

**REKABET KURUMU'NDA BİRLEŞME-DEVRALMA  
İŞLEMLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNDE YAPILAN  
İKTİSADİ ANALİZLER: BESLER/TURYAĞ VE AFM/MARS  
KARARLARI**

*ECONOMIC ANALYSES CARRIED OUT IN MERGER CASES  
REVIEWED BY THE TURKISH COMPETITION AUTHORITY:  
BESLER/TURYAĞ AND AFM/MARS DECISIONS*

**Dr. Ekrem KALKAN\***

**Öz**

*Son 10 yılda Avrupa Birliği'nde ve A.B.D.'de rekabet hukukunun uygulanması alanında yaşanan gelişmelere paralel biçimde, Türkiye'de de Rekabet Kurumu son yıllarda, klasik olarak yaptığı niteliksel analizlerin yanında, sayısal iktisadi analizlerden de yararlanmaya başlamıştır. 2010 ve 2011 yıllarında Rekabet Kurumu, incelediği iki birleşme/devralma işleminin (Besler/Turyağ ve AFM/Mars) piyasalardaki fiyatlar üzerindeki etkisini ekonometrik yöntemlerle tahmin etmiştir. Bu makalenin amacı, Rekabet Kurumu'nun bu işlemleri incelerken kullandığı iktisadi teknikleri karşılaştırmalı biçimde incelemektir. Söz konusu iktisadi analizler hakkında yapılan bu tarama çalışmasının Rekabet Kurumu uzmanları ve diğer iktisatçılar için faydalı bir referans olacağı düşünülmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Rekabet İktisadı, Birleşme-Devralma, Fiyat-Yoğunlaşma Modeli, Sinema Pazarı, Margarin Pazarı.

**Abstract**

*Parallel with the developments in the last 10 years in the field of competition law in the European Union and in the U.S.A., the Turkish Competition Authority (TCA) began to benefit from economics recently in the analysis of antitrust and merger cases in addition to qualitative and intuitive analyses that have been traditionally carried out in the past. In 2010 and 2011, the effects of the two mergers (Besler/Turyağ and AFM/Mars) on prices were analyzed econometrically by the TCA using price-concentration models. The aim of this article is to provide a comparative study of the economic analyses carried out by the TCA in these cases. A collection of these economic analyses will be an important reference for the TCA experts and for economists.*

\* Rekabet Kurumu, Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi Başkan Vekili

**Keywords:** *Competition Economics, Merger, Price-Concentration Model, Movie Theater Market, Margarine Market.*

## GİRİŞ

Türkiye’de rekabet hukuku uygulamaları, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’u (kısaca Rekabet Kanunu) uygulamakla görevli Rekabet Kurumu’nun Kasım 1997 tarihinde faaliyete geçmesi ile başlamıştır.

Rekabet Kanunu’nun 7. maddesinde, belli büyüklükteki teşebbüsler arasındaki birleşme ve devralma işlemlerinin Rekabet Kurulu’nun iznine tabi olduğu ifade edilmektedir. Bu maddeye göre bir ya da birden fazla teşebbüsün belli bir piyasada hâkim durum yaratmaya veya mevcut hâkim durumlarını güçlendirmeye yönelik olarak rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmelerine veya devralma işlemi gerçekleştirmelerine Rekabet Kurulu’nca izin verilmeyebilir.

Geçmiş 15 yıllık uygulamalar incelendiğinde, birleşme ve devralmalara ilişkin kararlarında Rekabet Kurulu’nun esas olarak bazı iktisadi değerlendirmelere dayandığı görülmektedir. Bu iktisadi değerlendirmeler temel olarak, söz konusu piyasanın yapısını belirleme, birbirlerine rekabet baskısı yapabilen ürün, firma ve bölgeleri tespit etme (bu işleme “ilgili pazarın tanımlanması” denilmektedir), “ilgili pazarlardaki” teşebbüslerin pazar paylarını ve yoğunlaşma oranlarını hesaplama, giriş engellerini tanımlama, potansiyel rekabet hakkında değerlendirmeler yapma ve nihayet bu bilgilere dayanarak birleşme/devralma sonucunda pazar gücü oluşumu hakkında bir tespitte bulunma gibi aşamaları içermektedir. Bir birleşme/devralma işleminin rekabetin önemli ölçüde azalmasına yol açıp açmadığının belirlenmesinde öncelikli olarak yoğunlaşma işleminin sonunda piyasadaki fiyatların ne ölçüde yükselebileceği araştırılmaktadır.

Avrupa Komisyonu’nun İlerleme Raporları’nda<sup>1</sup> Türkiye’nin rekabet hukuku uygulamalarında kayda değer ilerlemeler gösterdiği ifade edilmektedir. Ancak diğer yandan, Rekabet Kurulu’nun, 2009, 2010 ve 2011 yıllarında incelediği üç birleşme/devralma dosyası dışında, kararlarında yer alan iktisadi değerlendirmeler, sayısal ve teknik seviye bakımından Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri’ndeki muadil otoritelerin analiz ve değerlendirmelerinin oldukça gerisinde kalmaktadır. Bu ülkelerdeki rekabet hukuku otoriteleri, önemli kararlarında yer verdikleri iktisadi analizlerde ileri seviyedeki sayısal tekniklerden yararlanmaktadır. Söz konusu otoriteler bu amaçla uygulamalı

<sup>1</sup> EUROPEAN COMMISSION (2011), “Turkey 2011 Progress Report”, Brussels, Belgium, [http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key\\_documents/2011/package/tr\\_rapport\\_2011\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key_documents/2011/package/tr_rapport_2011_en.pdf). Erişim Tarihi: 20.02.2013, s.62.

sanayi iktisadı alanında bilgili ve deneyimli iktisatçılar istihdam etmenin yanında iktisadi analizlerin karar süreçlerine entegre edilmesi için kurumsal yapılarında değişiklikler yapmıştır<sup>2</sup>.

Rekabet Kurumu da 2008 yılından bu yana yaptığı bazı örgütsel düzenlemelerle iktisadi araştırmalardan sorumlu birimini daha etkili biçimde kullanma çabasına girmiştir. Bu çabaların ilk olumlu sonuçları “ilgili pazarın tanımlanması” amacıyla iktisadi tekniklerin kullanıldığı iki dosyada gözlenmiştir Bunlar *OYAK/Lafarge*<sup>3</sup> ve *UN Ro-Ro*<sup>4</sup> dosyalarıdır. Söz konusu dosyalarda başvuru analizlerde ilgili piyasalardaki firma ve ürünlerin talep esneklikleri ekonometrik yöntemlerle tahmin edilmiş ve sonrasında elde edilen esneklik değerleri kullanılarak, rekabet iktisadında ilgili pazarın tanımlanması amacıyla geliştirilen “varsayımsal tekel testi” yapılmıştır. *OYAK/Lafarge* dosyasında varsayımsal tekel testinin bir türü olan SSNIP<sup>5</sup> testi uygulanmıştır. *UN Ro-Ro* dosyası ise esasen bir birleşme/devralma dosyası olmayıp, “yıkıcı fiyatlama” türündeki bir hâkim durumun kötüye kullanılması dosyasıdır. Ancak, bu dosyanın ilgili pazarın tanımlanmasıyla ilgili bölümünde varsayımsal tekel testinin diğer bir türü olan FERM<sup>6</sup> testi uygulanmıştır.

