

REKABET-REGÜLASYON-TEKNOLOJİ 2024 ALMANAĞI

Dr. Bülent GÖKDEMİR

2024 Paylaşımları Anahtar Kelimeler Tablosu

Tarih/Paylaşım	Anahtar Kelimeler
Aralık 2024 Paylaşım-16	sağlık, rekabet, birleşme/devralma, dikey entegrasyon, değer zinciri, ABD, Unitedhealth, FTC, DoJ
Aralık 2024 Paylaşım-15	rekabet, perakende, fiyat ayrımcılığı, ABD, Robinson-Patman Yasası, FTC, Southern Glazer
Aralık 2024 Paylaşım-14	rekabet, haksız rekabet, rakibi kötüleme, ilaç, patent, ABD, DoJ, Teva
Aralık 2024 Paylaşım-13	Rekabet Kurumu, İşgücü Kılavuzu, bilgi değişimi, insan kaynakları
Aralık 2024 Paylaşım-12	rekabet, FTC, perakende, birleşme/devralma, Kroger-Albertson, işgücü piyasası, ilgili işgücü pazarı
Aralık 2024 Paylaşım-11	regülasyon, rekabet, ABD, AB, Rekabet Kurumu, ödeme sistemleri, Visa, Mastercard
Aralık 2024 Paylaşım-10	Rekabet Kurumu, İşgücü Kılavuzu, birleşme/devralma, diğer mevzuat, yan sınırlama, davranışsal tedbir
Aralık 2024 Paylaşım-9	rekabet, AB Komisyonu, Meta (Facebookmarketplace), e-ticaret, sosyal şebeke, bağlama, dışlayıcı davranış, tüketici zararı
Aralık 2024 Paylaşım-8	teknoloji şirketleri, ABD, AB, verimlilik
Aralık 2024 Paylaşım-7	rekabet, anlaşma/uyumlu eylem, birleşme/devralma, yan sınırlama
Aralık 2024 Paylaşım-6	rekabet, ABD, DoJ, Google, arama hizmeti, davranışsal tedbir, yapısal tedbir
Aralık 2024 Paylaşım-5	yapay zekâ, rekabet, ABD, Elon Musk, OpenAI, Microsoft, xAI
Aralık 2024 Paylaşım-4	yapay zekâ, hukuk, bilinç/farkındalık, İşlemsel Zihin Teorisi, Orch-OR Teorisi
Aralık 2024 Paylaşım-3	teknoloji şirketleri, ABD, AB, mitoloji, panteon
Aralık 2024 Paylaşım-2	Rekabet Kurumu, işgücü piyasası, rakiplik ilişkisi, HMT, SSNDC, ilgili işgücü pazarı, ilgili işgücü coğrafi pazarı
Aralık 2024 Paylaşım-1	ABD, çip endüstrisi, CPU, GPU, Intel, Nvidia
Kasım 2024 Paylaşım-7	rekabet, AB Komisyonu, Genel Mahkeme, ABAD, çip, Intel, koşullu indirim, meşru rekabet
Kasım 2024 Paylaşım-6	yapay zekâ, ABD, rekabet, kişiselleştirilmiş fiyatlandırma, perakende, Kroger, kişisel verilerin korunması, tüketici hakları, fahiş fiyatlandırma
Kasım 2024 Paylaşım-5	regülasyon, e-ticaret kanunu, rekabet, oligopol, lisans bedeli
Kasım 2024 Paylaşım-4	rekabet, regülasyon, işgücü piyasası, yoğunlaşma, çalışan mobilitesi, verimlilik
Kasım 2024 Paylaşım-3	rekabet, dijital platform, bulut bilişim, bulut aktarım uygulamaları, ABD, DoJ, Apple, kilitleme (lock-in), gatekeeper
Kasım 2024 Paylaşım-2	rekabet, tüketici refahı, perakende, ABD, Walmart
Kasım 2024 Paylaşım-1	rekabet, ABD, FTC, birleşme/devralma, bildirim formu
Ekim 2024 Paylaşım-7	platform ekosistemi, ödeme hizmetleri, rekabet, DoJ, Visa, Apple, rekabetten kaçınma anlaşması (pay for delay)

Ekim 2024 Paylaşım-6	rekabet, eşik bekçisi (gatekeeper), FTC, ilaç, Caremark, ESI, OPTUM
Ekim 2024 Paylaşım-5	Rekabet Kurumu, İşgücü Kılavuzu, rehber (quideline), ABD, AB
Ekim 2024 Paylaşım-4	rekabet, tekelleşme, ABD, Google, dijital reklam, birleşme/devralma, Youtube, Doubleclick, ADX, FTC, DoJ
Ekim 2024 Paylaşım-3	çalışan transferi, birleşme/devralma, İngiltere, CMA, Microsoft, Inflection AI
Ekim 2024 Paylaşım-2	rekabet, AB, Genel Mahkeme, ABAD, birleşme/devralma, öldürücü devralma (killing acquisition), Illumina, Grail
Ekim 2024 Paylaşım-1	rekabet, birleşme/devralma, birleşme rehberi (Merger Quideline) FTC, DoJ, Tapestry-Capri, Kroger-Albertson, Livenation-Ticketmaster
Eylül 2024 Paylaşım-6	yapay zeka, rekabet, algoritmik fiyatlama, DoJ, konut hizmetleri, kiralama, Realpage
Eylül 2024 Paylaşım-5	ABD, rekabet, regülasyon, fahiş/aşırı fiyatlama, fiyat kontrolü
Eylül 2024 Paylaşım-4	rekabet, AB, zarar teorisi, parasal olmayan tüketici zararı (non-monetary harm), Apple, müzik uygulama mağazası hizmetleri
Eylül 2024 Paylaşım-3	rekabet, birleşme/devralma, çalışan transferi (acquihiere), teknoloji şirketleri, startup, AB, ABD, İngiltere
Eylül 2024 Paylaşım-2	rekabet, DoJ, Google, arama (search) hizmeti, teknoloji şirketleri, işbirliği anlaşmaları, münhasır anlaşma, yarı-rasyonel tüketici (semi-rational/biased preferences)
Eylül 2024 Paylaşım-1	rekabet, AB, Hâkim Durum Kılavuzu, AEC Testi, Politika Notu (Policy Brief)
Ağustos 2024 Paylaşım-7	rekabet, regülasyon, kurumsal iletişim, uyum (compliance), AB, ABD, İngiltere, Nvidia, Huggingface
Ağustos 2024 Paylaşım-6	rekabet, dijital piyasalar, yapay zeka, AB, ABD, İngiltere ortak deklarasyon, teknoloji şirketleri, işbirliği anlaşmaları, algoritmik fiyat tespiti
Ağustos 2024 Paylaşım-5	AB, DMA, eşik bekçisi (gatekeeper), web tarama hizmeti, Opera, Microsoft
Ağustos 2024 Paylaşım-4	AB, birleşme/devralma, fiyat dışı parametreler, politika duyurusu (Policy Brief), tüketici refahı standardı, tüketici zararı, uyum (compliance)
Ağustos 2024 Paylaşım-3	rekabet, regülasyon, kurumsal iletişim, Microsoft, OpenAI, AB, ABD, İngiltere
Ağustos 2024 Paylaşım-2	ABD, FTC, işgücü piyasası, rekabet yasağı
Ağustos 2024 Paylaşım-1	rekabet, regülasyon, fiyat farklılaştırması, kişisel fiyatlama, tüketici refahı, kişisel verilerin korunması
Temmuz 2024 Paylaşım-5	AB, dijital devrim, yapay zeka, rekabet, yoğunlaşma yatırım, inovasyon, verimlilik, gelir dağılımı
Temmuz 2024 Paylaşım-4	AB, DMA, platform ekonomisi, geçit bekçisi (gatekeeper), önemli ölçüde pazar gücü, hâkim durum
Temmuz 2024 Paylaşım-3	rekabet, AB, ABD, Rekabet Kurumu, Apple, mobil telefon, uygulama mağazası hizmeti, ödeme sistemi
Temmuz 2024 Paylaşım-2	ABD, rekabet, nondomination, yapısalci ekol, neoklasik ekol, tüketici zararı, Sylvania (Continantel) Kararı
Temmuz 2024 Paylaşım-1	ABD, rekabet, kartel/uyumlu eylem, enflasyon, greedflation, konut, sağlık, enerji
Haziran 2024 Paylaşım-2	ABD, DoJ, birleşme/devralma, eğlence hizmetleri, Ticketmaster, Livenation, bağlama (tying), münhasır anlaşma, yapısal tedbir, bölünme
Haziran 2024 Paylaşım-1	rekabet, FTC, birleşme/devralma, enerji, kartel, OPEC, Exxon, Pioneer

