önemli bir artış ortaya çıkmamıştır (Weston, 1952, ss. 33-38). 1980'ler ve 1990'lardaki birleşme dalgasında belirli sanayiler birleşmeden (özellikle havayolu sanayi) büyük ölçüde etkilenmişlerdir. 1985-1987 deki birleşme serisi en büyük sekiz havayolunun sanayi trafiğindeki birleşik payını % 76'dan % 91'e çıkarmıştır. Havayolları içindeki birleşmelerin artması endüstri içinde yoğunlaşmanın giderek derinleşmesi sonucunu doğurmuştur. Kısacası havayolu alanında ortaya çıkan birleşme ve satın almalar iki havayolundan birinin ortadan kalkmasıyla sonuçlanmış bu da yoğunlaşmanın artması sonucunu doğurmuştur (Shepherd, 1990, s. 199; Brueckner ve Spiller, 1991, s. 336; Hergott, 1997, ss. 793-800).

Yatay birleşmelerin, oluşturduğu piyasa yapısına bağlı olarak piyasa gücünü artırdığı görülmektedir. Piyasa gücü firmanın fiyatı birim maliyetin (marjinal maliyetin) üstünde tutma gücüdür. Bu ise; toplumun bir mala verdiği değer yani fiyatın, bu malı üretmek için toplumun katlandığı maliyetten daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum ise ekonomide kaynakların etkin bir şekilde dağıtılmadığı anlamına gelmektedir (George, Joll ve Lynk, 1992, s. 108). Piyasa gücü arayışı yatay birleşme için en önemli nedenlerden biridir. Eğer birleşme endüstrideki tüm firmaları birleştirirse, birleşme sonrasında ayakta kalan firma baskın firma olmakta ve fiyatın ve miktarın ne kadarının giriş maliyetlerine bağlı olacağına karar verebilmektedir. Söz konusu firma fiyatı sınırlayıp pozisyonunu koruyabilir ya da yavaş yavaş piyasa payını yeni üreticilere terk edebilir. Ancak eğer birleşme piyasadaki tüm firmaları değil de, bazı firmaları kapsıyorsa, birleşmelerin piyasa gücü üzerindeki etkisi daha karmaşık olmaktadır. Bu etkiye miktar ayarlamasına giden piyasalardaki birleşmeler ve fiyat ayarlamasına giden piyasalardaki birleşmeler açısından bakılacaktır (Martin, 1994, ss. 261-265).

Miktar ayarlamasına giden (Cournot modeli) piyasalardaki birleşmelerde birleşmiş firma, birleşmenin dışında kalan bağımsız firmanın kararlarını kontrol edemediğinden dolayı, birleşmeden sonra, birleşme öncesine göre daha az kâr elde edebilmektedir. Eğer talep eğrileri doğrusal ise ve maliyetler sabitse, birleşme kârlı olmadan önce piyasadaki firmaların en az % 80'nini içermelidir.

Dolayısıyla yan firmaların üretim genişlemelerini önleyen giriş ve genişleme maliyetleri olmadıkça, baskın bir firmanın piyasa gücünü uygulaması mümkün değildir (Salant, Switzer ve Reynolds, 1983, ss.185-199).

Fiyat ayarlamasına giden (Bertrand Modeli) piyasalardaki birleşmelerde firma, birleşme sonucu oluşan büyük firma gibi fiyatını aynı yönde değiştirerek birleşmeye tepki verecektir. Bu durumun miktarı belirleyen piyasadaki tepkiyle zıt yönde olduğu görülmektedir. Bu piyasadaki yan firma baskın firma üretimini kısıtladıkça kendi ürününü genişletmeye gidecektir. Burada her durumda bağımsız firma yani birleşmeye katılmayan firma kendi kârını en üst seviyeye çıkarmak için hareket edecektir. Fiyat belirleyen piyasada bağımsız firma birleştirilmiş firma ile çalışırken, miktar belirleyen piyasadaki bağımsız firma ise birleştirilmiş firmaya karşı çalışmaktadır. Bu fark miktar belirleme piyasalarındaki birleşme analizinin sonuçlarını ters çevirmek için yeterli olmaktadır. Fiyat belirleyen piyasalarda birleşen firmalar, birleşmeden sonra her zaman kâr artışı yaşamakta ve piyasa gücüne sahip olmaktadır.

Hisse senedi fiyatı veya çıktı fiyatı hareketlerine bakarak yatay birleşmelerin piyasa gücü üzerindeki etkisi analiz edilmektedir. Alternatif olarak piyasa gücünü artıran birleşmelerin, marjinal maliyetin üzerinde fiyatı arttırmak için büyük bir yeteneğe sahip olması (Ceteris Paribus birleşme öncesi kanıtlar), hava alanı ve hastanelerde çıktı fiyatlarının artmakta olduğunu göstermekte ve aynı zamanda yatay birleşmelerin piyasa gücünü arttırdığı fikrini desteklemektedir. Amerikan çelik endüstrisine yönelik yapılan çalışma, ABD çelik endüstrisinde birleşmelerin piyasa gücünü artırdığını ve piyasa gücündeki artışın ise aşamalı olarak ortaya çıktığını vurgulamaktadır (Gallet, 2001, ss. 327-336).