Rekabet Kurumu 2010 ve 2011 yıllarında incelediği iki birleşme/devralma dosyasında ise söz konusu yoğunlaşma işlemlerinin ilgili piyasalardaki fiyatlar üzerine olan etkilerini tahmin etmeye yönelik ekonometrik çalışmalar yapmıştır. Bu dosyalardan ilki margarin pazarında faaliyet gösteren *Besler* ve *Turyağ* firmaları arasındaki devralma işlemidir<sup>7</sup>. Diğer dosya ise sinema salonu işletmeciliği pazarında faaliyet gösteren AFM ve Mars firmaları arasındaki ortak girişim işlemidir<sup>8</sup>. Bu dosyalarda yapılan iktisadi analizler ilgili pazar tanımını yapmayı konu etmemekte, buna karşın dosyalarda hâlihazırda tanımlanmış ilgili ürün pazarlarını veri olarak doğrudan yoğunlaşma artışlarının fiyatlar üzerindeki etkisini tahmin etmektedir. Her iki dosyada da yoğunlaşmanın fiyatlar üzerine etkisi literatürde *fiyat-yoğunlaşma modeli* olarak bilinen ekonometrik yöntem

<sup>2</sup> AB'deki yapılanma için bkz. [http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/role\\_en.html](http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/role_en.html), Erişim Tarihi: 20.02.2013.

<sup>3</sup> REKABET KURULU (2009), 18.11.2009 tarih ve 09-56/1338-341 sayılı karar, (*OYAK/Lafarge* kararı).

<sup>4</sup> REKABET KURULU (2012), 01.10.2012 tarih ve 12-47/1413-474 sayılı karar, (*UN Ro-Ro* kararı).

<sup>5</sup> SSNIP; İngilizce'de *Small but Significant and Non-Transitory Increase in Prices* şeklinde anılan testin kısa adıdır. Türkçe'de Küçük ama Önemli ve Kalıcı Fiyat Artışı Testi olarak adlandırılabilir.

<sup>6</sup> FERM; İngilizce'de *Full Equilibrium Relevant Market* şeklinde anılan testin kısa adıdır. Türkçe'de Tam Denge İlgili Pazar Testi olarak adlandırılabilir.

<sup>7</sup> REKABET KURULU (2010), 12.10.2010 tarih ve 10-64/1355-498 sayılı karar, (*Besler/Turyağ* kararı).

<sup>8</sup> REKABET KURULU (2011), 17.11.2011 tarih ve 2010-2-258 sayılı karar, (*AFM/Mars* kararı).

çerçevesinde tahmin edilmiştir.

Bu yazıda, Rekabet Kurumu'nun *Besler/Turyağ* ve *AFM/Mars* birleşme/devralma işlemlerini incelerken kullandığı iktisadi analizlerin incelenmesi ve karşılaştırılması amaçlanmaktadır. *OYAK/Lafarge* ve *UN Ro-Ro* dosyalarında yapılan iktisadi analizlerin incelenmesi ise bir başka çalışmanın konusu olarak düşünülmüştür.

Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri'nin rekabet otoritelerinde yapılan iktisadi analizler her yıl kurumların yetkili iktisatçıları tarafından hazırlanan makalelerle konuyla ilgili literatüre kazandırılmaktadır<sup>9</sup>. Türk Rekabet Kurumu'nca yapılan iktisadi analizler hakkında ise henüz yayınlanmış karşılaştırmalı bir inceleme bulunmamaktadır. Bu analizler sadece Rekabet Kurulu kararlarında sınırlı bir kapsamda özet biçimde yer almaktadır. Hatta bazen *Besler/Turyağ* kararında olduğu gibi işlemin niteliği gereği karar metninde iktisadi analize yer verilmemesi de söz konusu olabilmektedir. Bu bakımdan çalışmamızda, Rekabet Kurumu'nca farklı dosyalarda ve farklı zamanlarda yapılan iktisadi analizlerin karşılaştırmalı biçimde incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu yönüyle çalışmamız konuyla ilgili bilgi birikiminin derlenmesine ve gelecekte yapılacak analizlerin gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Çalışmada öncelikle, fiyat-yoğunlaşma modelinin genel özelliklerine yer verilecektir. Daha sonra bu modelin her iki dosya özelinde ne şekilde kullanıldığı ve sonuçlarının nasıl yorumlandığı izah edilecektir. Sonuç bölümünde ise her iki çalışma; kullanılan modelin yapısı, kullanılan değişkenler, tahmin yöntemi ve Rekabet Kurulu'nun kararlarına etkisi yönüyle karşılaştırılacaktır.

## 1. FİYAT-YOĞUNLAŞMA MODELİNİN GENEL ÇERÇEVESİ

Fiyat-yoğunlaşma modelleri genel olarak; piyasa fiyatının, piyasadaki talebi etkileyen faktörlerle, maliyet unsurlarıyla ve piyasa yoğunlaşmasını ölçen bazı değişkenlerle (HHI<sup>10</sup> veya CR4<sup>11</sup> veya piyasadaki oyuncu sayısı vb.) arasındaki istatistiksel ilişkiyi tahmin eden modellerdir. Bu modellerde pazarın ortalama fiyatı (veya ürün fiyatları) ile piyasa yoğunlaşmasını ölçen değişkenler, talebi etkileyen faktörler ve maliyet faktörleri arasındaki ilişki tahmin edilmektedir.

<sup>9</sup> NEVEN, D. ve M. DE LA MANO (2009), "Economics at DG Competition, 2008–2009", *Review of Industrial Organization*, No:35(4), s. 317-347.

HEYER, K., C. SHAPIRO ve J. WILDER (2009), "The Year in Review: Economics at the Antitrust Division, 2008 2009", *Review of Industrial Organization*, No: 35(4), s. 349-367.

<sup>10</sup> Herfindahl-Hirschman endeksi (HHI), piyasadaki firmaların pazar paylarının karelerinin toplamı şeklinde hesaplanmaktadır. En yüksek yoğunlaşma seviyesi, tek el durumuna denk gelen 10.000'dir.

<sup>11</sup> CR4 (Concentration Ratio 4): Bu yoğunlaşma oranı, pazar payı en yüksek dört firmanın pazar paylarının toplamı şeklinde hesaplanmaktadır.

Tahmin edilen katsayılar ile yoğunlaşma öncesi ve sonrası ilgili değişkenlerin seviyeleri kullanılarak, yoğunlaşma öncesi ve sonrasında ortaya çıkması muhtemel fiyat seviyeleri hesaplanabilmektedir. Böylelikle, piyasadaki fiyatların yoğunlaşma işleminden ne şekilde etkileneceği tahmin edilebilmektedir. Bu modelde öncelikle “ilgili pazarın” tanımlanması ve verilerin bu pazar seviyesinde hazırlanması gerekmektedir. Bazı modellerde açıklanan değişken için pazarın ortalama fiyatı yerine ilgili teşebbüsün ya da teşebbüslerin ortalama fiyatları da kullanılabilir. Örneğin Rekabet Kurumu, *Besler/Turyağ* işlemi çerçevesinde kullandığı fiyat-yoğunlaşma modelinde açıklanan değişken olarak endüstriyel margarin piyasasının lideri durumunda olan *Besler*'in aylık ortalama fiyatlarını kullanmış iken, *AFM/MARS* işleminde ise sinema salon işletmeciliği pazarlarının aylık ortalama fiyatlarını kullanmıştır<sup>12</sup>.