Mayıs 2024 Paylaşım-6	rekabet, birleşme/devralma, hazır giyim, moda, Tapestry-Capri, Birleşme Rehberi, Zincir devralmalar, işgücü piyasası
Mayıs 2024 Paylaşım-5	rekabet, algoritmik fiyatlama, FTC, RealPage, konut hizmetleri, ev kiralama, AI fiyatlaması
Mayıs 2024 Paylaşım-4	AB, DMA, rekabet, web tarama hizmetleri, Brave, Opera
Mayıs 2024 Paylaşım-3	rekabet, işgücü piyasaları, FTC, DoJ, birleşme/devralma, Kroger-Albertson
Mayıs 2024 Paylaşım-2	rekabet, regülasyon, yapay zeka, tekelleşme, işbirliği anlaşmaları, yatırım anlaşmaları, İngiltere, CMA, Google Android
Mayıs 2024 Paylaşım-1	rekabet, birleşme/devralma, FTC, teknoloji şirketleri, çalışan transferi (acquihiere), Microsoft
Nisan 2024 Paylaşım-5	rekabet, tüketici tercihleri, yanlı tercihler (biased preferences) ilgili pazar, davranışsal iktisat, Kahneman
Nisan 2024 Paylaşım-4	rekabet, sağlık hizmetleri, ilaç, FTC, FDA, patent
Nisan 2024 Paylaşım-3	rekabet, işgücü piyasaları, FTC, DoJ, birleşme/devralma, Kroger-Albertson
Nisan 2024 Paylaşım-2	rekabet, AB, Apple, spotify, anti-steering, IAP obligation
Nisan 2024 Paylaşım-1	kişisel verilerin korunması, FTC, tüketici hakları
Mart 2024 Paylaşım-7	rekabet, regülasyon, ilgili ürün pazarı, talep esnekliği, gelir esnekliği
Mart 2024 Paylaşım-6	rekabet, regülasyon, ilgili pazar, AB Pazar Duyurusu, tüketici tercihleri, davranışsal iktisat
Mart 2024 Paylaşım-5	AB, DMA, eşik bekçisi (gatekeeper)
Mart 2024 Paylaşım-4	AB, DMA, otel platform hizmetleri
Mart 2024 Paylaşım-3	ABD, rekabet, DoJ, Apple, mobil telefon, FTC, Qualcomm
Mart 2024 Paylaşım-2	rekabet, AB, ilgili pazar, AB İlgili Pazar Duyurusu
Mart 2024 Paylaşım-1	rekabet, ABD, AB, yapısalılık, Chicago Okulu, tüketici zararı, yıkıcı fiyatlama, bağlama (tying)
Şubat 2024 Paylaşım-6	AB, DMA, DSA, eticaret, eşik bekçisi (gatekeeper), uyum (compliance), Apple
Şubat 2024 Paylaşım-5	teknoloji şirketleri, toplumsal refah, tüketici faydası, ücretsiz dijital hizmetler, Brynjollson
Şubat 2024 Paylaşım-4	rekabet, birleşme/devralma, ABD, DoJ, havayolu ulaşım hizmetleri, Jetblue-Spirit Airlines
Şubat 2024 Paylaşım-3	küresel ekonomi, tekelleşme, yoğunlaşma, enflasyon, gelir dağılımı, ilaç, teknoloji piyasaları
Şubat 2024 Paylaşım-2	Rekabet Kurumu, Facebook, veri birleştirme, ihlale son verme
Şubat 2024 Paylaşım-1	rekabet, tarımsal piyasalar, değer zinciri, fahiş fiyat, Rekabet Kurumu, Ticaret Bakanlığı
Ocak 2024 Paylaşım-3	rekabet, veri mahremiyeti, KVKK, birlikte çalışılabilirlik (interoperability), veri taşıma, FTC
Ocak 2024 Paylaşım-2	rekabet, birleşme/devralma, FTC, DoJ, Birleşme Rehberi
Ocak 2024 Paylaşım-1	rekabet, birleşme/devralma, potansiyel rekabet, AB, ABD, FTC, Adobe-Figma, Meta-Within

Aralık 2024 Paylaşım-16

Anahtar Kelimeler: sağlık, rekabet, birleşme/devralma, dikey entegrasyon, değer zinciri, ABD, Unitedhealth, FTC, DoJ

Bir cinayetin iktisadi analizi.

4 Aralık tarihinde ABD sağlık sektörü devi Unitedhealth in bağlı ortaklığı olan UnitedHealthCare CEO'su Brian Thompson, 26 yaşındaki Luigi Mangione tarafından silahlı saldırı sonucu öldürüldü.

Mangione, cinayet sonrası halkın belli kesimlerinde kahraman ilan edildi! Yapılan kamuoyu yoklamalarında silahlı saldırı girişimine ciddi oranda destek çıktı.

Esasen Mangione'ye verilen destek, ABD sağlık sistemi ve özellikle Unitedhealth şirketine duyulan tepkinin doğal sonucu.

ABD'de son yıllarda sağlık hizmetleri fiyatları yüksek oranlarda artış kaydetti (kanımca gıda, sağlık ve kira enflasyonu ABD seçim sonucunda etkili oldu).

KFF tarafından yapılan bir çalışmaya göre ABD'de sağlık sigortası bulunanların yarısı sigorta primlerinin sağlık ihtiyaçlarını karşılamayacağı endişesi taşıyor. Nitekim 2023 yılında her beş hastadan birinin sağlık hizmeti talebi sigorta poliçesinin yetersizliği dolayısıyla reddedilmiş.

Unitedhealth niçin tepkilerin odağında?

1974 yılında (Başkan Nixon'un HMO yasasının avantajıyla) kurulan şirket, başta sağlık sigortası olmak üzere sağlık sektörünün hemen her alanında, 50 milyonu sigortalı olmak üzere 103 milyon kişiye hizmet veren dikey bütünleşik bir dev.

22 bin lokasyonda 70 bin doktorla çalışıyor. Eczaneleri, klinikleri, cerrahi merkezileri, evde bakım hizmet şirketleri vs. mevcut. Sağlık hizmetleri için kredi kullandığı bir bankası (Optum Bank) ve ödeme hizmet şirketi bile var. 2023 cirosu 281 milyar Dolar.

Peki bu devasa dikey bütünleşik yapı nasıl ortaya çıkmış?

Doğru tahmin ettiniz; ağırlıklı şirket devralmaları yoluyla. (Krista Brown ve Sara Sirota tarafından The American Prospect'te yayımlanan "Building a Giant" başlıklı makaleye göz atmanızı öneririm).

1975-1989 arasında yedi büyük şirket; 1990-1999 arasında 12 büyük şirket; 2000-2010 arasında 17 büyük şirket; 2010-2019 arasında 31 büyük şirket; 2020 sonrasında (şimdilik) 14 büyük şirketi satın almış.

Bunlar, bütünleşik sağlık hizmetinin farklı alt pazarlarından, toplamda milyar Dolarları kat kat aşan bedelle satın alındılar. Böylece sağlık değer zincirinin tümüne yayılmış bir fiyat koyucu güç haline geldi UnitedHealth (ismiyle müsemma!).

Hala satın almaları sürdürüyor. Lakin ABD rekabet otoriteleri FTC ve DoJ bu gidişe bir son vermiş görünüyor (ayrı bir paylaşımda ele alacağım).

Böyle bir tablo içinde sağlık hizmetleri konusunda zorlanan ABD halkının (en azından anlamlı bir kısmının) bir cinayeti meşru görme tepkisini nasıl karşılamalıyız?

Bu kıssadan rekabet otoritelerine de hisse düşmekte. Birleşme ve devralma işlemleri; tarihi perspektiften, değer zincirinin tümüne odaklanıp dikey bütünleşme ihtimali dikkate alınarak değerlendirilmeli.

Not: Altyapı-üstyapı diyalektik ilişkisine aşina olanlar bu analizi ve sorulan soruyu yadırgamayacaktır.

Aralık 2024 Paylaşım-15

Anahtar Kelimeler: rekabet, perakende, fiyat ayrımcılığı, ABD, Robinson-Patman Yasası, FTC, Southern Glazer

30 yıldan fazla süredir uygulanmayan bir yasayı uygulamaya karar vermenin sebebi ne olabilir?

1936 yılında yürürlük kazanan ve 1990'lara kadar uygulanan Robinson-Patman Yasası (küçük ölçekli işletmelerin sık sık gündeme getirmesine rağmen) son 30 yılı aşkın süredir göz ardı ediliyordu.

Yasa uyarınca herhangi bir teşebbüse diğer alıcılardan farklı bir tarife/indirim yapılamıyor.

ABD rekabet otoritesi FTC, 12 Aralık'ta alkollü içki üreticisi Southern Glazer hakkında fiyat ayrımcılığı yaparak Robinson-Patman Yasası'nı ihlal ettiği gerekçesiyle dava açtı. Glazer'ın 2023 cirosu 26 milyar Dolar.

Ticaretin genel kabul görmüş kuralı; bir mal veya hizmetten daha fazla satın aldığınızda fiyatta indirim yapılması değil miydi?

Bu nedenle 3-2 alınan FTC kararı ağır eleştirilere maruz kaldı. O kadar ki karşı oy kullanan üyelere biri sosyal medyadan kararı ağır biçimde eleştirdi ve fiyat artışına yol açacağını iddia etti (bu iddia başka uzmanlar tarafından da dile getirildi).

FTC'nin iddiası butik alkollü içki satış dükkânlarının fiyat ayırmacılığı koşullarında rekabet edemeyeceği, pazarı terk etmek zorunda kalacağı, böylece tüketici seçeneklerinin hem fiyat hem hizmet yönünden kısıtlanacağı şeklinde.

FTC'nin kararı hakkında hüküm vermeden önce şu hususlara dikkat etmek gerekir diye düşünüyorum:

-FTC'ye göre büyük marketlere (Costco, Kroger vb.) yapılan indirimler o kadar yüksek oranlı ki, çok etkin çalışan bir butik dükkânın (mom and pop) dahi mevcut dezavantajlı alım fiyatlarıyla büyük marketlerle rekabet etmesi mümkün değil (bu iddianın zemini sağlam mı emin değilim!).

-FTC, alım gücü faktörünü göz ardı ederek davayı zincir marketlere değil Glazer'a açmış (Neden acaba?).

-Fiyat ayırmacılığına son verilmesi halinde Glazer, market fiyatlarını butik dükkân fiyatları seviyesine mi çıkarır, yoksa (marketlerin alım gücü hesaba katıldığında) butik dükkânlara satış fiyatlarını market düzeyine mi indirir?

-Fiyat farklılaştırmasının, tüketici refahının lehine de aleyhine de sonuçlar doğurduğunu ortaya koyan ampirik çalışmalar mevcut.

-Lehe oy veren üyelere birinin vurguladığı gibi Robinson-Patman Yasası'nın fiyatları arttırdığına ilişkin ampirik bir bulgu mevcut değil.