Eğer bir birleşme piyasa gücü ile işletiliyorsa, birleşen firma fiyatını artıracak ve çıktısını azaltacaktır. Birleşen firmanın piyasa payının eğer birleşme piyasa gücü ile işletiliyorsa düşeceği yönünde güçlü bir tahmin bulunmaktadır. Bunun aksine eğer firma yeterli değişken maliyet sinerjileri yaratırsa, birleşen firmalar piyasa paylarını artıracaklardır. Esasen fiyat seviyesini arttırmaya eğilimli birleşmeler, birleşen firmaların piyasa payını azaltma eğiliminde olmakta, fiyat seviyesini azaltma eğiliminde olan birleşmeler ise, birleşen firmaların piyasa paylarını artırma eğiliminde olmaktadır. Bu alandaki çalışmaların sayısı az olmakla birlikte, yapılan çalışmalar yatay birleşmelerde yer alan firmaların piyasa paylarının düştüğünü ortaya koymaktadır (Röller, Stennek ve Verboven, 2000, s. 47; George, Joll ve Lynk, 1992, ss. 107-108; Waldman ve Jensen, 1994, s. 107; Caves, 1987, s. 158).

Birleşme sonrası ortaya çıkan firma, birleşmeyi oluşturan firmaların sahip oldukları piyasa paylarından daha büyük bir paya sahip olmaktadır. Piyasada az firma varsa, rekabet sınırlıysa ve bu birleşen firmanın payı piyasada önemli ise bu durum endişenin artmasına neden olmaktadır. 1976'da Xidex şirketinin Scott Graphics şirketinin Diazo işini satın alması bu şirketin Diazo mikrofilm alanında

Amerika piyasasındaki payının %40'dan % 55'e çıkmasına neden olmuştur. Diğer yandan 1979'da Xidex'in Kavlar şirketinin varlıklarını satın alması ise bu şirketin Vesicular mikro film alanındaki Amerikan piyasasındaki payının %67'den %93'e çıkması sonucunu doğurmuştur. İki ürün birleştirildiğinde 1976'daki satın alma Xidex'in Amerika "gümüş olmayan çoğaltma mikro film" satışlarının % 46'dan % 55'e 1979'daki satın alma ise satışların % 61'den %70'e çıktığını göstermektedir (Barton ve Sherman, 1984, ss. 166-167; Green, 1987, s. 496).

Pesendorfer yaptığı çalışmada, 1980'lerin ortalarında ABD'deki kağıt sanayideki yatay birleşmeleri ele alarak, birleşmelerin maliyetler ve tüketici refahı üzerindeki etkilerini analiz etmektedir. Çalışma sonucunda diğerlerinin piyasa payları artıyorken, satın alınan firmaların yaklaşık üç aylık sürede birleşme sonrasında piyasa paylarını kaybettikleri görülmektedir (Pesendorfer, 2003, ss. 495-515).

Yatay birleşmelerin piyasada anti-rekabetçi etkilerinin genellikle yüksek yoğunlaşmaya sahip piyasalarda ortaya çıktığı görülmektedir. Ancak W.James Adams anti-rekabetçi sonuçların sadece yatay birleşmelerde ve yüksek derecede yoğunlaşmaya sahip piyasalardaki birleşmelerden ortaya çıktığı yönündeki görüşe katılmamaktadır. Adams yatay birleşmelerin oldukça yoğunlaşmamış piyasalarda bile artan piyasa gücü ve daha yüksek fiyatlarla sonuç vereceğini iddia etmektedir. Adams tek başına yoğunlaşmanın piyasa gücü için zayıf bir neden olduğunu ifade etmektedir (Browne ve Rosengren, 1987, ss. 12-13).

3.5 Yatay Birleşmelerin Fiyat, Çıktı ve Kâr Üzerine Etkisi

Bir endüstride gerçekleşecek olan bir birleşmenin gerek endüstrinin gerekse birleşmeye katılan ve katılmayan firmaların fiyatını, çıktı miktarını ve kârını etkilediği görülmektedir.

3.5.1 Yatay Birleşmelerin Fiyat Üzerine Etkileri

Yatay birleşmelerin fiyatlar üzerindeki etkisi, maliyet tasarrufu yaratıp yaratmadıkları açısından değerlendirilmektedir. Dolayısıyla maliyet indirimine neden olan yatay birleşmelerin fiyatlarda düşüşe neden olabileceği ifade edilmektedir. Diğer yandan yatay birleşmeler eğer kalitede yeterli derecede bir ilerleme sağlanmışsa, tüketicilerin fiyat düşüşü olmadan bile söz konusu birleşmeden kazançlı çıkabilecekleri ifade edilmektedir. Temel olarak yatay birleşmelerin, sanayideki rekabet içinde olan firmaların sayısında azalmaya neden olarak, fiyatları artıracığı görüşünün ön planda olduğu görülmektedir.