Fiyat-yoğunlaşma modelinde eşitliğin sağ tarafındaki değişkenlerin (yoğunlaşma oranı ve oyuncu sayısı, maliyet unsurları ve talebi etkileyen faktörler) “dışsal” (*exogenous*) olmadığı ve “gözlemlenemeyen unsurlar” ile korele olduğu durumlarda modelin “en küçük kareler yöntemi” (EKK) ile tahmin edilmesi bazı teknik sorunlara yol açabilecektir. Bu durumda EKK tahmincisi “tutarsız bir tahminci” (*inconsistent estimator*) olacak ve EKK modelinin sonucunda elde edilen katsayılar “yanlı” (*biased*) sonuçlara yol açacaktır. Bu sorunların çözümü için literatürde “sabit-etkiler” ve “araç değişken” yöntemlerinin kullanılması önerilmektedir<sup>13</sup>. Uygun araç değişkenlerin varlığı halinde “iki aşamalı en küçük kareler” (*two-stage least squares*, 2SLS) yönteminin kullanılması sonucunda “tutarlı” (*consistent*) ve “yansız” (*unbiased*) tahminler elde etmek mümkün olacaktır. Whinston<sup>14</sup>, piyasa büyüklüğü (*market size*) ya da piyasaya giriş maliyetlerini içeren verilerin HHI için araç değişken olarak kullanılabilirliğini önermektedir. Kalkan<sup>15</sup>, ne tür araç değişkenlerin kullanılabilirliğine ilişkin olarak ortaya konan önerileri taramakta ve öneri olarak pazarın geçmişteki üç aylık (çeyrek) dönemlerdeki toplam satış hacminin araç değişken olarak kullanılabilirliğini ileri sürmektedir.

<sup>12</sup> KALKAN, E. (2012), “Türkiye Konserve Ton Balığı Piyasasında Bir Fiyat-Yoğunlaşma Modeli”, *Rekabet Dergisi*, No: 13(2), s.143-145.

<sup>13</sup> EVANS, W., L.M. FROEB, ve G.J. WERDEN, (1993), “Endogeneity in the Concentration-Price Relationship: Causes, Consequences, and Cures”, *The Journal of Industrial Economics*, No:41(4), s. 434-437.

<sup>14</sup> WHINSTON, M.D. (2006), *Lectures On Antitrust Economics*, MIT Press:USA, s.97.

<sup>15</sup> Kalkan 2012, s.145-146.

## 2. BESLER/TURYAĞ İŞLEMİ<sup>16</sup>

Türkiye margarin üretimi piyasasında Ülker grubuna bağlı olarak faaliyet gösteren piyasanın lider firması *Besler*, Rekabet Kurumu'na 2009 yılının Ağustos ayında yaptığı başvuruda, aynı piyasada faaliyet gösteren *Turyağ*'daki %33 oranındaki hisselerini diğer ortakların hisselerini almak suretiyle %49'a çıkaracağını bildirmiş ve söz konusu işlem için izin talep etmiştir. *Turyağ* işlem öncesinde, *Besler* ile birlikte diğer ortakların "ortak kontrolü" altında bulunmaktadır. Rekabet Kurulu, bildirildiği şekliyle işlemin *Besler*'e *Turyağ* üzerinde fiili kontrol sağlayacağını tespit etmiştir<sup>17</sup>. Rekabet Kurulu ilgili ürün pazarlarını, "bitkisel sıvı yağlar pazarı", "tüketici margarini pazarı" ve "endüstriyel margarin pazarı" olarak tanımlanmış ancak bu pazarlar arasında endüstriyel margarin pazarını "etkilenen pazar" olarak değerlendirmiştir. İşlem öncesinde endüstriyel margarin pazarındaki yoğunlaşma seviyesi HHI 3864 olarak ölçülmüş ve işlemle birlikte HHI'daki artışının 1356 olacağı belirlenmiştir. İşlem öncesindeki HHI seviyesi ile HHI'daki değişim değerleri, AB ve ABD yatay yoğunlaşma rehberlerindeki eşik değerlerle (HHI 2000-2500) karşılaştırıldığında ilgili pazardaki yoğunlaşma derecesinin işlem öncesinde oldukça yüksek olduğunu söylemek mümkündür<sup>18</sup>. Kararda, piyasada *Besler* ve *Turyağ* ile birlikte faaliyet gösteren önemli oyuncu sayısının dört olduğu da dikkate alınarak işlemin ciddi rekabetçi endişeler doğuracağı tespiti yapılmıştır.

Nihai inceleme sürecinde yoğunlaşma işleminin fiyatlar üzerindeki etkilerini tahmin etmeye yönelik olarak bir fiyat-yoğunlaşma modeli kullanılmıştır (OECD, 2011: 6). HHI'daki artışın fiyatlar üzerindeki etkisini ölçebilmek amacıyla kurulan modelde *Besler*'in reel ortalama fiyatları açıklanan değişken olarak kabul edilmiştir. Açıklayıcı değişken olarak ise piyasadaki HHI seviyesi ve *Besler*'in ortalama değişken maliyet verileri kullanılmıştır. Modelde Ocak 2006 ile Eylül 2009 arasındaki döneme ilişkin aylık veriler kullanılmıştır. HHI katsayısının tahmin edilen değeri ve HHI'daki değişim seviyesi (1356) kullanılarak yapılan hesap sonucunda, işlem sonrasında *Besler*'in ortalama fiyatlarının %22 oranında artabileceği tahmin edilmiştir (OECD, 2011: 6).

Ancak, *Besler*'in iktisatçıları Rekabet Kurumu tarafından yapılan analize bazı konularda itiraz etmişler ve modelde bazı unsurların değiştirilmesi gerektiğini

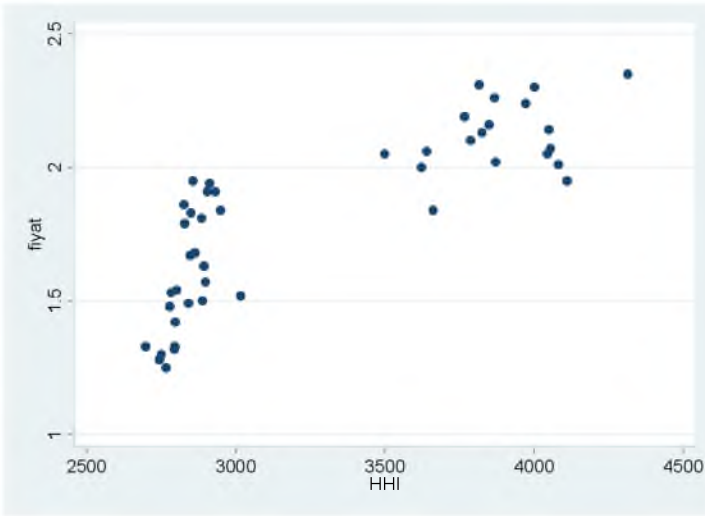
<sup>16</sup> Rekabet Kurulu 2010.