Aralık 2024 Paylaşım-14

Anahtar Kelimeler: rekabet, haksız rekabet, rakibi kötüleme, ilaç, patent, ABD, DoJ, Teva

Rakibi kötülemek rekabete aykırı mıdır?

Şüphesiz.

Ancak burada kritik husus bu edimin hangi hukuk disiplini kapsamında ele alınacağı. Haksız rekabet kuralları mı? Rekabet hukuku kuralları mı?

AB Rekabet Otoritesi bu yılın Ekim Ayının son günü ilaç üreticisi Teva'nın hâkim durumunu kötüye kullanarak rekabet kurallarını ihlal ettiğine hükmetti, 462 milyon Avro idari para cezası verdi.

Kötüye kullanma iki eylemle gerçekleşmiş.

Bunlardan birincisi doku sertliği tedavisi amacıyla kullanılan ilaçlar için patent prosedürünü kötüye kullanmak.

Bu konu çok önemli. ABD tarafında da hem idare hem yargı tarafında (AB'nin tutumuna benzeyen) çarpıcı gelişmeler var. Bir idari/hukuki prosedürün suiistimalinin rekabet kurallarını ihlal etmesi yönünden çarpıcı. Ayrı bir paylaşımda ele almayı planlıyorum.

İkincisi rakip ürünler hakkında sistematik kötüleme kampanyası gerçekleştirmesi. Teva, ilaç regülatörlerinin onayına rağmen rakip ilaçların güvenlik ve etkililiği hususunda özellikle doktorlar ve kamu görevlileri nezdinde aleyhe sistemik karalama faaliyetleri gerçekleştirmiş.

AB Rekabet Otoritesine göre Teva'nın bu eylemleri sonucunda rakip ürünler birçok AB ülkesi pazarına girememiş, bu nedenle %80'e varan fiyat indirimlerinden mahrum kalmış.

Bu karar (özellikle kötüleme davranışı yönünden) bazı eleştirilere maruz kaldı. Zira kötüleme eylemi rekabet hukuku kapsamında ele alınacak bir davranış değil eleştirmenlere göre.

Malum rekabet hukuku, ilke olarak, rekabeti ortadan kaldıran ya da kısıtlayan iktisadi davranışlara odaklanıyor.

Rakip hakkında karalama kampanyası iktisadi bir davranış mıdır?

Kanaatimce stratejik bir kararlar, parasal (ya da maddi menfaat temini şeklinde) harcama yapılarak gerçekleştirilen ve yanlış/yanıltıcı bilgilere dayanan sistematik kötüleme davranışı iktisadi nitelik kazanır ve rekabet hukuku kapsamında değerlendirilebilir.

Bu itibarla örneğin hâkim durumdaki bir şirket hissedarı ya da yöneticisinin, rakibini kötülemeye dönük münferit bir sosyal medya paylaşımı rekabet hukuku bağlamında değerlendirilmemelidir.

Öte yandan, örneğin bir şirketin takipçi sayısı fazla olan bazı sosyal medya hesaplarına ödeme yaparak sistemik haksız kötüleme kampanyası yürütmesi rekabet hukuku kapsamında ele alınabilecektir.

Aralık 2024 Paylaşım-13

Anahtar Kelimeler: Rekabet Kurumu, İşgücü Kılavuzu, bilgi değişimi, insan kaynakları

(Teşebbüslerin iç sesi), şimdi bilgiyi değişelim mi, değişmeyelim mi?

Galatasaray Üniversitesi'nin ev sahipliğinde Rekabet Kurumunun İşgücü Kılavuzunu tartıştık.

Orada, üretkenlik ve inovasyon bakımından bilgi yayılımının önemine işaret etmeye çalıştım.

Literatür, çalışan hareketliliğinin, rekabet, verimlilik ve büyüme üzerinde pozitif etki yarattığını ortaya koymakta. Bununla birlikte işgücüne ilişkin bazı bilgilerin değişimi hareketliliğin önünü açabilir.

Öte yandan rekabet otoriteleri bilgi değişimi yoluyla rekabetin ortadan kaldırılmasını istemiyor. Bu da teşebbüsleri ikileme sürüklüyor haliyle; “değişelim mi, değişmeyelim mi?”

Burada işgücü piyasalarında bilgi değişimine ilişkin ŞAHSİ bakış açımı özetleyeyim. Öneri ve eleştiriler başım üstüne.

Kılavuzda hukuki belirliliğin temini için bilgi değişimine ilişkin bir güvenli liman tanımlanmış. Bu koşulları irdelemek faydalı olur diye umuyorum.

-İşgücü ile ilgili bilgiler, ilgili işgücü piyasasında rakip olmayan 3. taraflarca (İK şirketleri, sektör birlikleri vs.) gerçekleştirilmeli.

Dolayısıyla (buraya dikkat) ilgili işgücü pazarında rakip olmayan teşebbüsler arası bilgi paylaşımının önünde bir engel bulunmamaktadır.

Bu koşuldan hareketle örneğin işe alım mülakatında ortaya çıkan bilgiler güvenli limandan çıkmaya yol açmaz.

İlgili işgücü pazarında rakip teşebbüslerin çalışanları BAĞIMSIZ bir 3. taraf değildir. Bu nedenle ilgili işgücü piyasasında rakip teşebbüs çalışanlarının

birbirlerinden ücret vs. bilgilerini öğrenmesi ve bunu şirket yönetimine aktarması güvenli limandan çıkış anlamına gelir.

-Koşul 2, 3 ve 4 karşılandığında koşul 2 otomatik karşılanır diye düşünüyorum (istisnai haller olabilir, daha sonra açarız).

-Bağımsız taraflar üzerinden değişilen bilgi, bilginin üçüncü tarafla paylaşımı anından en az üç ay öncesine ilişkin olmalı. Hatırlatalım, şirketlerin geleceğe dönük öngörülerini de bir veridir.

-En az on katılımcının (çalışan olarak okumak olası) verisi yoksa, söz konusu bilgi paylaşılmamalıdır.

İşgücü ile münferiden ilişkili olmayan, ancak dolaylı olarak ilişkili bilgiler (t+1 yılında öngörülen ilave toplam istihdam verisi gibi) bu kapsamda değildir. Örneğin; “gelecek yıl hastanemizde istihdam sayısı 50 kişi artacak”. Bu neviden bilgi en az on veri gerektirmez.

Lakin ilgili işgücü pazarını temsil eden spesifik mesleğe/niteliğe ilişkin veriler feridir. Örneğin; “gelecek yıl 5 yeni kalp damar cerrahisi işe alacağız”. Bu bilgi en az on veri koşuluna tâbidir.

-Toplam veride %25 ağırlık meselesini hipotetik bir örnekle açalım.

Bir imalat sanayi sektör birliği, o sektörde makine mühendisi ücretlerinin artış oranlarını toplulaştırılmış olarak yayımlasın. Verileri toplulaştırılan hiçbir üreticinin (en az on üretici olmalı) çalıştırdığı makine mühendisi sayısı toplam makine mühendis sayısının %25’inden fazla olmamalı.

Tekraren, bunlar şahsi değerlendirmelerimdir. Kurul kararları zamanla konu üzerine daha fazla ışık düşürecektir.

Aralık 2024 Paylaşım-12

Anahtar Kelimeler: rekabet, FTC, perakende, birleşme/devralma, Kroger-Albertson, işgücü piyasası, ilgili işgücü pazarı

ABD’de Hâkimler Var (2)!

Geçen hafta ABD’de rekabet otoritesi FTC’nin başvurusu üzerine Mahkeme, 24 milyar Dolarlık Kroger-Albertson birleşme/devralma işlemini iptal etti. Bu, perakende hizmetler (zincir market) sektörü bakımından önemli bir gelişme.

FTC devralma işlemine ilişkin itirazında, işlemin hem ilgili ürün pazarında hem de ilgili İŞGÜCÜ (çalışan) pazarında rekabeti azaltacağını iddia etmişti.

Hâkim (Adrienne Nelson) işlem sonucunda ilgili ürün pazarında rekabetin önemli ölçüde azalacağına hükmetti. Lakin ilgili işgücü pazarı ile ilgili iddiayı kabul etmedi.

Gerekçesi şu; ilgili işgücü pazarı bakımından ekonomik analiz için teorik temel yeterli değil! İddia makamının buna ilişkin ekonomik modelleri sunması gerekir. Şayet sunarsa bu konudaki kanaat değişebilir.

Mealen diyor ki, "SSNIP testi gibi bir test işgücü piyasalarına nasıl uygulanır, net değil".

SSNIP’in işgücü piyasalarında kullanılan muadili SSNDC (small but significant decrease in compensation) malum.

SSNDC’nin teorisine ilişkin kaynaklar mevcuttur. Bakınız; Posner, Naidu, Weyl (2018), “Antitrust Remedies for Labor Market Power”, Harvard Law Review.

SSNDC’ye referans verilen mahkeme kararı bile vardır. Bakınız, “JBS USA Food Company”, Colorado Bölge Mahkemesi (CIVIL ACTION NO. 1:22-CV-02946, Mart 2023)

Bunlara ilaveten, aşağıda işgücü piyasaları ile ilgili teorik altyapı sunan bazı önemli kaynakları dikkatlere sunayım. (Bunlar Rekabet Kurumu’nun işgücü piyasalarına ilişkin Kılavuzunda faydalanılan belli başlı teorik kaynaklar arasındadır).

Manning (2003), “Monopsony in Motion: Imperfect Competition in Labor Markets”. Princeton University Press.

Bhaskar, Manning (2002), “Oligopsony and Monopsonistic Competition in Labor Markets”. Journal of Economic Perspectives.