3.5.1.1 Anlaşmanın Olmadığı Teoriler (Non-Collusion Theories)

Farrell ve Shapiro 1990'da yaptıkları çalışmada tüm firmaların homojen mal ürettiği Cournot modelini göz önünde bulundurmışlardır. Bu yapıdaki bir piyasada birleşmenin tüketicilerin yararına fiyatı düşürmesi ve çıktıyı artırması

için gerekli iç verimliliklerin doğasını ve boyutunu analiz etmişlerdir. Yapmış oldukları analizler sonucunda da şu sonuçlara ulaşmışlardır (Farrell ve Shapiro, 1990, ss. 107-126):

- Birleşme sonrasında fiyatın düşmesi için birleşmeye katılan firmaların, birleşmeden önce birleşmeyi oluşturan firmaların oluşturdukları marjinal maliyeti büyük ölçüde düşürmeleri gerekmektedir.
- Cournot modellerindeki birleşmelerin daima fiyatı artırdığını ortaya koymuşlardır.
- Farrell ve Shapiro büyük piyasa payına sahip firmaların birleşmesi sonucunda fiyatlarda düşüşün ortaya çıkması için etkili sinerjilerin olması gerektiğini ortaya koymaktadırlar. Etkili sinerjilere neden olan birleşmelerde, birleşen firmaların pazar payları ne kadar büyükse ve endüstriyel talep esnekliği ne kadar az ise, fiyatta meydana gelecek olan düşme daha çok olacaktır. Şayet birleşen firmalar arasında sinerji yoksa ortaya çıkan birleşmeler fiyat artışı ile sonuçlanmaktadır (Farrell ve Shapiro, 1990, ss. 109;114,122; Stillman, 1983, ss. 226-227).

Werden ve Froeb'in 1994 yılında yaptıkları çalışma bize simetrik ürün farklılaştırmasına sahip sanayiye dair bazı ilginç sonuçlar sunmaktadır. Werden ve Froeb'e göre; eğer birleşme tarafından oluşturulan hiç bir iç verimlilik mevcut değilse, sabit maliyet tasarrufları veya çıktı rasyonelleşmesi hariç, sanayideki tüm ürünlerin fiyatları birleşmeden sonra artacaktır. Fiyat artışlarının miktarı ise farklı ürünlerin piyasa payına bağlı olmaktadır. Werden ve Froeb çeşitli ürünlerdeki fiyat değişikliklerinin boyutu konusunda şu sonuçlara ulaşmışlardır. İlk olarak birleşmeye katılan firmaların ürünlerinin fiyatlarının rekabet eden firmaların fiyatlarından daha çok arttığı ortaya konmaktadır. İkincisi, büyük piyasa payına sahip rekabetçi firmaların (örneğin oldukça düşük marjinal maliyetten dolayı) fiyatlarını, piyasada küçük paya sahip olan rekabetçi firmalardan daha fazla yükseltecekleri belirtilmektedir (Röller, Stennek ve Verboven, 2000, ss. 26-27).

3.5.1.2 Anlaşmanın Olduğu Teoriler (Collusion Teories)

Yatay birleşmeler sonrasında piyasada en az bir firma eksilmektedir. Birleşmenin olduğu piyasada, firma sayısı az ise ve buna bağlı olarak yoğunlaşma düzeyi yüksek ise, firmalar piyasada birbirlerinin davranışlarını doğru olarak gözlemleyebiliyorlarsa, yüksek giriş engelleri varsa ve ürün homojen ise birleşme firma sayısının daha da azalmasına ve piyasadaki mevcut yapının daha da güçlenmesine neden olacaktır (Church ve Ware, 2000, s. 725).

Yakın zamanda yaratılan teoriler, piyasa yoğunlaşması ile anlaşma olasılığı arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadırlar. Dolayısıyla yatay birleşmeler piyasada yoğunlaşmayı artırdığında, böyle bir durumun firmalar arası anlaşmayı arttırması beklenmektedir. Bu ise anlaşmaya gidilmesi durumunda ortaya çıkan maliyet tasarruflarının birleşme durumunda ortaya çıkan maliyet

tasarruflarından az olması sonucunu doğurmaktadır. Bu açıdan bakıldığında yatay birleşmeler firma yönetim biçiminin rekabetçi tutumdan anlaşmacı tutuma kaymasına neden olarak daha yüksek bir fiyat düzeyinde anlaşmayı mümkün kılmaktadır. Ancak birde birleşme öncesinde anlaşma yapmış olan firmaların, birleşmeleri durumunda fiyatta ortaya çıkacak olan değişiklikler vardır. Şöyle ki başlangıçta piyasada, biri düşük marjinal maliyete, diğeri yüksek marjinal maliyete sahip iki firma bulunmaktadır ve bu iki firma aralarında bir anlaşma yapmışlardır. Ancak daha sonra bu firmalar birleşmeye karar verir ve birleşirlerse, birleşme sonrasında tüm üretim yüksek maliyetli tesisten alınıp, düşük maliyetli tesise aktarılacaktır. Bu ise üretimin rasyonelleşmesi sonucunu doğuracaktır. Dolayısıyla böyle bir karar sonucunda fiyat, daha düşük tekel fiyatına inecektir. Sonuç olarak tam anlaşma altında monopol oluşturmak için yapılan bir birleşme, çıktı rasyonelleşmesi dışında, herhangi bir verimlilik olmasa bile fiyatlarda düşüşe neden olacaktır. Ancak Verboven fiyat düşüşünün, birleşmeye katılan firmaların piyasa yapılarının yeterli derecede küçük olması durumunda ortaya çıkacağını belirtmektedir (Röller, Stennek ve Verboven, 2000, ss. 23, 28-29).