<sup>17</sup> Nihai kararda Rekabet Kurulu, taraflarca verilen bazı taahhütler çerçevesinde *Besler*'in *Turyağ* üzerindeki fiili kontrol unsurunun ortadan kalkacağına kanaat getirerek işlemin 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında olmadığına karar vermiştir.

<sup>18</sup> EU (2004), Guidelines on the assessment of horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings, Official Journal of the European Union, 2004/C 31/03, s.79. HMG (2010), Horizontal Merger Guidelines, U.S. Department of Justice and Federal Trade Commission, s.19

ileri sürmüşlerdir. Örneğin, *Besler*'in iktisatçıları Rekabet Kurumu'nun işlem tarihinden yaklaşık 1,5 yıl önce aynı piyasada gözlenen bir yapısal değişimin etkilerini dikkate almadıklarını ileri sürmüştür. Piyasa verileri tarihsel olarak incelendiğinde 2008 yılının Mart ayında margarin piyasasında *Besler* ile aynı grupta yer alan *Marsan*'ın rakibi *Gıdasa*'yı devralması sonrasında piyasa yoğunlaşmasının ciddi şekilde yükseldiği ortaya çıkmaktadır. Bu değişiklik aşağıdaki grafikte gösterilmektedir (OECD, 2011:6). *Marsan/Gıdasa* devralma işlemi öncesinde HHI 3000 seviyesinin altında iken işlem sonrasında 3500-4500 aralığında seyretmiştir. Aşağıdaki şekilde, *Besler*'in ortalama fiyatlarının da reel olarak işlem öncesinde 1-2 TL/kg aralığından işlem sonrasında yaklaşık 1,8-2,4 TL/kg aralığına yükseldiği görülmektedir.

### Şekil 1 : HHI ve *Besler*'in reel fiyatları



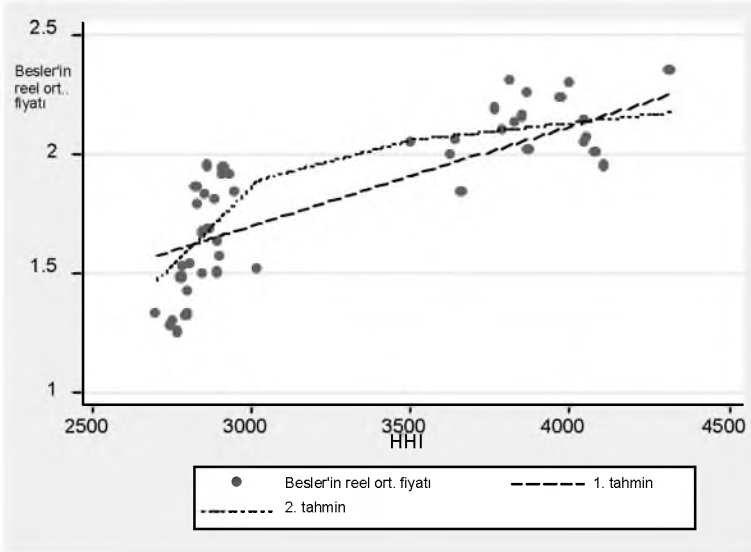
Bu itiraz karşısında Rekabet Kurumu regresyon denkleminin hem sabit terimini hem de HHI değişkeninin açısını etkileyen yapısal değişikliği dikkate almak amacıyla ilk modele bazı eklemeler yapmıştır. Bu amaçla modele Mart 2008 sonrasını işaret edecek şekilde bir kukla değişken (K) eklenmiştir. Ayrıca bu kukla değişken HHI verisi ile çarpılarak ( $K \times HHI$ ) fiyat-HHI ilişkisindeki açı değişiminin de doğru tahmin edilmesi sağlanmıştır<sup>19</sup>. İlave veriler ile yeniden yapılan tahmin sonucunda elde edilen HHI katsayılarının istatistiksel anlamlılık testlerinin yapılması aşamasında da yapısal değişimin dikkate alınması

<sup>19</sup> OECD (2011), *Economic Evidence In Merger Analysis- Turkey*, Working Party No. 3 on Co-operation and Enforcement, DAF/COMP/WP3/WD(2011)16, 15 February 2011, OECD, Paris, s.6.

gerekmıştır. İlk modelde HHI katsayısının ( $\beta_1$  olsun) anlamlılığı için sadece bu katsayının t-testi ile test edilmesi yeterli iken, yeni modelde çapraz değişkenin ( $K \times HHI$ ) varlığı sebebiyle anlamlılık testine bu değişkenin katsayısının ( $\beta_2$  olsun) da eklenmesi gerekmıştır ( $\beta_1 + \beta_2 \times K = 0$ ). K'nın Mart 2008 sonrasında 1 (bir) değerini aldığı dikkate alındığında anlamlılık testi doğrudan  $\beta_1 + \beta_2 = 0$  şeklinde yapılmıştır. Bu şekilde yapılan test sonucunda  $\beta_1 + \beta_2$  tahmini katsayılarının sıfırdan farklı olmadığı ortaya çıkmıştır. Bunun da anlamı *Besler/Turyağ* işleminin bildirildiği tarih itibarıyla HHI'da gerçekleşecek değişikliklerin *Besler*'in reel ortalama fiyatlarına etki etmeyeceğidir.

Her iki model yardımıyla tahmin edilen fiyat-yoğunlaşma ilişkisine ait tahmin eğrileri ve ilgili veri noktaları aşağıdaki şekilde gösterilmektedir<sup>20</sup>.

## Şekil 2: Fiyat-Yoğunlaşma tahminleri



Şekil 2'de, *Marsan/Gıdasa* devralma işlemi ile piyasada yaşanan yapısal değişim dikkate alınmadan tahmin edilen fiyat-yoğunlaşma modelinin sonuçları (1. tahmin) ile bu değişim dikkate alınarak yapılan tahmin sonuçları (2. tahmin) karşılaştırılmaktadır. İkinci tahmin, *Besler/Turyağ* işlemiyle yaşanacak yoğunlaşma artışının fiyatlara anlamlı derecede etkilemeyeceğini göstermektedir. Bu fark, grafikteki HHI 3500 seviyesinden sonraki bölümde ikinci tahmin eğrisinin açısının neredeyse sıfıra yakın olarak ortaya çıkması ile de anlaşılmaktadır.

<sup>20</sup>OECD 2011, s.6.



Grafiksel gösterim istatistiksel anlamlılık testleri ile de doğrulanmıştır.

Bu sonuç karşısında akla şu sorular gelmektedir: Az sayıda oyuncunun bulunduğu, ürünün görece homojen olduğu ve işlem sonucunda yoğunlaşma seviyesinin oldukça yüksek seviyelere çıkacağı bilinen bir piyasada gerçekleşecek yatay yoğunlaşma işlemi gerçekten fiyatların artmasına yol açmayabilir mi? Eğer ekonometrik analiz bu yönde bir sonuç ortaya koyuyorsa bu sonucun başka bir açıklamasının olması mümkün müdür?