Marinescu, Hovenkamp (2019), “Anticompetitive Mergers in Labor Market”. Washington Center for Equitable Growth

OECD (2020), “Competition in Labor Markets”

Azar, Marinescu (2024), “Power in the Labor Market: From Theory to Policy”, Annual Review of Economics

Sadece bu kaynakların çok sayıda referansı teorik zemine ilişkin zengin bir kaynakça sunmakta.

Hâkimin bunlardan haberi yok diyelim. ABD Hazine Bakanlığı’nın 2021 yılında yayımladığı, “The State of Labor Market Competition” Raporuna göz atması gerekmez miydi?

Raporun ilk bölümünün başlığı, “Theories of Labor Market Power”. İkinci bölüm ise “Labor Market Power and Competition: Empirical Evidence” başlığını taşıyor ve geniş bir literatür sunuyor.

Not: Yeni Birleşme Rehberinde işgücü piyasalarına ilişkin düzenleme getirip, ilgili işgücü piyasası tanımına yer vermemek de FTC’nin eksikliği kanımca.

Aralık 2024 Paylaşım-11

Anahtar Kelimeler: regülasyon, rekabet, ABD, AB, Rekabet Kurumu, ödeme sistemleri, Visa, Mastercard

Rekabet Kurulu, 21.11.2024 tarihinde visa ve mastercard hakkında soruşturma başlattı. İddia, dışlayıcı davranışlarla rakip faaliyetleri zorlaştırmak.

ABD Adalet Bakanlığı, DoJ, 24.9.2024 tarihinde visa aleyhine antitrust davası açtı. İddia, dışlayıcı davranışlarla rekabeti ve inovasyonu sınırlamak ve tüketicilere ve ticari işletmelere fahiş komisyon uygulamak.

Reuters’in 6.11.2024 tarihli haberine göre AB Komisyonu visa ve mastercard hakkında, bu teşebbüslerin uyguladığı komisyon oranlarının perakendecilere zarar verdiği iddiasıyla soruşturma başlattı. Konu ile ilgili AB tarafından (henüz) resmi bir açıklama yapılmadı.

Tarihlerin yakınlığı dikkatinizi çekmiştir. Tevafuk diyelim.

Yüksek kart komisyonları ve tekelleşme konusunda en büyük tepkiler (uzun zamandır) ABD’de dile getirilmekte. Zira ABD’de kredi/borç kartı komisyon oranları AB’nin 5-6 katı. New York Times’da yer alan bir analize göre, kart komisyonları, kira ve çalışan ücretlerinin ardından üçüncü en büyük maliyet kalemi küçük ticari işletmeler için.

Geçenlerde Senato’da söz konusu şirketlerin temsilcileri sorgulandı (hearing). Ardından 20 Kasım 2024 tarihinde bir grup senatör, daha önce senatoya sunulmuş düzenleyici bir yasanın yürürlük kazanması için çağrıda bulundu.

Bu dikkat çekici konuyla ilgili olarak:

-ABD’de niçin komisyonlar AB’nin 5-6 katı?

-ABD’de 2008 krizi sonrasında çıkarılan Dodd-Frank Yasası niçin bu sorunu çözemedi?

-Dodd-Frank Yasası yürürlükte iken hashtag#FTC ve DoJ piyasaya müdahale etti mi? FTC, sorumluluğu olmayan (ABD Merkez Bankasının uygulamakla yükümlü kılındığı) bir yasaya göre hüküm vererek sınırları zorladı mı?

-Yürürlük kazanması istenen “Credit Card Competition Act” (Kredi Kartı Rekabet Yasası) de hangi sürpriz senatörün imzası var?

-ABD’de başkan değişikliği niçin visa ve mastercard için iyi haber değil?

Soruları ilginizi çekiyorsa, Aposto için kaleme aldığım aşağıdaki yazıya göz atabilirsiniz. (Aposto: Ödeme Sistemlerinde Regülasyon mu, Rekabet mi?)

Aralık 2024 Paylaşım-10

Anahtar Kelimeler: Rekabet Kurumu, İşgücü Kılavuzu, birleşme/devralma, diğer mevzuat, yan sınırlama, davranışsal tedbir

Rekabet Kurumu tarafından “İşgücü Piyasalarındaki Rekabet İhlallerine Yönelik Kılavuz” yayımlandı. Hayırlı olsun.

Önümüzdeki dönemde bu konuyla ilgili olarak şu hususların tartışmalara sahne olacağını düşünüyorum:

-Bir birleşme/devralma işlemi ilgili ürün pazarında rekabeti önemli ölçüde azaltmıyor ancak ilgili işgücü pazarında azaltıyorsa (ya da tersi) bu işlemle ilgili nasıl hüküm verilecek? İşleme izin verilecek mi?

-Diğer mevzuatta tamamlayıcı değişiklikler (ilgili işgücü pazarı tanımı, birleşme/devralma bildirim formundaki değişiklikler vs.) ne zaman gerçekleştirilecek?

-Anlaşma/uyumlu eylem ya da hâkim durumun kötüye kullanılması ihlalleri aynı anda hem ilgili pazar hem ilgili işgücü pazarında gerçekleşmiş ise bunlar ayrı ihlaller mi sayılacak? İdari para cezası nasıl tespit olunacak? İdari para cezası için ağırlaştırma sebebi sayılacak mı?

-İşgücü piyasalarını etkileyen bir yan sınırlama hükmü içeren bir anlaşma Kanun'un 4. maddesine aykırı kabul edilecek mi?

Bunu bir örnekle açayım. Bir siber güvenlik şirketi (şirket 1) ile bir e-ticaret pazar yeri hizmeti sunan şirket (şirket 2), şirket 2'ye siber güvenlik altyapı hizmeti sunma anlaşması imzalasın. Anlaşmada belli bir süre için (altyapının kurulmasında görev alan) şirket 1 çalışanlarının, şirket 2'de istihdam edilmesinin yasaklanmasına yönelik yan sınırlama hükmü bulunsun.

Bu iki şirket ilgili işgücü pazarı bakımından rakip konumdadır (siber güvenlik yazılım uzmanı pazarı). Dolayısıyla yan sınırlama içeren bu anlaşma, aslında rakipler arası rekabeti kısıtlayan bir anlaşma statüsündedir. Bu anlaşmaya 4. madde hükümleri uygulanacak mı?

Bir adım ileri gidelim. Bu anlaşma, doğrudan ilgililik, gereklilik ve orantılılık koşullarını karşılıyor olsun. Bu halde rakipler arasında rekabeti sınırlama amacı bulunan ve etkisi doğacak bu anlaşma nasıl değerlendirilecek?

-Rekabet Kurulu bir ilgili işgücü piyasasında bir teşebbüsün hâkim durumunu kötüye kullandığına hükmetsin. İhlale son vermenin ise söz konusu şirketin bazı kritik çalışanları ile yaptığı iş sözleşmelerinde yer alan ve Borçlar Kanununun ilgili hükümlerine uygun biçimde düzenlenen rekabet yasağı hükmünün kaldırılmasıyla gerçekleşebileceğini tespit etsin.

Kurul, 4054 sayılı Kanunun 9. maddesinde verilen yetkiyi kullanarak "Rekabet Yasağı" hükmünün kaldırılması yönünde davranışsal tedbir kararı alabilir mi?

Aralık 2024 Paylaşım-9

Anahtar Kelimeler: rekabet, AB Komisyonu, Meta (Facebookmarketplace), e-ticaret, sosyal şebeke, bağlama, dışlayıcı davranış, tüketici zararı

AB Komisyonunun Meta Kararına Reddiye

Baştan belirtiyim amiyane tabirle AB Komisyonu Meta kararında kantarın topuzunu kaçırmış.

Komisyon rekabet kurallarına aykırı biçimde hâkim durumunu kötüye kullandığı gerekçesiyle Meta hakkında 798 milyon EUR idari para cezasına hükmetti.

Ne yapmış Meta?

Facebook Marketplace'i (FBMP), Facebook'a bağlamış (tying) ve FBMP'nin rakiplerine adil olmayan ticari koşullar dayatmış.

Komisyon göre:

- Meta kişisel sosyal şebeke pazarında hâkim durumda.
- Facebook kullanıcıları otomatik olarak FBMP'e erişim sağlıyor ve maruz kalıyor (bağlama). Bundan dolayı rakip pazaryerleri dışlanıyor.
- Rakip pazaryerlerine, facebook ve instagram a reklam vermeleri halinde adil olmayan ticari koşullar dayatılıyor (neymiş bu aşamada bilmiyoruz) bu da Meta'ya reklam verilerini kullanarak Marketplace e üstünlük sağlama olanağı veriyor.

Reddiyemin gerekçeleri:

Facebook KİŞİSEL sosyal şebeke pazarında hâkim durumda imiş. Yani TikTok, Instagram, LinkedIn vs. ilgili pazarda Facebook'un rakibi değil. Bir anlığına düşünün facebook kullanıcıları bu platformu sadece aile ve arkadaş çevreleri ile sosyalleşmek için mi kullanıyor? Ya platformun diğer işlevleri?

Öte yandan bunların tümü, Komisyon tarafından DMA kapsamında sosyal platform hizmet sağlayıcısı olarak tanımlanmış ve hashtag#gatekeeper ilan edilmişti! DMA ile rekabet kanunu tamamlayıcıydı hani.

Hatırlayalım, ABD'de FTC v. Meta davasında FTC pazarı aynı şekilde dar tanımlamış, bu yaklaşım mahkeme tarafından kabul görmemişti.

Bağlama Doktrini uyarınca dışlayıcı davranış net bir biçimde ortaya konmalıdır. Meta kararında dışlananlar FBMP'nin rakipleri. Duyuruda adları geçmiyor lakin Vestager konuyla ilgili sosyal medya paylaşımında bazılarının adını andı; Vinted, eBay, Le Bon Coin.