Bir endüstride gerçekleşecek olan bir birleşmenin, gerek birleşmeye katılan firmaların gerekse de dışarıda kalan firmaların üretim miktarını ne şekilde etkilediğini görmek gerekmektedir. Dışarıdakilerin üretim miktarını veri olarak, içeridekiler birleştiklerinde toplam üretim miktarlarında kısıtlamaya gideceklerdir. Çünkü birleşen firmalar daha sonra birbirlerine verdikleri marjinalden küçük kayıpları içselleştireceklerdir. Sonuçta birleşme içeridekilerin denge üretim miktarının azalmasına, dışarıdakilerin denge üretim miktarının ise genişlemesine neden olmaktadır (Salant, Switzer ve Reynolds, 1983, ss. 187-189).

Raymond, Deneckere ve Carl Davidson farklılaştırılmış ürünleri ele alan Bertrand modellerindeki birleşmelerin fiyatı artırdığını ortaya koymuşlardır. Ancak bazı durumlarda firmalar arasındaki birleşmenin rekabeti artırması ve birleşme öncesi durumla kıyaslandığında fiyatları düşürmesi söz konusu olmaktadır. Bu ise daha çok birleşmenin endüstride bulunan küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) arasında gerçekleşmesi durumunda ortaya çıkmaktadır. Küçük ve orta ölçekli işletmeler arasındaki birleşmeler, birleşme sonrasında ortaya çıkan firmanın daha sonra endüstrideki devlerle etkin bir biçimde rekabetini gündeme getirmektedir (Hay ve Werden, 1993, s. 173; George, Joll ve Lynk, 1992, s. 108).

Xidex şirketi 1976 ve 1979 yıllarında mikrofilm alanındaki iki rakibini satın almıştır. Bu satın almalar sonucunda Xidex'in endüstrideki piyasa payı neredeyse monopol düzeyine çıkmıştır. Ayrıca satın alma sonrasında satın alınan her iki firmanın ürettikleri ürünlerin fiyatlarında artış olduğu görülmüştür (Barton ve Sherman, 1984, ss. 165-177).

3.5.2 Yatay Birleşmelerin Kâr Üzerine Etkileri

Birleşmelerin fiyatı etkilemek ve sinerji yaratmak (öğrenme-bilgi-ölçek ekonomiler vb) suretiyle gerek birleşmeye katılan gerekse birleşmenin dışında kalan firmaların kârlarını etkilediği görülmektedir. Teorik açıdan bakıldığında birleşmeler kârlılığı artırmakta ya da azaltmaktadır. Bir taraftan oligopol teorisinin yatay birleşmelerin piyasa gücünü arttırdığını ortaya koyması, diğer taraftan rakip firmaların birleşmenin sonucu olarak üretimlerini genişletmelerinin birleşen firmaların pazar paylarının azalmasına neden olması, birleşmelerin kâr üzerinde artırıcı ve azaltıcı etkiler yaratacağını göstermektedir.

Birleşmelerin kâr üzerine olan etkisini ele alan temel makale Salant, Switzer ve Reynolds'un makalesidir. Salant ve arkadaşları statik bir Cournot modelini ele alarak birleşmenin kâr üzerine olan etkisini ortaya koymaya çalışmışlardır. Cournot dengesinin değişmesine neden olan birleşmeleri, dışsal bir değişim olarak ele almaktadırlar. Bu modele göre endüstride az firma olduğunda, endüstri kârı daha yüksek olsa da, sabit bir maliyet tasarrufu söz konusu değilse, iki firma birleşmesi asla kârlı olmayacaktır. Bu modelin istisnası duopolistler, monopoli olacak şekilde birleştiklerinde ortaya çıkmaktadır (Salant, Switzer ve Reynolds, 1983, ss. 185-199).

Perry ve Porter, iki firma birleşmelerinin doğrusal talepli Cournot modeli altında kârlı olduğunu ve homojen ürünlerin mevcut olması durumunda yeterli maliyet tasarrufunun sağlandığını ortaya koymaktadırlar. Diğer yanda birleşmelerin kârlı olması için maliyet yapısının önemini vurgulamaktadırlar (Perry ve Porter, 1985, ss. 219-227). McAfee ve diğerleri ise yaptıkları çalışmada Cournot rekabetindeki iki şirket birleşmelerini ele alarak, birleşmeleri kârlı kılan tek faktörün birleşen firmalar arasındaki marjinal maliyet fiyat farkının kafi derecede büyük olması olduğunu ortaya koymaktadırlar (Norman ve Pepall, 2000, s. 452).