Elbette her ekonometrik tahmin belli bir veri seti ve belli varsayımlar çerçevesinde yapılmaktadır. Veri sorunları sebebiyle modele dâhil edilememiş bazı değişkenler bulunabilir. Ancak *Besler/Turyağ* dosyasında yapılan ekonometrik analize temel teşkil eden verilerin doğrudan ilgili firmalardan toplandığı ve analizin rekabet iktisadında genel kabul gören model ve yöntemler eşliğinde yapıldığı kabul edilirse, yukarıda özetlenen ilginç bulgu kanaatimizce şu şekilde açıklanabilir. Teorik olarak, kârını maksimize etmeyi amaçlayan bir tekel firma bile fiyatları belli bir noktaya kadar yükseltmeyi tercih edecektir. Bu fiyat seviyesi tekelin kâr fonksiyonu ve talep esnekliği ile alâkalı olarak belirlenecektir. Bir başka deyişle, tekel firma maksimum kârı sağlayacak fiyat seviyesinden daha yukarıdaki bir fiyatı tercih etmeyecektir. Türkiye margarin piyasasının geçmiş verileri incelendiğinde Mart 2008'de gerçekleşen *Marsan/Gıdasa* devralma işlemi neticesince hâlihazırda piyasa yoğunlaşması ciddi şekilde yükselmiş durumdadır. Söz konusu yoğunlaşma artışı gerçek anlamda bir tekel yaratmamış olsa bile etki bakımından tekel gücüne denk gelebilecek ciddi bir pazar gücü oluşumuna imkân sağlamış olabilir. Pazar gücünün zaten önceki bir devralma işlemi sonucunda ortaya çıkmış olması sebebiyle, *Besler/Turyağ* işlemiyle hâkim duruma geçecek (ya da hâkim durumu güçlenecek) teşebbüsün, fiyatlarını daha önceden oluşmuş tekel gücünün artırabileceği maksimum seviyeden daha yukarıda belirlemesi kârlı olmayabilir. Bu sebeple *Besler/Turyağ* işlemine yönelik olarak yapılan ekonometrik analiz, işlemin bildirildiği tarih itibarıyla, yoğunlaşma artışının fiyatları anlamlı ölçüde etkilemeyeceğini gösteriyor olabilir.

Böyle bir durum karşısında Rekabet Kurumu mümkün olduğu ölçüde daha uzun bir dönemi kapsayacak bir veri seti ile aynı çalışmayı tekrar edebilir. Alternatif olarak, Rekabet Kurumu doğrudan marka veya firma bazında talep esnekliklerini tahmin etme yoluna giderek birleşme simülasyonu olarak bilinen yöntemi kullanarak farklı sonuçlara ulaşıp ulaşılmayacağını ortaya koymaya çalışabilir. Diğer yandan uygulamada özellikle birleşme/devralma işlemlerinde hızlı davranma gerekliliği, verilerin bulunabilirliği ve zaman kısıtları Rekabet

Kurumunun önündeki ciddi engellerdir.

### 3. AFM/MARS İŞLEMİ<sup>21</sup>

Rekabet Kurumu'na Kasım 2010'da yapılan başvuruda; Türkiye'nin değişik illerinde sinema salonu işletmeciliği yapan AFM Uluslararası Film Prodüksiyon Ticaret ve Sanayi A.Ş. (AFM) ve Mars Sinema Turizm ve Sportif Tesisler İşletmeciliği A.Ş.'nin (Mars) işletmekte oldukları sinema salonlarının birlikte kontrol edilmesini amaçlayan bir ortak girişim işlemine izin verilmesi talep edilmiştir.

Söz konusu işlem, ilgili piyasada hâkim durum yaratma suretiyle rekabeti önemli ölçüde azaltma ihtimali barındırması sebebiyle nihai inceleme sürecine alınmıştır. Bu süreçte Rekabet Kurumu klasik olarak pazar payları, yoğunlaşma oranları, giriş engelleri ve potansiyel rekabet unsurlarına dayanarak yaptığı yapısal analizlere ek olarak işlemin piyasadaki fiyatlar üzerine olası etkilerini tahmin etmek amacıyla bir ekonometrik çalışma yapmıştır. Bu tahmin çalışmasında, *Besler/Turyağ* dosyasında olduğu gibi, bir fiyat-yoğunlaşma modeli kullanılmıştır. Detaylarına aşağıda yer verileceği üzere, ekonometrik analiz sonucunda işlemin etki göstereceği bazı coğrafi pazarlarda önemli fiyat artışları gözlenebileceği tahmin edilmiştir. Bu tahminler üzerine işlem tarafları bazı sinema salonlarını devralma işleminin kapsamından çıkarmayı ve Rekabet Kurulu tarafından verilecek izin sonrasında üçüncü taraflara devretmeyi taahhüt etmişlerdir. Bu taahhütler çerçevesinde bazı coğrafi pazarlarda işlem sonrasındaki yoğunlaşma oranlarının düşmesi söz konusu olacaktır. Rekabet Kurulu verilen taahhütleri yine elindeki ekonometrik modelin sonuçları çerçevesinde değerlendirmiş ve işlemin bu taahhütler altında rekabeti önemli ölçüde azaltmayacağına karar vermiştir. Ancak, Rekabet Kurulu'nun bu izin kararının yürütmesi Danıştay tarafından durdurulmuştur<sup>22</sup>. Danıştay, kararının gerekçesinde mevcut taahhüt paketinin pazarda oluşacak rekabetçi endişeleri gidermek için yeterli olmadığını ifade etmiştir.

Rekabet Kurulu'nun konuyla ilgili kararından edinilen bilgilere göre işlem öncesinde; AFM, 2011 yılı Mart ayı itibarıyla 9 ilde, 25 noktada, 182 sinema salonu ile 31.107 koltuk kapasitesine sahiptir. AFM, Ankara, Antalya, Bursa, Çanakkale, İstanbul, İzmir, Samsun, Tekirdağ ve Ordu illerinde faaliyet göstermektedir. Mars ise toplam 14 ilde, 28 noktada, 239 sinema salonu ile 36.102 koltuk kapasitesine sahip olup, Adana, Adapazarı, Ankara, Antalya, Aydın, Denizli, Erzurum, Eskişehir, İstanbul, İzmir, İzmit, Kayseri, Mersin ve

<sup>21</sup> Rekabet Kurulu 2011.

<sup>22</sup> DANIŞTAY (2013), Onüçüncü Daire, Karar Esas No: 2012/2013.

Trabzon illerinde faaliyet göstermektedir. Mars'a ait sinema salonları tüketiciler tarafından *Cinebonus* salonları olarak bilinmektedir.