Bir kere AB eticaret pazaryerlerinde (ücretsiz hizmet sunan) FBMP'in payı görece düşük. Pazarda, eBay, Amazon, Vinted, AliExpress, Etsy gibi güçlü aktörler var.

İkincisi 2019-2023 döneminde, dışlandığı iddia edilen Vinted'ın gelirleri 6 kat artmış. eBay'de ise %50'lik artış görülüyor.

Eh nerede dışlama (dolayısıyla tüketici zararı)?

Üstelik İngiliz Rekabet Otoritesi, eBay/Adevinta devralma işlemine ilişkin kararında FBMP'in pazarı büyüttüğü ve devralma tarafları üzerinde rekabet baskısı yarattığını dile getirmişti.

Aynı şekilde Bundeskartellamt da (yine eBay/Adevinta kararında) FBMP'in pazardaki mevcut aktörler üzerinde rekabet baskısı yarattığını tespit etmişti.

Ülke rekabet otoritelerince güçlü aktörler üzerinde rekabet baskısı yarattığı ileri sürülen FBMP meğer bu güçlü aktörleri dışlıyormuş. Ama bu dışlama şirketlerin büyümesine engel olmuyor!

Yerim dar son olarak şu hususu ifade edip bitireyim. eBay, facebook ve instagrama reklam veriyor. Bu reklam verisi facebook tarafından FBMP'e üstünlük sağlamak için nasıl kullanılır birisi anlatabilir mi? Reklam sözleşmesinde rekabete duyarlı ticari sır mı ifşa ediyorlar?

Gerekçeli kararı merakla bekliyorum.

Aralık 2024 Paylaşım-8

Anahtar Kelimeler: teknoloji şirketleri, ABD, AB, verimlilik

Üstünlük, bireysel girişimlerin (teknoloji süperstarları) önünü açmaktan mı geliyor?

Aşağıdaki şekil ilginç. 2000-2019 arasında belli sektörlerde ABD ile AB üretkenliklerini kıyaslamalı sunuyor.

Görüldüğü üzere sektör bazında ABD ekonomisi parlak bir performansa sahip değil. Birçok sektörde (muazzam teknolojik gelişmeye rağmen) sıfır civarı üretkenlik artışı söz konusu. İmalat sanayi, toptan/perakende ticaret gibi bazı kritik sektörlerde ise AB'nin gerisinde.

Buna karşılık ekonominin tamamında AB'ye ciddi fark atıyor. Garicano bunu ABD'nin teknoloji süperstarları yaratma üstünlüğüne bağlıyor. Zira:

-Uzay kargolarının %80'i tek şirket (SpaceX) tarafından taşınıyor

-AI çiplerinin yaklaşık %95'i tek bir şirket tarafından dizayn ediliyor

-5 şirketin (Amazon, Google, Meta, Apple, Microsoft) ArGe harcaması AB toplam kamu ArGe harcamasının iki katı

-7,5 milyon insanın yaşadığı San Francisco Körfez Bölgesinde üretilen toplam katma değer, yaklaşık 750 milyon Avrupalıdan fazla

Peki bu üstünlüğü ortaya çıkaran sıçrama hangi koşullarda gerçekleşiyor?

Örneklerini tarihte bulmak mümkün; Antik Atina, Rönesans Floransa'sı, Edinburgh Aydınlanması, 1920'lerin Detroit'i, 1940'ların New Jersey'i, 1970'lerin Silikon Vadisi gibi.

Bir hayli ilgimi çeken 18-19. yüzyıl Edinburgh (İskoç) Aydınlanmasını ele alalım.

18. yüzyılın başlarında İngiltere'nin nüfusu İskoçların 5 katı iken, serveti 36 katı idi. Edinburgh aydınlanması ile refah düzeyi hızla İngiltere'ye yakınsadı.

Aydınlanma kendi kendine ortaya çıkmadı. İskoçların nüfusu azdı ancak çok etkili 5 üniversitesi vardı, ayrıca yaygın bir mahalle okulları ağı bulunuyordu.

Easy Club, Political Economy Club (Adam Smith ilk üyelerinden) Select Society (David Hume kurucularından), Poker Club gibi entelektüellerin bir araya geldiği sosyal mecralar canlı ve etkiliydi.

Jonathan Israel, Bruce Lenman gibi araştırmacılar o dönemde İskoçya'da (Reformist Presbyterian kilisesinin de etkisiyle) ağırlıklı olarak Calvinist ve Newtoncu bir entelektüel şebekenin yeni iklimin temellerini attığını ileri sürüyor.

Adam Smith, David Hume, Thomas Reid, Adam Ferguson gibi düşünürler ile tarihe geçmiş onlarca matematikçi (Colin Maclaurin gibi), hekim (William Cullen gibi), mühendisin (James Watt gibi) biçimlendirdiği, bilim, yenilikçilik ve özellikle sanatın öncelendiği iklimi bir düşünün.

Ve bu iklim ya da ekosistem (Watt'ın buhar motorunu keşfinin de önemli katkısıyla) İskoç sanayi devriminin önünü açtı.

Yerim dar, ayrıntılara giremiyorum. Lakin yukarıda zikrettiğim tarihsel örnekler incelendiğinde üstünlüğün birkaç bireysel girişimin önünü açıp, bunların tekelleşmesine göz yummaktan ziyade bir bilimsel/entelektüel ekosistem yaratmaktan kaynaklandığı anlaşıyor.

Aralık 2024 Paylaşım-7

Anahtar Kelimeler: rekabet, anlaşma/uyumlu eylem, birleşme/devralma, yan sınırlama

Yan sınırlamalar üzerine...

“Bu mecradaki herkes yalancıdır”.

Tipik bir tersinir mantık/paradoks örneği.

Bu iddiayı dile getiren kişi doğru söylüyor olamaz çünkü kendisi de bu mecrada ve doğru söylüyorsa yalancı değildir. Yalan söylüyor da olamaz zira yalan söylüyorsa bu mecrada yalancı olmayan en az bir kişi vardır.

Rekabet hukukunda da paradoksa benzetebileceğimiz bir kavram mevcut; “yan sınırlamalar”.

Nedir bu yan sınırlama?

Teşebbüsler arası bir anlaşma mevcut, bu anlaşmada rekabete aykırı bir hüküm yok. Tek istisnası yan sınırlama içeren hüküm. Rekabeti kısıtlayan bu hüküm anlaşmanın esasını oluşturmuyor ancak anlaşmanın esasının yerine gelmesi için gerekli! Bu nedenle rekabet hukuku bağlamında rekabete aykırı yan sınırlama içeren anlaşma ihlal kabul edilmiyor.

Menşei birleşme ve devralma işlemleri esasen. Bir alıcının; “senin dükkanı alırım ama ya benim yöreme yeni dükkan açar, müşterileri toplarsan benim param boşa gider” haklı tereddütünü gidermek için devralma anlaşmasında “bu yörede şu kadar yıl dükkan açmayacaksın” hükmüne yer veriliyor ve bu rekabet kanununa aykırı görülüyor.

Zamanla yan sınırlama diğer anlaşmalara da sirayet etti ve rekabet otoriteleri aynı tutumu sergiledi. Yani, yerleşmiş bir uygulama var bizde ve dünyada.

Misal siber güvenlik hizmeti sunan bir şirket, dijital pazaryeri hizmeti sunan bir şirket ile siber güvenlik altyapısı kurmak için anlaşılıyor. Sözleşmeye konan yan sınırlama hükmü uyarınca siber güvenlik şirketinin çalışanları hizmet alan şirkette (belli bir süre) istihdam edilemiyor.

"Ama bu hüküm dolayısıyla hizmet anlaşması rekabete aykırılık teşkil ediyor?"

"Hayır, anlaşmanın esası siber güvenlik altyapı hizmeti sunumu."

"Öyleyse anlaşma kalsın, rekabet etmeme hükmünü çıkarın!"

"Çıkaramam zira anlaşma için hayati önemde!"

Paradoksa benziyor biraz değil mi?

Elbette yan sınırlamalar koşullara tâbi; “doğrudan ilgililik”, “gereklilik” ve “orantılılık”.

Burada detaya girmeyeyim ancak söz konusu ölçütler bir hayli muğlak. Bu nedenle hukuki belirlilik bakımından sorunlu.

Peki bu sorun nasıl aşılar?

Daha somut ölçütler tanımlanabilir. Kendi önerimi dikkatlere sunayım.

-Yan sınırlama hükmü içeren işbirliği anlaşmasının etkinlik kazanımı sağlamaya veya taraflardan en az birinin ürettiği mal veya hizmetin nitelik ya da kalitesinde belirgin ve kalıcı bir iyileşme yaratmaya yönelik olmalı. (Siber güvenlik sayesinde dijital pazar yerim haklenemeyecek, böylece hizmet kalitesi artacak örneğin).

-Yan sınırlamanın, anlaşmanın esasının gerçekleştirilebilmesi için zorunluluk taşıdığı ortaya konmalı. (Kendi personelim siber güvenlik yazılımı için gerekli donanıma sahip değil örneğin).

-Ölçümü kolay olmayan etkinlik kazanımını ortaya koymak için temsil değişkenler tanımlanmalı. Örneğin: yenilikçi iş modeli, küresel tedarik zincirlerine entegrasyon, bilgi ve teknolojiye erişim, modern üretim tekniklerine uyum, kurumsallaşma, insan kaynağının geliştirilmesi ve sair.

Aralık 2024 Paylaşım-6

Anahtar Kelimeler: rekabet, ABD, DoJ, Google, arama hizmeti, davranışsal tedbir, yapısal tedbir

ABD Adalet Bakanlığı DoJ un, Hâkim Amit Mehta'ya arama (search) piyasasında rekabet in yeniden tesisi amacıyla Google a yönelik önerdiği tedbir (remedy) lerin özet listesi!