Dockner ve Gaunersdorfer dinamik Cournot piyasasında rekabet eden firmaların yatay birleşmelerini analiz eden bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada, Statik Cournot modellerinin aksine, birleşme kârlılığının, birleşen firmaların sayısından bağımsız olduğu ortaya konmaktadır. Buna bağlı olarak ta dinamik Cournot piyasasındaki birleşmelerin, birleşen firmaların sayısından bağımsız olarak daima kârlı oldukları ifade edilmektedir. Yani hem içerideki firmalar hem de dışarıdaki firmalar birleşmeden kazanç sağlamaktadırlar. Dinamik Cournot rekabeti Bertrand tarzı davranışa daha çok benzemekte ve bu durumda da birleşmeler genelde kârlı hale gelmektedirler. Bu çalışmada ortaya çıkan temel sonuç: Statik Cournot modelinde rekabet eden firmalar arasındaki birleşmeler genelde birleşen firmalar için kârlı olmamaktadır. Ancak uzun süreli (çoklu periyottaki) rekabet zaman içinde hem dışarıdaki firmalar hem de içerideki firmalar için kâr artışına neden olmaktadır. Diğer yandan birleşme sonucunda ortaya çıkan firma birleşmeye katılan firmaların ölçek ekonomilerini elde etmekte ise, ortaya çıkan maliyet

indirimlerinin birleşmelerin kârlılığını garanti edeceği ortaya konmaktadır (Dockner ve Gaunersdorfer, 2001, ss. 195-216).

Deneckere ve Davidson yaptıkları çalışmada, farklılaştırılmış ürünlerin ve doğrusal talebin söz konusu olduğu Bertrand rekabeti altında ortaya çıkan bir birleşmenin maliyet tasarrufu olmadan da kârlı olabileceğini ortaya koymaktadırlar (1985, ss. 473-486). Reitzes ve Levy de yaptıkları çalışmada, eğer firmalar farklı ürünler üretmekte ve Bertrand rakipleri gibi rekabet etmekte iseler ortaya çıkan birleşmelerin kâr sağlayacağını göstermişlerdir (1995, ss. 427-436).

Huck, Konrad ve Müller yaptıkları çalışmada maliyetlerin doğrusal ürünün ise homojen olduğu basit genelleştirilmiş bir Stackelberg piyasasında rekabet eden firmaların birleşmesini analiz etmektedirler. İki lider firma arasındaki birleşmelerin, müşterek kârların azalması nedeniyle pek rağbet görmediği ifade edilmektedir. Burada özellikle farklı stratejik güce sahip (lider firma ile takipçi firma) firmalar arasındaki birleşmelerin kârla sonuçlanacağı ortaya konmaktadır. Başka bir ifade ile “büyük balık küçük balığı yerse” bu durum her ikisinin ayrı ayrı olmasından daha avantajlı olacaktır. Burada miktar rekabeti içeren piyasalardaki birleşmelerin kârlılığının yalnızca maliyet koşullarına değil ayrıca piyasa yapısına ve dahil olan firmanın stratejik gücüne bağlı olduğu ortaya konmaktadır. Bu çalışmada ortaya konan temel sonuç ise şudur: Stackelberg piyasaların da lider firma ile takipçi firma arasındaki birleşmeler, maliyetler doğrusal olsa bile her zaman kârlı olmaktadır. Ancak eğer maliyetler dış bükey olursa, birleşme sonucu ortaya çıkan firma, katılanlardan birini kapatmak yerine iki ayrı tesise sahip olmanın avantajından yararlanacağı için, bir lider firma ile bir takipçi firmanın birleşmesi çok daha kârlı olacaktır. Eğer lider ile takipçi firmalar arasındaki birleşmeler, rekabetçilerin sayısına bakılmaksızın kârlılık gösterirse, tüm takipçi firmaların lider firmalar tarafından emilebileceği beklenebilir. Böyle bir birleşme iki firmanın müşterek kârlarını artırabilir. Ancak toplam sanayi üretim ve refahını ise azaltabilir (Huck, Konrad ve Muller, 2001, ss. 213-217).

Birleşme sonucunda karlılık daha düşük maliyetlerin yanı sıra, daha yüksek fiyatlara bağlı olarak artabilmektedir. Farrell ve Shapiro bir birleşmenin sinerji yaratmaması durumunda, o birleşmenin daima fiyat artışları ile sonuçlanacağını ortaya koymaktadırlar. Fiyat artışı ile sonuçlanan bir birleşme, fiyat artışına bağlı olarak içerideki firmaların kâr elde etmelerine neden olurken, dışarıdaki firmaların piyasa paylarını genişletmelerine zemin hazırlayarak dışarıdaki firmaların (eğer piyasa paylarını genişletebilirlerse) daha fazla kâr elde etmelerine neden olmaktadır. Kısacası fiyat artışıyla sonuçlanan birleşmelerin, dışarıdaki firmalar üzerine olan olumlu etkisi, içerideki firmalara göre daha fazladır. Ancak eğer birleşme sonucu oluşan firma, tüm birleşen firmaların ölçek ekonomilerini ortaya çıkarıyorsa birleşme sonucu ortaya çıkan maliyet indirimleri, birleşmelerin kârlılığını garanti etmektedir. Çünkü fiyat artışıyla sonuçlanan birleşmeden hem dışarıdakiler hem de içeridekiler yararlanırken, maliyet indirimi ile sonuçlanan bir

birleşmeden sadece içerideki firmalar yararlanmaktadır. Dolayısıyla birleşme sonrası ortaya çıkacak olan ölçek ekonomileri, maliyetlerde ne kadar çok indirime neden olurlarsa birleşme sonucu ortaya çıkan kârdaki artışta o kadar çok olmaktadır. Burada Farrell ve Shapiro yaptıkları çalışmada güçlü sinerjileri yaratan birleşmelerin kârlı olduklarını ortaya koyarken (1990, ss. 107-126) Barton ve Sherman ise fiyat artışları ile sonuçlanan birleşmelerin önemli kâr artışları sağladığını ve elde edilen bu kazançların iki yıl içerisinde satın alınanın maliyetini telafi ettiğini ortaya koymaktadırlar (1984, ss. 172-177).