Rekabet Kurulu, ilgili ürün pazarını sinema salonu hizmetleri olarak tanımlamıştır. İlgili coğrafi pazar ise inceleme konusu işlem ile ortaya çıkan yoğunlaşmanın gerçekleştiği “İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya” illeri olarak tanımlanmıştır. Rekabet Kurulu ayrıca İstanbul için, şehrin iki ayrı yakadan oluşmasından kaynaklanan ulaşım koşullarının kendi içinde farklılaşması nedeniyle ilgili coğrafi pazarın İstanbul ili Anadolu ve Avrupa yakası alt coğrafi pazarlarına bölünebileceğini ifade etmiştir. Bunun dışında yoğunlaşmanın gerçekleştiği 4 ilde toplam 38 ayrı alt ilgili coğrafi pazar belirlenmiş ve her iki teşebbüsün birbirleri üzerinde rekabet baskısı oluşturabileceği 5 alt coğrafi pazarda işlemin bölgesel rekabet koşulları üzerindeki etkilerinin ne olacağı anlaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan ekonometrik analizde bu beş coğrafi pazarın verileri kullanılmıştır.

İşlem sonrasında, dört ilde (İstanbul, Ankara, İzmir ve Antalya), HHI düzeyleri satılan bilet geliri bakımından 3180-5733 aralığında değişmektedir. HHI değişim düzeyleri ise 1257-2969 arasındadır. Türkiye pazarı bakımından ise satılan bilet geliri bakımından işlem sonrası HHI düzeyi 2224-3031 arasında değişirken, HHI değişim düzeyleri 1056-1441 arasında yer almaktadır. Benzer şekilde, sinema salonu hizmetlerinden elde edilen toplam gelir bakımından da işlem sonrasında bu dört ilde HHI düzeyleri 3115-5795 arasında değişirken, HHI değişim değerleri 1227-2721 arasındadır. *AFM* ve *Mars* teşebbüsleri bu illerde 2007-2011 arasındaki dönemde pazar payı büyüklüğü bakımından her zaman ilk iki sırada yer almaktadır.

Rekabet Kurulu, Türkiye'deki büyük çaplı alışveriş merkezlerinde yer alan sinemaların genellikle *AFM* ve *Mars*'tan birine ait olduğunu, buna karşın her iki grubun rakiplerinin ise genel olarak AVM'lerin dışındaki müstakil bölgelerde hizmet verdiğini tespit etmiştir. Rekabet Kurulu, birleşen aktörlerin kendilerini rakiplerinden farklı konumlandırarak aynı müşteri grubuna hitap ettiklerini ve birbirlerinin en yakın alternatifleri olduğunu belirtmektedir. Rekabet Kurulu'na göre *AFM* ve *Mars*'ın müşteri gruplarının birbirine yakın olması birleşen firmanın fiyatını kârlı bir biçimde yükseltebilmesini kolaylaştırabilecektir. Diğer yandan Rekabet Kurulu, pazara giriş engellerinin genel olarak düşük olduğunu, yakın gelecekte AVM piyasasında önemli bir büyüme eğilimi beklendiğini ve bu AVM'lerde yeni sinema salonlarının tesis edilmesi suretiyle piyasaya yeni oyuncuların girmelerinin muhtemel olduğunu ileri sürmüştür. Bu tespitler

ışığında Rekabet Kurulu, devralma işlemi sonrasında, aşağıda yer verilecek olan bazı mikro coğrafi pazarlar dışında diğer pazarlarda rekabetin önemli ölçüde kısıtlanması sonucunun doğmayacağını ifade etmiştir. *AFM* ve *Mars*'ın birlikte faaliyet gösterdiği beş coğrafi pazarda ise, yoğunlaşma işleminin fiyatlar üzerindeki etkisini tahmin etmeye yönelik olarak yapılan ekonometrik çalışmanın sonuçlarına göre bu pazarlarda fiyatların (en düşük %7, en yüksek %37 olmak üzere) belirgin oranlarda artabileceği tahmin edilmiştir. Bu modelin detaylarına aşağıdaki bölümde yer verilmektedir.

Karar'da her ne kadar ilgili coğrafi pazar yoğunlaşmanın gerçekleştiği iller olan *İstanbul*, *Ankara*, *İzmir* ve *Antalya* illeri şeklinde belirlenmiş olsa dahi Rekabet Kurulu, belirtilen coğrafi bölgelerin büyüklüğü ve teşebbüslerin bu bölgelerde çok sayıda lokasyona sahip olduğunu göz önüne alarak her ilde ayrıca alt coğrafi pazarların belirlenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Alt coğrafi pazarların belirlenmesinde, *AFM*'nin sinemaları baz alınarak 15-20 dakikalık sürüş mesafesinde yer alan rakip sinemalar dikkate alınmış ve bölgenin ulaşım olanakları ile özel durumları değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, 4 ilde toplam 38 alt ilgili coğrafi pazar belirlenmiştir. Ekonometrik fiyat-yoğunlaşma modelinde ise sadece her iki teşebbüsün birbirleri üzerinde rekabet baskısı oluşturabileceği beş coğrafi pazarda işlemin tüketici fiyatları üzerindeki etkileri tahmin edilmiştir. Buna göre modele dâhil edilen beş coğrafi pazar ve içinde yer alan oyuncular aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

**Tablo: Alt Coğrafi Pazarlarda Yer Alan Sinemalar**

Bölge – Şehir	Pazara Dahil Sinemalar
Batı Ankara	AFM Cepa Ankara, Armada, Prestij Kentpark, Cinebonus Bilkent, Cinebonus Gordion, Cinebonus Arcadium
Ümraniye/İstanbul	AFM Carrefour Ümraniye, Cinebonus Meydan
Etiler-Levent/İstanbul	AFM Akmerkez, AFM Mohini Etiler, AFM Profilo, Cinebonus Kanyon, Cinecity Etiler
Şişli/İstanbul	AFM Profilo, Cinebonus Cevahir, Gazi, Citylife, Movieplex Şişli, Movieplex Nişantaşı
Taksim-Beyoğlu/İstanbul	AFM Fitaş, Cinebonus G-Mall, Cinemajestic, Movieplex Sinpop, Atlas

Ekonometrik modelde; modele dâhil edilen sinema işletmelerinin Ocak 2008-Mart 2011 zaman aralığındaki aylık bazdaki verileri kullanılmıştır. Veri seti sinemaların, aylık “indirimli tarife” ve “tam tarife” bilet adetleri ve gişe gelirleri, kira gideri, çalışanlara yapılan ödemeleri ve toplam diğer giderlerinden oluşmaktadır.

Yerel pazarların belirlenmesinin ardından ortalama pazar fiyatı, HHI ve ilgili maliyet değişkenleri hesaplanmıştır. Modelde “maliyet unsurları” olarak her sinema işletmesinin ödediği aylık kira, çalışanlara yapılan ödemeler ve bunların dışında kalan “diğer gider” kalemlerine ilişkin veriler kullanılmıştır. İlgili coğrafi pazarda bulunan sinemaların maliyet kalemleri aylık bazda toplanarak pazar ve ay bazında gerçekleşen toplam kira ödemeleri, toplam çalışanlara yapılan ödemeler ve toplam diğer giderler hesaplanmıştır. Belli bir pazarın ortalama fiyat serisi tüketici fiyat endeksine bölünerek reel fiyatlara ulaşılmıştır. Endeksin 2008 Ocak değeri “1” olarak alınmıştır.

Yapılan ekonomik analizde, yoğunlaşma endeksi olarak kullanılan HHI ise teşebbüslerin her ilgili pazardaki satılan bilet sayıları üzerinden hesaplanmış pazar paylarının karelerinin toplamı olarak belirlenmiştir.