-Tercihli davranış ve ödemeler yasaklanacak (önyüklülük gibi)

-Apple a (parasal) değer katan herhangi bir anlaşma önerilemeyecek

- Web yayıncıları ile Google'ın arama piyasasındaki rakiplerini dışlama sonucu doğuran herhangi bir anlaşma yapılamayacak
- Google play ya da diğer ürünlere koşullu erişim yasaklanacak
- Gelir paylaşımı anlaşmaları yasaklanacak (Google ürünlerini default sunan mobil operatörler vs. ile bu ürünlerden elde edilen gelirin paylaşımı)
- Rakiplerine yatırım yapması yasaklanacak
- Rakiplerini devralması yasaklanacak
- Google Chrome behemahal elden çıkarılacak!
- Belli koşulların varlığı halinde (5 yıllık bir izleme sürecinin sonunda rekabet tesis edilemediyse) Android elden çıkarılacak
- Kendini önceleme (self-preferencing) yasaklanacak (ayrıntıları DoJ'un öneri metninde mevcut)
- Rakiplerin (marjinal maliyetle) arama endeksine erişimine izin verilecek
- İçerik üreticilerine kolaylıkla arama endeksinden çıkış olanağı sağlanacak
- Rakiplerin, kullanıcı ve reklam verilerine (ücretsiz) erişimleri sağlanacak
- Rakiplere (marjinal maliyetle) sendikasyon lisansı sağlanacak (ayrıntıları ve kourları DoJ metninde mevcut)
- Reklam verenlere (belli periyotlarla) arama sıra raporu (search query report) sunulacak
- Reklam verenlere anahtar kelime eşleşme opsiyonu sunulacak (ayrıntılar metinde mevcut)
- Arama reklam ihaleleri ve veriye erişim ile ilgili aylık rapor sunacak
- Browsera kullanıcılar için tercih ekranı konulacak
- Bu koşullara uyumun takibi için bir teknik komite kurulacak, iç uyum görevlisi atanacak (uyumun teknik takibi ile ilgili son derece ayrıntılı düzenlemeler mevcut metinde)

Aralık 2024 Paylaşım-5

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ, rekabet, ABD, Elon Musk, OpenAI, Microsoft, xAI

İnanması zor ama içinde Elon Musk, ihanet, OpenAI, Microsoft, kör talih, Charles Dickens, terminatör ve antitrust geçen bir AI hikâyesi anlatacağım.

Dahi girişimci Musk yapay zekanın yararına inanır, ancak taşıdığı risklerin de farkındadır.

Bir yandan insan neslini potansiyel terminatörün şerrinden korumak, öte yandan Google DeepMind tekeline son vermek isteyen Musk, OpenAI adlı girişime hem namını, hem bilgisini, hem parasını sunar.

Musk, güvenliğe öncelik veren yapay zeka yazılımını açık kaynak kodlu geliştirmek, böylece merkezileşmesine izin vermeyerek insanlığın hizmetine sunmak konusunda ortağı Sam Altman'la hemfikirdir. Bunun için yatırım yapar, yönetim kuruluna girer, en iyi bilim insanlarını etrafında toplar.

Heyhat! Paranın gözü kör olsun! Sam Altman, şirketin büyük potansiyelini nakde tahvil edebileceğini sezer sezmez Musk'a ihanet etmekte tereddüt göstermez.

Önce, önceliği kâr etmek olmayan şirketi kâr odaklı hale getirir, ardından teknoloji devi Microsoft ile işbirliğine gider.

Kuruluşunda, güvenlik konusundaki hassasiyet dikkate alınarak istihdam edilen nitelikli siber güvenlik personelinin çoğu şirketten uzaklaştırılır.

Halbuki başlangıçta elde ettiği teşvikler (vergi muafiyeti ve diğer yatırım teşvikleri) ve ardına kadar açılan regülasyon kapıları, şirketin open source ve non-profit karakteri sayesinde.

Ne gam!

Hayal kırıklığı yaşayan Musk kör talihini kabullenmiş ve elini eteğini çekmiştir şirketten (2018 başında). Lakin çilesi henüz dolmamıştır.

Artık Microsoft'un yörüngesinde olan OpenAI, rekabet kanunlarını göz ardı etmekte; rakiplerine yatırım yapan yatırımcıları OpenAI'ye yatırım yapmaktan alıkoymakta; yapay zeka şirketlerini finansman olanaklarından dışlamaktadır.

Dışlananlardan biri de Musk'ın yapay zeka şirketi xAI dir.

Musk konuyu yargıya taşır, daha doğrusu daha önce açtığı davaya Microsoft'u da dâhil ederek yeni bir dilekçe sunar.

Dava dilekçesinin çarpıcı girizgahı Charles Dickens romanlarını andırmaktadır adeta (dava dilekçesinin geneli bir drama havasında, beni de etkiledi haliyle):

“Never before has a Corporation gone from tax-exempt charity to a 157 billion Dolar for-profit, market-paralyzing gorgon in just eight years. Never before has it happened because doing so violates almost every principle of law governing economy...”

O zengin ama gururlu yatırımcı artık ABD hükümetinin bir üyesi sıfatıyla adaletin tecellisini beklemektedir, yüzüne yayılan müstehzi bir gülüşle...

Ne dersiniz, OpenAI'nin, rakiplere yatırım yapan şirketlerin kendisine yatırım yapma taleplerini kabul etmemesi rekabet kurallarının ihlali midir?

Not: Bu hikâyedeki tüm kişi ve iddialar 101 sayfalık Dava Dilekçesinden ve diğer kaynaklardan derlenmiştir. OpenAI ve Microsoft'un cevap hakkı mahfuzdur.

Aralık 2024 Paylaşım-4

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ, hukuk, bilinç/farkındalık, İşlemsel Zihin Teorisi, Orch-OR Teorisi

Yapay zekâ hukukçuların işini elinden alabilir mi?

Kanaatimi baştan belirteyim; hayır alamaz!

Düşüncemin dayanağı Penrose-Hameroff un Orch-OR Teorisi (orchestrated objective reduction).

Prof. Penrose Nobel fizik ödüllü bir matematikçi, Prof Hameroff ise biyolog.

Ne diyor Orch-OR?

Bilinç/farkındalık hesaplamalı olmayan (non-computable) bir doğaya sahiptir.

Bu, hâkim paradigma yani işlemsel zihin teorisine (İZT-computationalism) karşı bir yaklaşım.

İZT ye göre zihin/bilinç, sinir ağları üzerinden klasik turing makinası (bilgisayar-öğrenebilenine yapay zeka, hashtag#AI diyoruz) gibi çalışır. Bu nedenle aynı sistemle çalışan yapay zeka insan işlevini görebilir.

Orch-OR ise bilincin kuantum mekaniğine dayalı, hesaplanamaz, turing makinası tarafından taklit edilemez doğaya sahip olduğunu ileri sürer.

Penrose'un bir örneği ile açıklamaya çalışayım.

Bilinç hesaplamalı doğaya sahipse en bilinçli aktivite olan matematik de öyle olmalı değil mi?

Şu önermeyi ele alalım: Bir tek ve bir çift sayının çarpımı her zaman bir çift sayıdır.

Bir turing makinası bu teoremi üretemez zira bunun için anormal hızda işlemcisi ile aksini bulana kadar deneme yanılma yapar.

Lakin sonsuz sayı olduğundan işlemi kapatamaz. Çünkü milyonlarca çok basamaklı tek ve çift sayıyı, sonucu bir tek sayı bulana kadar çarpmaya devam eder. Ama bulamaz ve işlem kapanmaz.

Oysa insan (bilinç sayesinde) bir tür matematiksel sezgiyle (ve hesaplamalı olmayan biçimde) yukarıdaki teoremi üretebilir.

Hiçbir insan bir tek ve çift sayı çarpımının her zaman çift sayı olacağı konusunda şüpheyne düşmez.

Bunun hakim, savcı ve avukatlarla (ve diğer pek çok işle) ne alakası var?

İnsanlar-arası ve insan-çevre ilişkisi tıpkı sayı doğrusu gibi sonsuz veri ve olasılık içerir. Ve son derece dinamik ve değişkendir.

Salt hesaplamaya (tüm kanun, mevzuat, karar, makale vs. yi tarayarak) dayanarak normatif hüküm vermeyi başaramayacaktır yapay zeka. Elbette insanların karar süreçlerine kolaylaştırıcı katkı sunacaktır.

Zira boşuna denmemiştir hâkimler kanuna ve vicdana (vicdan bilincin bir fonksiyonudur) göre karar verirler diye.

Bilinç nasıl bir kuantum mekaniği ile çalışır Penrose-Hameroff a göre?

Burada filament, mikrotübül, tübülün, süperpozisyon, gravite ile kuantum dolanıklılığın indirgenmesinden falan bahsedip okuyucunun bedduasını almayacağım elbette.

İlgililer Penrose-Hameroff un "Counciousness in the Universe" başlıklı olağanüstü makalesini inceleyebilir. Çok zor bir metin ancak anlayanın hayata bakış açısının şaşırtıcı ölçüde genişleyeceğini garanti ederim.

İnsan zihninde hesaplamalı olmayan sezgisel/duygusal bir mekanizma mevcut ve bunun Turing makinası (yapay zeka) ile ikamesi mümkün görünmüyor. Nobel ödüllü Penrose bu konuda çok iddialı.

Yapay zeka çok akıllı ve hızlı ancak bilinci, sezgisi ve duyguları olmayan bir zombidir.

Lakin hukuk münhasıran insan işidir:)

Aralık 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: teknoloji şirketleri, ABD, AB, mitoloji, panteon

ABD Başkan Yardımcısı JD Vance, AB twitter ı regüle ederse NATO'ya desteklerini çekebileceklerini söyleyince aklıma geldi.

Panteon, yani Tanrılar Meclisi mitolojinin temel taşlarından biri.