Akhavain, Berger ve Humphrey yaptıkları çalışmada 1981-1989 döneminde A.B.D'deki mega banka birleşmelerini ele alarak birleşmelerin kar etkinliği ve fiyat üzerindeki etkisini analiz etmektedirler. Sonuç olarak çalışmada birleşen bankanın, diğer büyük bankalara oranla kâr etkinlik derecesinde istatistiki olarak % 16'lık ortalama bir artışın ortaya çıktığı görülmektedir. Diğer yandan fiyatlardaki birleşmeye bağlı değişmelerin kârlar üzerindeki etkisinin çok küçük olduğu bulunmuştur. Bu çalışmanın sonucundaki bulgular, 1980'lerdeki mega banka birleşmelerinin ortalama olarak kâr etkinliğini önemli ölçüde geliştirdiğini desteklemektedir (1997, ss. 95-139).

Acharya 1992-1996 döneminde Kanada'da ortaya çıkan birleşme ve satın almaları ele alarak, bu birleşmelerin kârlılık, kazançlar ve satışlar üzerindeki etkisini analiz etmektedir. Bu çalışmada bütün sektörlerde ortaya çıkan yatay ve dikey tüm birleşmeler ele alınmaktadır. Çalışmada yabancı firmalar ve özel sektöre ait firmalar dışarıda tutularak sadece kamudaki birleşen firmalar ele alınmıştır. Çalışma sonucunda birleştirilen ve satın alınan firmaların kendi sanayi normlarına göre daha yüksek kâr elde ettikleri bulunmuştur. Ancak firmaların kârlılığında birleşme ve satın alınanın etkisi kesin değildir. Eğer varlıklar üzerinden kârlılık oranı (rate of return on assets) ölçülürse birleşme öncesi 3 yıl ile birleşme sonrası 3 yıl karşılaştırıldığında birleşme ve satın alınanın bütün firmaların kârını arttırdığı görülmektedir. 8 yıllık sürede yani birleşme öncesi 4 yıl ile birleşme sonrası 4 yıla bakınca birleşme ve satın alma sadece yatay olarak birleşen firmalarda pozitif etki yaratmaktadır. Yatay olarak birleşmeyen firmaların kârı birleşmenin bir sonucu olarak değişmemektedir (Acharya, 2001, ss. 1-26).

Gugler, Mueller, Yurtoğlu ve Zulehner 1981-1998 döneminde ABD, İngiltere, Kıta Avrupası, Japonya gibi bir çok ülkede yani bütün dünyada ortaya çıkan gerek imalat gerekse hizmetler sektöründeki bütün birleşmeleri ele alarak birleşmelerin kârlılık ve satışlar üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda birleşme sonrasında kârlarda önemli artışlar olmuşken, satışların ise azaldığı görülmüştür. Diğer yandan piyasa gücü ve etkinliği arttıran birleşmelerin kârlılığı da arttırdığı bulunmuştur (2001, ss. 1-37).

Kleinert ve Klodt tarafından yapılan çalışmada, 1990-1997 dönemi boyunca Avrupa'da ortaya çıkan birleşmeler ele alınarak, bu birleşmelerin kârlılık ve istihdam üzerindeki etkisi analiz edilmektedir. Birleşmeden önce görelî olarak

daha iyi bir kârdan, görelî olarak daha kötü bir kâra doğru bir değişimin olduğu görülmektedir. Birleşme sonrası daha iyi bir kârlılık, birleşme sonrası daha yüksek bir istihdamla pozitif olarak ilişkilidir. Aynı sonuçlar dikey, çapraz birleşmelere karşı yatay birleşmeler içinde bulunmuştur (Kleinert ve Klodt, 2002, ss. 1-28).

4. Sonuç

Küreselleşmenin ön plana çıkması ulusal karakterli klasik sanayileşme politikalarının gün geçtikçe önemini yitirmesine neden olmaktadır. Küreselleşmenin yarattığı rekabet artışı, rekabet baskısı altındaki firmaları, ölçek ekonomilerinden yararlanarak maliyetleri düşürmeye ve ortaklıklar, işbirlikleri ve birleşmeler yoluyla dünya pazarlarına girmeye yöneltmektedir. Dolayısıyla küreselleşme ile birlikte gerek iç piyasadaki rekabette gerekse de uluslararası piyasadaki rekabette ortaya çıkan artışlar, firmaları birleşmeye zorlamaktadır.

Yetişmiş insan gücü, sermaye, teknoloji gibi özellikleri bünyesinde bulunduran büyük ölçekli firmaların gerek ulusal gerekse de uluslar arası piyasalarda ayakta kaldıkları ve rekabet ettikleri görülmektedir. Ancak küçük ve orta ölçekli firmaların aynı şekilde varlıklarını sürdürüp sürdüremeyecekleri önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bu ise firmaları birleşmeye itmektir.