Bu veriler kullanılarak tahmin edilen ekonometrik model aşağıdaki gibidir:

$$p_{mt} = \alpha + \beta.HHI_{mt} + \gamma_1.kira_{mt} + \gamma_2.ücretler_{mt} + \gamma_3.digergider_{mt} + \sum_{k=1}^5 \theta_k.pazar_k + \sum_{t=1}^{38} \lambda_t .ay_t + \varepsilon_{mt}$$

Modeldeki değişkenlerin altlarındaki “m” ve “t” harfleri sırasıyla modelin tahmininde kullanılan beş adet ilgili coğrafi pazarı ve Ocak 2008-Mart 2011 dönemindeki 39 ayı temsil etmektedir. Ayrıca modele, her lokal pazardaki talep koşullarını ve her ayın kendine has özelliklerini (*fixed-effects*) yansıtacak kukla değişkenler (*dummy variables*) de eklenmiştir. “Pazar kukla değişkenleri”, her bir ayrı pazarın zaman içinde değişmeyen belli tipik özelliklerinin fiyatlara olan etkisini içermektedir. Dolayısıyla, belli bir pazardaki coğrafi durum, ulaşım imkânları, zamandan bağımsız sosyo-ekonomik veya demografik yapılar gibi talebi etkileyecek unsurlar bu değişkenler tarafından temsil edilebilmektedir. Diğer yandan, her ay için ayrı ayrı tanımlanan “ay kukla değişkenleri” ise belli bir ayda (pazarlardan bağımsız) ortaya çıkan ve fiyat üzerinde sadece o aya ilişkin etkileri temsil etmektedir.

Model kapsamında, sabit etkileri içeren OLS ve 2SLS yöntemleri kullanılarak tahminler yapılmıştır. 2SLS yönteminde araç değişken olarak, piyasanın 1, 2 ve 3 ay gecikmeli büyüme oranları kullanılmıştır. Ayrıca tahmin edilen model

üzerinde değişken varyans (*heteroscedasticity*) ve otokorelasyon sorunlarını teşhis için bazı testler yapılmıştır.

Yapılan regresyonların ve testlerin sonucunda, HHI'nın fiyatlar üzerine olan etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Diğer yandan maliyet kalemlerinin etkisi ise genelde anlamlı çıkmamıştır. HHI değişkeninin katsayısının tahmin edilen değeri ve işlemin her beş pazarda yaratacağı HHI değişim değeri dikkate alınarak yapılan hesaplamalar sonucunda, işlemle birlikte sinema bilet fiyatlarının Batı Ankara pazarında %9, Ümraniye pazarında %37, Etiler-Levent pazarında %19, Şişli pazarında %14 ve Taksim-Beyoğlu pazarında %7 oranında artabileceği tahmin edilmiştir.

Bu tahminler üzerine işlem tarafları Rekabet Kurulu'na bazı sinema salonlarının işlem sonrasında üçüncü taraflara devredilmesini içeren bir plan taahhüt etmiştir. Bu taahhüde uyulması halinde işlem taraflarının elinde Batı Ankara pazarında iki (AFM Cepa ve Cinebonus Gordion), diğer dört pazarda ise birer sinema kalacaktır. Bu plana göre elden çıkarma işlemi sonrası dört pazardaki HHI oranları değişmemekte ve sadece Batı Ankara pazarında yoğunlaşma artışı olmaktadır. Ekonometrik modelin sonuçları ile taahhüdün getireceği yeni pazar yapısı (yeni HHI) yeniden değerlendirildiğinde işlemin bu pazardaki fiyatları %1,3 civarında artırabileceği tespit edilmiştir. Rekabet Kurulu bu tespit üzerine taraflarca sunulan taahhüt paketinin, söz konusu beş pazarda rekabetin önemli ölçüde kısıtlanabileceği yönündeki endişeleri giderici nitelikte olduğu sonucuna ulaşmış ve işleme söz konusu taahhüt çerçevesinde izin vermiştir.

## KARŞILAŞTIRMA VE SONUÇ

1997 yılında faaliyete geçen Rekabet Kurumu'nun incelemelerinde ve Rekabet Kurulu'nun kararlarında sınırlı sayıda dosyada sayısal iktisadi analizlere yer verilmiştir. Bu analizlerden ikisi ilgili pazarı tanımlamak, diğer ikisi de yoğunlaşma işlemlerinin fiyatlara etkisini tahmin etmek amacıyla yapılmıştır.

Rekabet Kurumu'nca *Besler/Turyağ* ve *AFM/Mars* birleşme/devralma işlemlerinin incelenmesinde kullanılan fiyat-yoğunlaşma modelleri arasında modellerin yapısı, verilerin niteliği, tahmin yöntemi ve karar vericilere sunduğu yorumlar bakımından bazı farklar bulunmaktadır.

Bu modeller arasındaki göze çarpan ilk farklılık açıklanan değişkenin içeriğindedir. *Besler/Turyağ* dosyasındaki modelde, açıklanan değişken piyasanın lider firması *Besler*'in ortalama fiyatları iken, *AFM/Mars* dosyasında ilgili pazarın ortalama fiyatıdır. Her iki fiyat serisi de tüketici fiyat endeksi kullanılarak deflate

edilmiştir.

İkinci farklılık ise verilerin türünde ortaya çıkmaktadır. *Besler/Turyağ* dosyasında, zaman serisi türündeki veriler kullanılmıştır. Buna karşın, *AFM/Mars* dosyasında hem zaman serisi hem de yatay-kesit veriler içeren panel veri seti kullanılmıştır. Panel verinin mevcudiyeti *AFM/Mars* dosyasında panel veri tahmin yöntemlerinden olan sabit-etkiler yönteminin kullanılmasına imkân sağlamıştır. Ayrıca bu dosyada, modele yoğunlaşma endeksi ve maliyet bilgilerinin yanında her ay için “sabit-etkileri” dikkate alan kukla değişkenler de eklenmiştir.

Her iki modelde de yoğunlaşma ölçüsü olarak Herfindahl-Hirschman endeksi (HHI) kullanılmıştır. Maliyet verileri bakımından, *Besler/Turyağ* dosyasında daha önceden tek bir değişken halinde hesaplanmış olan *Besler* firmasının ortalama değişken maliyeti (AVC) kullanılmışken, *AFM/Mars* dosyasında her bir ilgili pazar için toplam kira, toplam personel gideri ve toplam diğer gider kalemleri açıklayıcı değişken olarak kullanılmıştır. Bu veriler her bir sinema işletmecisinden talep edilen verilerle hesaplanmıştır.

HHI değişkeninin içselliğinden (endojenliği) kaynaklanan tahmin hatalarının düzeltilmesi bakımından ise *AFM/Mars* dosyasında ilgili pazarlarda satılan aylık toplam bilet adetlerinin 2 ya da 3 aya kadar gecikmeli değerleri araç değişkenler olarak kullanılmıştır. *Besler/Turyağ* dosyasında ise Rekabet Kurumu HHI'daki değişimlerin büyük ölçüde *Marsan/Gıdasa* birleşmesinden kaynaklanan dışsal bir değişim olduğu ileri sürmüştü ve araç değişkenlerin kullanıldığı bir tahmin yöntemi benimsememiştir. İşlem taraflarından gelen itiraz üzerine, HHI'ın fiyat şoklarından etkilenme ihtimaline karşın fiyat denklemi ile birlikte bir de HHI denklemi tahmin edilmiş ve her iki denklem SUR (*Seemingly Unrelated Regressions*) yöntemi ile tahmin edilmiştir. Bu denklemde fiyat ve miktar verileri HHI'ın açıklayıcı değişkeni olarak kullanılmıştır. Bu tahmin yöntemi ile elde edilen sonuçlar orijinal modeldeki sonuçlara oldukça yakın neticeler vermiştir.