En bilineni Yunan Olympus olsa da ilk örnek Sümerlerin Annunakisidir.

Farklı coğrafyalardaki meclisler (Sümer, Hitit, Grek, Hint), başlarında bir lider (Anu, Zeus gibi) olmak üzere daima 12 tanrıdan oluşur. Misal:

Sümer panteonu; Anu, Antu, Enlil, Ninlil, Enki, Ninki, Nanna, Ningal, Utu, Inanna, Adad, Ninhursag.

Hint panteonu; Dhata, Aryama, Mitra, Varuna, Indra, Vivasvan, Tvashtha, Vishnu, Amshuman, Bhaga, Pusha, Parjanja.

Yunan panteonu; Zeus, Hera, Poseidon, Demeter, Afrodit, Athena, Ares, Apollon, Artemis, Hephaistos, Hermes, Dionisos.

(Bana göre bu 12 sayısı bizatihi bir arketiptir tam da Jungcu anlamıyla. 12 kabile, 12 havari, 12 imam, 12 burç, 12 ay vs. tesadüf değildir. Ama biz konumuza dönelim.)

Meclis üyesi tanrılar antropomorfiktir (insanımsı). Birbiriyle evlenir, çocuk yaparlar. Olağanüstü güçlere (teknoloji) sahiptirler. İnsanlığı bazen cezalandırır, bazen onlara (savaş, tarım, sağlık gibi işler için) teknoloji bağışlarlar.

Bunlar dünyayı yönetirken birbirleriyle genellikle (liderlik için) rekabet içindedir, bazıları aralarında işbirliği kurar, grup içinde gruplaşmaya giderler.

Zeus, Poseydon, Hades rekabeti; Enki, Enlil liderlik mücadelesi ve bunlar etrafındaki gruplaşmalar. Marduk'a karşı Inanna-Dumuzi ittifakı gibi.

Sürgit mücadele içinde yarı tanrıları, kralları ve (J. Campbell'in tarif ettiği biçimiyle) insan-kahramanları kullanırlar. Zeus-Eurystheus-Herakles ilişkisi örneğin.

Pekiye çağımızın 12'li Panteon üyeleri kimler acaba?

Zira bunlar da:

-Birbiriyle rekabet içindedir (bulut hizmetler için amazon / microsoft; sosyal etkileşim için facebook / twitter gibi).

-Birbirleriyle evlenirler (facebook-whatsapp; microsoft-activation; google-youtube birleşmeleri).

-İnsanlığı bazen cezalandırırlar (appleın müzik aplikasyon üreticilerine ağır koşullar dayatması; google dijital reklam ücretlerinin rekabetçi seviyenin %30-50 üzerinde olması; visanın yüksek kredi kartı komisyon ücretleri).

-Bazen insanlığa faydalı teknolojiler bağışlarlar (bilabeldel google harita; whatsapp mesajlaşma, samsung health, nvidia dgx clouda erişim).

-Bazıları aralarında işbirliği yaparlar (visa-apple pay-for-delay anlaşması; microsoft-openAI işbirliği anlaşması; google-apple ve google-samsung münhasır önyüklülük anlaşmaları).

-İnsan-kahramanları kullanırlar (microsoftun inflection CEO'su Mustafa Süleyman'ı transferi; amazonun adept CEO'su David Luan'ı transferi; google ın characterAI CEO'su Noam Shazeer i transferi).

Ezcümle rekabet/regülasyon otoritelerinin işi prometheus kadar zordur, önümüzdeki dönemde daha da zorlaşacağı anlaşılıyor.

Aralık 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: Rekabet Kurumu, işgücü piyasası, rakiplik ilişkisi, HMT, SSNDC, ilgili işgücü pazarı, ilgili işgücü coğrafi pazarı

Rekabet Kurumu işgücü kılavuz taslağının yayımlanması sonrasında rekabet kurallarının işgücü (çalışan) piyasalarına uygulanması konusunda bazı tereddütler/soru işaretleri gözlemliyorum.

Bunlara açıklık getirmek üzere kişisel görüşlerimi ara ara paylaşmak niyetindeyim. Eleştiri ve öneriler başım üstüne.

Bunlardan biri işgücü piyasalarında rakiplik ilişkisi ve (dolayısıyla) ilgili işgücü pazarının tanımı.

Şunu ifade edeyim; işgücü piyasasındaki rakiplik ilişkisi, ilgili ürün piyasasındaki ilişkilerden bütünüyle bağımsızdır.

İşgücü piyasasında rakipliğin belirleyicisi ilgili işgücü ve ilgili işgücü coğrafi pazarlarıdır.

Kuru gıda piyasasında faaliyet gösteren bir sağlayıcı ve onun bayileri ilgili ürün piyasası bakımından dikey ilişki içindedir.

Lakin faraza, İstanbul sınırları içinde kuru gıda satış/pazarlama çalışanı pazarında sağlayıcı ile İstanbul bayileri birbirinin rakibidir. (Sağlayıcının İstanbul’da bayileri dışında doğrudan satış yaptığı varsayımı altında).

Lakin aynı sağlayıcı ile bunun Kayseri bayileri arasında ilgili işgücü pazarı bakımından rakiplik ilişkisi mevcut değildir.

Dolayısıyla sağlayıcı ve İstanbul bayileri anılan pazarda birlikte ücret (ve diğer hakları) tespit edemezler. Sağlayıcı, bayilerine ücret tavsiye edemez.

İlgili işgücü piyasası nasıl belirlenecek?

Buradaki temel mantık çalışanların ikâme edilebilirliği üzerine kurulu. Bu bağlamda HMT (hypothetical monopsonist test) ve SSNDC (small but significant decrease in compensation) yöntemi elverişli olur.

Basit bir örnekle açıklamaya çalışayım.

İstanbul’da bankacılık hukuku konusunda çok deneyimli (+10 yıl deneyim) avukat aylık ücreti (ortalama) 150 TL olsun. Az deneyimli (2-10 yıl deneyim) avukat ücretleri ise 130 TL diyelim. Bankacılık hukuku konusunda hiçbir deneyimi olmayan avukat ücretinin ise 100 TL olduğunu varsayalım.

Bankalara hukuk danışmanlığı veren (hipotetik) bir danışmanlık ofisinin işvereni, çok deneyimli avukat ücretini 150 TL’den 130 TL’ye indirir, buna karşılık çok

deneyimli avukatlar bu ücretten çalışmaya devam etmeyi kabul etmezse ilgili işgücü pazarı "çok deneyimli banka hukuku avukat pazarı" olarak tespit olunur.

Kabul ederlerse ilgili pazar (az/çok fark etmeksizin) "deneyimli avukat pazarı" olacaktır.

Ücret (daha doğrusu ücret+haklar yani tazminat) 100 TL'ye düşer ve çok deneyimli ve az deneyimli avukatlar çalışmaya devam ederse ilgili işgücü pazarı bu kez "avukat pazarı" olarak belirlenecektir.

Peki ya coğrafi pazar?

İstanbul'un bir yakasında ikamet eden avukatlar çeşitli nedenlerle (küçük ama anlamlı) ücret farklarından bağımsız şekilde diğer yakada çalışmayı kabul etmiyorlarsa ilgili işgücü coğrafi pazarı, Avrupa ve Anadolu Yakası olarak ikiye ayrılır. (Uzaktan çalışma imkânı bu senaryoda göz ardı edilerek elbette).

Burada ilgili ürün pazarı bakımından birbirleriyle ilişkisi bulunmayan bankalar ve hukuk büroları ise ilgili işgücü pazarında birbirinin rakibi konumundadır.

Aralık 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: ABD, çip endüstrisi, CPU, GPU, Intel, Nvidia

Bir şirketin yönetim kurulu kararı 3 trilyon Dolara mâl olabilir mi?

ABD'nin hâkim bilgisayar çipi (CPU-computer processing unit) üreticisi Intel in CEO'su Paul Otellini, 2005 yılında şirketin yönetim kuruluna Nvidia'yı satın alma talebini sunar.

O tarihlerde Intel'in piyasa değeri 100 milyar Doların üzerindedir. Nvidia'nın şirkete 20 milyar Dolara mâl olacağı tahmin edilmektedir.

CEO'nun Nvidia'yı satın almak istemesinin nedeni, Intel'in zayıf olduğu grafik çipi (GPU-graphic processing unit) üretiminde Nvidia'nın uzmanlaşmış olmasıdır.

Yönetim kurulu teklifi reddeder. Hem pahalıdır, hem de iki şirketin entegrasyonu kolay olmayacaktır.

Bunun yerine Intel kendi GPU projesi olan Larabee'yi (x86 teknolojisini kullanan bir tür hibrit GPU/CPU üretimi) hayata geçirir. Lakin proje başarısızlıkla sonuçlanır.

2016 yılı başında Nivida'nın piyasa değeri 20 milyar Doların biraz üzerindeyken, Intel 140 milyar Dolar civarındadır.

Sanırım bu tarihlerde Intel yaklaşımakta olan AI devrimini (bir miktar) sezmiş. Zira 2016 yılında Nervana System ve Movidius'u satın aldı. 2019 yılında ise Haban Labs'ı bünyesine kattı. Lakin bunlarla Nvidia'nın performansını yakalamak mümkün olmadı.

2019 yılının ortasında Intel'in piyasa değeri 200 milyar Dolar'ın biraz üzerindeydi. Nvidia ise 80 milyar Dolar seviyelerine gelmişti.

Nvidia'nın bugün itibarıyla piyasa değeri 3,3 trilyon Dolar. Intel 100 milyar Doların altında!

Intel CPU'da gerçekten başarılıydı. Sorun gelmekte olan yeni teknoloji dalgasını erkenden öngörememesi ya da öngörse dahi adaptasyon sağlayamaması idi.