Yatay birleşmelere bakıldığında, yatay birleşmelerin rekabeti azaltma etkisinin oldukça büyük olduğu görülmektedir. Yatay birleşmelerin rekabet üzerindeki etkilerini ortaya koymaya yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında şu saptamalarda bulunmak mümkün olmaktadır.

- Yatay birleşmeler özellikle homojen mal üreten piyasalarda oligopolistik işbirliğine yol açmaktadır. Birleşen firmaların ürettikleri mallar ne kadar yakın ikame malı ise birleşme sonucunda ortaya çıkacak olan tek yanlı fiyat artışı da o kadar yüksek olmaktadır. Kısacası işbirlikçi ve tek taraflı olan etkiler sonucu ortaya çıkan fiyat artışları rakiplerin zararına değil yararına olmaktadır
- Yatay birleşmelerin rekabet üzerine etkilerini inceleyen çalışmaların büyük bir kısmı yatay birleşmelerin ürün fiyatlarını, piyasa gücünü ve yoğunlaşmayı artırdığını ortaya koymaktadır. Diğer yandan yapılan bazı çalışmalar ise yatay birleşmelerin ise birleşmede yer alan firmaların piyasa paylarını (satın alınan firmanın) azalttığını ortaya koymaktadır.
- Birleşmelerin firmaların kârlılığı üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların büyük bir kısmı, birleşmelerin birleşme sonrasında birleşen firmaların kâr oranlarını azalttığını ortaya koyarken, çok az çalışma ise artırdığını belirtmektedir.
- Yatay birleşmeler eğer piyasada rekabetin azalması sonucunu doğuruyorsa, bu durum piyasada fiyatın artması miktarın ise azalması ile sonuçlanacaktır. Fiyat artışı ise bir yandan üreticiden tüketiciye doğru bir refah transferine neden olurken diğer yandan da bölüşümde yani dağıtımda

(ürün fiyatı marjinal maliyetin üzerine çıktığı için) verimsizliğin ortaya çıkması veya güçlenmesine neden olmaktadır. Bunun yanı sıra iki veya daha fazla firma arasındaki yatay birleşme firmaların tek yanlı piyasa gücünün artması sonucunu doğurarak fiyatları artırmaktadır. Ayrıca yatay birleşmeler firmaların yönetim biçimini rekabetçi tutumdan anlaşmacı tutuma kaydırmakta veya daha yüksek bir fiyat düzeyinde anlaşmayı mümkün kılmaktadır.

Kaynakça

- Acharya, Ram C. (2001). "The Impacts of Mergers and Acquisitions on Firms' Profitability, s. An Empirical Study of Canadian Firms." *Industry Canada*, May, s. 1-26.
- Akhavain, J. D., A. N. Berger ve D. B. Humphrey (1997). "The Effects of Megamergers on Efficiency and Prices: Evidence from a Bank Profit Function." *Review of Industrial Organization*, 12, s. 95-139.
- Bain, Joe S. (1956). *Barriers to New Competition*, Cambridge: Harvard University Press, Cambridge, Mass, s. 6.
- Barton, D. M. ve R. Sherman. (1984). "The Price and Profit Effects of Horizontal Merger: A Case Study." *The Journal of Industrial Economics*, Vol.33, No.2, December, s. 165-177.
- Begg, D., S. Fischer ve R. Dornbusch. (1994). *Economics*, London, New York, St. Louis: McGraw-Hill Book Company, s. 300.
- Browne L. E. ve E. S. Rosengren. (1987). "The Merger Boom: An Overview." L. E. Brown ve E. S. Rosengren (Ed.), *The Merger Boom*, Federal Reserve Bank of Boston, October, s. 1-16.
- Brueckner, J. K. ve P. T. Spiller. (1991). "Competition and Mergers in Airline Network." *International Journal of Industrial Organization*, 9,s. 323-342.
- Caves, Richard E. (1987). "Effects of Mergers and Acquisitions on The Economy: An Industrial Organization Perspective." L. E. Browne ve E. S. Rosengren (Ed.), *The Merger Boom*, Federal Reserve Bank of Boston, October, s. 158, 165-166.
- Church, J. ve R. Ware. (2000). *Industrial Organization: A Strategic Approach*, Boston, New York, San Francisco:Irwin McGraw-Hill., s. 715-726.
- Deneckere, R. ve C. Davidson. (1985). "Incentives to form Coalitions with Bertrand Competition." *The Rand Journal of Economics*, 16, s. 473-486.
- Dinler, Zeynel. (1990). *Mikro Ekonomi*, Uludağ Üniversitesi Basımevi, s. 209-368.
- Dockner, E. J. ve A. Gaunersdorfer. (2001). "On the Profitability of Horizontal Merger in Industries with Dinamic Competition." *Japan and the World Economy*, 13, s. 195-216.
- Farrel, J. ve C. Shapiro. (1990). "Horizontal Mergers: An Equilibrium Analysis." *The American Economic Review*, Vol.80, issue 1, Mar, s. 107-126.
- Füsunoğlu, Mahir. (1996). "Tam Rekabet Piyasasında Firma Kuramı." *İktisadın İlkeleri*, Ankara: Alkim Kitapçılık Yayıncılık, s. 248-249
- Gallet, Craig A. (2001). "The Gradual Response of Market Power to Mergers in the U.S. Steel Industry." *Review of Industrial Organization*, 18, s. 327-336.
- George, K. D., C. Joll ve E. L. Lynk. (1992). *Industrial Organization: Competition, Growth and Structural Change*, New York, London: Routledge, Chapman and Hall Inc., s. 107-108.