Modellerin karar vericiler için ortaya koyduğu yorumlar ise ilgi çekicidir. *Besler/Turyağ* modelinin istatistiksel sonucuna göre piyasadaki herhangi bir yoğunlaşma fiyatları etkilemeyecektir. Ancak bu sonuç, piyasanın geçmiş ve mevcut verileri göz önüne alınarak yorumlanmalıdır. İşlemin bildirildiği tarihten yaklaşık iki sene önce aynı piyasada gerçekleşmiş bir başka işlem sonucunda yoğunlaşmanın ciddi biçimde arttığı göze çarpmaktadır. Bu artış sonucunda margarin piyasasının “teklici” bir yapıya eriştiği ve fiyatların bu işlemle birlikte kârı maksimize edecek en yüksek seviyeye çıktığı yorumu yapılabilir. Modelin sonucu bu bilgi eşliğinde yorumlandığında, HHI'daki ilave değişimlerin fiyatı

etkilemeyebilecek olmasına makul bir açıklama yapılabilmektedir. *AFM/Mars* dosyasında ise, fiyat-yoğunlaşma modeli söz konusu işlemin doğrudan beş adet ilgili pazarda %9-%37 arasında fiyat artışlarına yol açacağını işaret etmektedir.

Rekabet Kurumu'nca yapılan iktisadi modelleme çalışmalarına işlem taraflarınca verilen tepkilere de yer vermek gerekirse; *Besler/Turyağ* dosyasında tarafların yapılan analizin ilk aşamalarını ciddi biçimde eleştirdikleri ve bazı öneriler getirdikleri görülmektedir. Rekabet Kurumu bu eleştirileri dikkate alarak modelde gerekli ekleme ve düzeltmeleri yapmıştır. *AFM/Mars* dosyasında ise işlem tarafları iktisadi analize herhangi bir itirazda bulunmamıştır. Bunun yerine modelin sonuçlarını doğrudan dosyanın izin alabilmesi için verdikleri taahhüdün şekillenmesinde kullanmışlardır. Bu amaçla, taraflar modelde tahmin edilen katsayıları veri almış ve Rekabet Kurumu'na HHI seviyesini düşürecek şekilde yeni bir birleşme planı sunmuştur. Rekabet Kurulu da aynı şekilde mevcut analizin sonuçlarını kullanarak yeni plana onay vermiştir.

Sonuç olarak, az sayıda dosyada yapılmasına rağmen sayısal iktisadi analizlerin Rekabet Kurulu'nun karar süreçlerine önemli katkı sağladığı ileri sürülebilir. Fiyat-yoğunlaşma modellerinden yazıda bahsedilen birleşme/devralma dosyalarının “nihai inceleme” aşamasında faydalanılmıştır. Gelecekteki uygulamalarda fiyat-yoğunlaşma modellerinin dosya süreçlerinin ilk aşamalarında ele alınması ve bulguların “Yukarı Doğru Fiyatlama Baskısı (*Upward Pricing Pressure*)<sup>23</sup>” gibi eldeki sınırlı verilerle kısa zaman içerisinde gerçekleştirilebilecek diğer analizlerle karşılaştırılması önerilebilir. Özellikle tartışmalı dosyalarda nihai inceleme aşamasındaki değerlendirmelerin ise talep esnekliği tahmini ve birleşme simülasyonu gibi daha ileri tekniklerle desteklenmesinde fayda bulunmaktadır. Böylece Rekabet Kurulu'nun iktisadi analiz bakımından daha zengin araçlar eşliğinde karar almasına yardımcı olunabilecektir.

---

<sup>23</sup> FARRELL, J. ve C. SHAPIRO (2010), “Antitrust Evaluation of Horizontal mergers: An Economic Alternative to Market Definition”, *The B.E. Journal of Theoretical Economics* (Policies and Perspectives), No:10(1), Article 9, s.12.



**KAYNAKÇA**

DANIŞTAY (2013), Onüçüncü Daire, Karar Esas No: 2012/2013.

EUROPEAN COMMISSION (2004), Guidelines on the assessment of horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings, Official Journal of the European Union, 2004/C 31/03.

EUROPEAN COMMISSION (2011), "Turkey 2011 Progress Report", Brussels, Belgium, [http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key\\_documents/2011/package\\_tr\\_report\\_2011\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key_documents/2011/package_tr_report_2011_en.pdf). Erişim Tarihi: 20.02.2013.

EVANS, W., L.M. FROEB ve G.J. WERDEN, (1993), "Endogeneity in the Concentration-Price Relationship: Causes, Consequences, and Cures", *The Journal of Industrial Economics*, No:41(4), s. 431-438.

FARRELL, J. ve C. SHAPIRO (2010), "Antitrust Evaluation of Horizontal mergers: An Economic Alternative to Market Definition", *The B.E. Journal of Theoretical Economics* (Policies and Perspectives), No:10(1), Article 9.

HEYER, K., C. SHAPIRO ve J. WILDER (2009), "The Year in Review: Economics at the Antitrust Division, 2008-2009", *Review of Industrial Organization*, Vol. 35, No: 4, December, s. 349-367.

HMG (2010), Horizontal Merger Guidelines, U.S. Department of Justice and Federal Trade Commission.

[http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/role\\_en.html](http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/role_en.html). Erişim Tarihi: 20.02.2013.

KALKAN, E. (2012), "Türkiye Konserve Ton Balığı Piyasasında Bir Fiyat-Yoğunlaşma Modeli", *Rekabet Dergisi*, No: 13(2), s.139-157.

NEVEN, D. ve M. DE LA MANO (2009), "Economics at DG Competition, 2008-2009", *Review of Industrial Organization*, Vol. 35, No:4, December, s. 317-347.

OECD (2011), *Economic Evidence In Merger Analysis- Turkey*, Working Party No. 3 on Co-operation and Enforcement, DAF/COMP/WP3/WD(2011)16, 15 February 2011, OECD, Paris.

REKABET KURULU (2009), 18.11.2009 tarih ve 09-56/1338-341 sayılı karar, (OYAK/Lafarge kararı).

REKABET KURULU (2010), 12.10.2010 tarih ve 10-64/1355-498 sayılı karar, (Besler/Turyağ kararı).

REKABET KURULU (2011), 17.11.2011 tarih ve 2010-2-258 sayılı karar,

(*AFM/Mars* kararı).

REKABET KURULU (2012), 01.10.2012 tarih ve 12-47/1413-474 sayılı karar, (*UN Ro-Ro* kararı).

WHINSTON, M.D. (2006), *Lectures On Antitrust Economics*, MIT Press:USA.