- Green, Chris. (1987). "Industrial Organization Paradigms, Empirical Evidence and The Economic Case for Competition Policy." *Canadian Journal of Economics*, Vol.22, No.3, s. 482-505.
- Gugler, K., D. C. Mueller, B. B. Yurtoğlu ve C. Zulehner. (2001). "The Effects of Mergers: An International Comparison." Discussion Papers, Research Area Markets and Political Economy, ISSN. Nr: 0722-6748, November, s. 1-37.
- Hay, G. A. ve G. J. Werden. (1993). "Horizontal Mergers: Law, Policy, and Economics." *The American Economic Review*, Vol.83, Issue 2, May, s. 173-177.
- Hergott, Matthew J. (1997). "Airport Concentration and Market Power: An Events Study Approach." *Review of Industrial Organization*, 12, s. 793-800.
- Huck, S., K. A. Konrad ve W. Muller. (2001). "Big Fish Eat Small Fish: On Merger in Stackelberg Markets." *Economic Letters*, No.73, s. 213-217.
- Kleinert, J. ve H. Klodt. (2002). "Causes and Consequences of Merger Waves." *Kiel Working Papers*, No: 1092, January , s. 1-28.
- Koutsoyiannis, Anna. (1987). *Modern Mikro İktisat*. (Çev: Muzaffer Sarımeşeli), Ankara: Verso Matbaacılık, s. 337-350.
- Leddy, M. (1993). "The 1992 US Horizontal Merger Guidelines and Some Comparisons with EC Enforcement Policy." *ECLR*, 1, s. 19.
- Levine, P. ve S. Aaronovitch. (1981). "The Financial Characteristics of Firms and Theories of Merger Activity." *Journal of Industrial Economics*, Vol.30, Issue 2, December, s. 149-172.
- Lipczynski, J. ve J. Wilson. (2001). *Industrial Organization: An Analysis of Competitive Markets*, London: Prentice Hall, Harlow, s. 124.
- Lipsey, R. G., P. O. Steiner ve D. D. Purvis. (1993). *Economics*, Harper Collins College Publishers, s. 275.
- Lopez, R. A., A. M. Azzam ve C. Liron-Espana. (2002). "Market Power and/or Efficiency: A Structural Approach." *Review of Industrial Organization*, 20, s. 115-126.
- Lubatkin, M. ve H. M. O'Neill. (1987). "Merger Strategies and Capital Market Risk." *The Academy of Management Journal*, Vol.30, Issue 4, Dec, s. 665-684.
- Martin, Stephen. (1994). *Industrial Economics: Economic Analysis and Public Policy*, New Jersey: Prentice- Hall Upper Saddle River, s. 260-270.
- McIntosh, James. (2002). "A Welfare Analysis of Canadian Chartered Bank Mergers." *Canadian Journal of Economics*, Vol.35, No.3, s. 457-475.
- Norman, G. ve L. Pepall. (2000). "Spatial Competition and Location with Mergers and Product Licensing." *Urban Studies*, Vol.37, No.3, s. 451-470.
- Perry, M. K. ve R. H. Porter. (1985). "Oligopoly and Incentive for Horizontal Merger." *The American Economic Review*, Vol.75, Issue 1, Mar., s. 219-227.
- Pesendorfer, M. (2003). "Horizontal Mergers in The Paper Industry." *RAND Journal of Economics*, Vol.34, No.3, s. 495-515.
- Reitzes, J.D. ve D.T. Levy. (1995). "Price Discrimination and Mergers." *Canadian Journal of Economics*, 28, s. 427-436.
- Röller, L.H., J. Stennek ve F. Verboven. (2000). *Efficiency Gains From Mergers, Research Area Market Processes and Corporate Development*, ISSS Nr.0722-6748, s. 23-29,41,47.

- Salant, S. W., S. Switzen ve R. J. Reynolds. (1983). "Lessons from Horizontal Merger: The Effects of an Exogenous Change in Industry Structure on Cournot-Nash Equilibrium." *The Quarterly Journal of Economic*, Vol.98, Issue 2, May, s. 185-199.
- Shepherd, William G. (1990). *The Economics of Industrial Organization: Analysis, Markets, Policies*. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River, s. 187,199.
- Stigler, George J. (1950). "Monopoly and Oligopoly by Merger." *The American Economic Review*, Vol.40, Issues 2, May., s. 23-34.
- Stiglitz, Joseph E. (1994). *Whither Socialism*, Cambridge, Mass, MIT Press, s. 121-122.
- Stillman, R. (1983). "Examining Antitrust Policy Towards Horizontal Mergers" *Journal of Financial Economics*, 11, s. 225-240.
- Waldman, D. E. ve E. J. Jensen. (1994). *Industrial Organization: Theory and Practice*, Boston, San Francisco, New York: Addison Wesley, s. 105-108.
- Weston J. Fred. (1952). "The Recent Merger Movement." *The Journal of Business of The University of Chicago*, Vol.25, Issue 1, Jan., s. 30-38.