Nitekim 2017 yılında OpenAI ile %15 oranında hisse alımı (1 milyar Dolar bedelle) konusunda masaya oturmuşlar lakin o tarihteki CEO'su "AI'nin daha çok zamanı var," diyerek masadan kalkmış!

Bu arada Intel'in CPU pazarındaki hâkimiyetini kötüye kullanması iddiasıyla ABD'de FTC 2009 yılında dava açmış, Intel uzlaşmaya gitmişti. AB tarafında başlatılan rekabet soruşturması süreci ise 20 yılı aşmıştı!

Tahmin ederim şimdi benzer (rekabet hukuku) süreçleri Nvidia için gözleyeceğiz. Aktörler değişse de tarih, merkezinde güç istenci bulunan fasit bir daire.

Kasım 2024 Paylaşım-7

Anahtar Kelimeler: rekabet, AB Komisyonu, Genel Mahkeme, ABAD, çip, Intel, koşullu indirim, meşru rekabet

Bir gün amcası, Carl Gustav Jung'a sorar; "Cehennemde şeytanın ruhlara nasıl işkence ettiğini biliyor musun?"

Jung "Hayır" deyince, cevabı söyler;

"Onları bekletir!"

Yaklaşık 20 yıl kadar önce rakipleri, ABD çip üreticisi Intel i AB rekabet otoritesine şikayet etti. Rekabet otoritesi 2007 yılında soruşturma başlattı ve Intel'e SoO (Statement of Objections) gönderdi.

2009 yılında Intel'in rekabet kurallarını ihlal ettiğine karar verdi ve 1,06 milyar Avro cezaya hükmetti.

İhlal gerekçeleri;

-Intel'in bilgisayar üreticilerine kendi çipini (x86 CPUs) satın alması koşulu ile gizli fiyat indirimini sunması (conditional rebate) ve

-yine bilgisayar üreticilerine, kendi çipine rakip çip modellerinin kullanılabileceği ürünlerin üretiminin durdurulması ya da geciktirilmesi için ödeme yapması (naked restriction).

Intel kararı idari yargıya taşındı. 2014 yılında Genel Mahkeme Intel'in başvurusunu reddetti. Intel, Genel Mahkeme kararını AB Adalet Divanına (ABAD) götürdü. ABAD, Genel Mahkemenin 2014 tarihli kararını iptal etti.

ABAD kararı üzerine konuyu tekrar değerlendiren Genel Mahkeme, 2022 yılında, AB rekabet otoritesinin 2009 tarihli ihlal kararını kısmen (conditional rebate bakımından) iptal etti.

Mahkeme naked restriction kararını onadı ancak idari para cezasının yeniden belirlenmesi gerektiğine hükmetti. AB rekabet otoritesi yeni ceza tutarını 376 milyon Avro olarak belirledi.

Ve nihayet geçen hafta ABAD, Genel Mahkeme'nin 2022 kararını onadı. Lakin hukuki süreç AB Rekabet Otoritesinin 376 milyon Avro ceza kararı (conditional rebate) bakımından devam edecek.

Böylece bu hikâye bakımından 25 yılı aşan bir idare/yargı karar süreci söz konusu olacak!

Piyasadaki tüm paydaşlar (Intel, rakipler, bilgisayar üreticileri, tüketiciler) bakımından ticareti doğrudan etkileyen 25 yıllık bir süreçten kaynaklanan belirsizliği düşünün.

İşkence değil de nedir?

Bu arada Intel, 20 yıl önce olduğu gibi piyasa hâkimi şirket değil zira Nvidia ABD'nin yeni çip şampiyonu. Intel'in durumu ise pek parlak sayılmaz.

Uzun yıllara yayılan idare/yargı süreçlerinin çok sayıda örneği mevcut ABD, AB ve ülkemizde. İdare/yargı kararı kalitesini düşürmeden süreçleri kısaltmanın bir yolu olmalı.

Teknik Not: Hâkim durumdaki şirketlerin dışlayıcı davranışlarına yönelik “meşru rekabet” (competition on the merit) ve AEC (As Efficient Competitor) Testi uygulaması konularında çok iyi kaynak sunuyor Intel Davası.

Kasım 2024 Paylaşım-6

Anahtar Kelimeler: yapay zekâ, ABD, rekabet, kişiselleştirilmiş fiyatlandırma, perakende, Kroger, kişisel verilerin korunması, tüketici hakları, fahiş fiyatlandırma

Bir süpermarkete girdiniz. Raflara yöneldiniz. Hemen baştaki elektronik fiyat etiketi yüz tanıma sistemi vasıtasıyla kimliğinizi tespit etti.

Yapay zeka, AI, anında tüm verilerinizi analiz etti. Aşağı yukarı her on beş günde bir bu tarihlerde büyük bir kalıp beyaz peynir alıyorsunuz. İki markadan biri. Bu kez beyaz peynir alımı 3-4 gün gecikmiş.

Peynirlerin bulunduğu rafa yöneliyorsunuz. Etiket sizi tanıyor ve tercih ettiğiniz peynir markalarının fiyatlarını siz baktığınızda anlık olarak (diyelim ki) %5 yükseltiyor. Bir kalıbı, bir önceki müşteriden %5 daha yüksek fiyattan çantaya attınız.

Alışverişe devam ediyorsunuz. Dijital fiyat etiketlerinin ekranında reklamlar da yayımlanıyor. AI, deodorant alma zamanınızın yaklaştığını çoktan tespit etti.

Etiket ekranlarına her baktığınızda deodorant tanıtımı izliyor, içinizden “deodorantım da azalmıştı ya” diye geçiriyor ve ilgili rafa yöneliyorsunuz. Fiyat etiketi sizi bekliyor!

Hayır “Black Mirror” in gelecek sezonu hakkında spoiler vermiyorum.

ABD’de yaşanan bir hadiseyi biraz hikâyeleştirdim sadece.

Kroger, ABD’nin en büyük market zincirlerinden biri. Yüzlerce şehirde çok sayıda marketi mevcut. Şu ara rakibi Albertson ile birleşebilmek için rekabet otoritesi ve mahkeme ile cebelleşiyor.

ABD Kongre üyesi Rashida Tlaib, ayın 11'inde Kroger CEO'suna bir mektup gönderdi. Mektubu sosyal medya hesaplarından da duyurdu.

Tlaib'e göre, Kroger tarafından (şimdilik bazı marketlerine adapte edilen) AI destekli ve yüz tanıma algoritması kullanan Elektronik Raf Etiketi (ESL System) hashtag#tüketici ve rekabet aleyhine anlık dinamik fiyatlandırma yapmaktaydı. Mektup bu konuyla ilgili bir dizi soruyu ihtiva ediyor.

Bu davranışın hukuki olarak üç boyutu mevcut:

-Veri mahremiyetine (KVKK) uygunluk. Yüz tanıma için iznim alındı mı? Verilerim güvenli bir biçimde korunuyor mu?

-Tüketici hakları mevzuatına uygunluk. Bu davranış şu ara ABD'de tartışma konusu olan "fahiş fiyatlandırma" kapsamında mıdır? (Fiyatların bazı hallerde indirilebileceği göz önüne alınmalı).

-Rekabet mevzuatına uygunluk. Bu davranış rekabet hukuku anlamında sömürücü olarak nitelenebilir mi?

Kısa zaman önce iktisat fakültelerinde teorik olarak öğretilen dinamik/kişiselleştirilmiş fiyatlandırma davranışı fiiliyatta kapımıza dayanmış görünüyor.

Kasım 2024 Paylaşım-5

Anahtar Kelimeler: regülasyon, e-ticaret kanunu, rekabet, oligopol, lisans bedeli

Regülasyon ne yana düşer usta?

2022 yılında (7416 sayılı Kanunla) eticaret kanununda yapılan köklü değişikliğin mimarları şu hususun farkındaydı:

Eticaret platformları (aracı hizmet sağlayıcı) pazarın doğası gereği çok rekabetçi olamazdı, pazar payları arasında büyük farklar bulunmayan 3-4 aktörlü bir oligopolistik yapı kurmak başarı sayılıyordu.

Amaç (iyi niyetle) hızla rekabeti tesis etmektir kanımca.

Bunun için AB Dijital Pazarlar Yasasından (DMA) da ilham alarak şöyle bir ex-ante regülasyon tasarladılar; kabaca, "cirosu fazla olanın yükümlülüğü de fazla olur".

Lakin bu tür bir düzenleme pazarı kısa vadede, arzu edilen görece rekabetçi yapıya evriltemezdi.

Bunun için vergi/lisans bedeli enstrümanını kullanmayı düşündüler.

Yıllık vergi/lisans bedeli enstrümanı rekabetin tesisi için kullanılabilir miydi? Dünyada başarılı bir örnek var mıydı?

Şüphesiz bu hususlar üzerinde etraflıca kafa yormuşlardır.

Kanun yürürlük kazandı lakin şöyle tuhaf bir manzara ortaya çıktı:

10 milyar cirosu olan eticaret platformu 0 TL lisans bedeli öderken,

60 milyar cirosu olan eticaret platformu 230 milyon TL

90 milyar cirosu olan eticaret platformu 2,8 milyar TL

150 milyar cirosu olan eticaret platformu 17,6 milyar TL lisans bedeli ödeyecekti.

Bunun pratik anlamı şuydu; “kimse (kabaca) 100-150 milyar cironun üzerine çıkmasın. Aksi halde, bırak kârını, cironu bile devlete verirsin.”

Buraya bir dipnot düşeyim. (Uzun yıllar TBMM’de danışmanlığını yaptığım) ana muhalefet konuyu Anayasa Mahkemesine taşıdıysa da netice alamadı. Şimdi aynı muhalefet, iptal edilmek üzere AYM’ye götürdüğü hükmün değişikliğine de şiddetle itiraz etmekte!

Bu tasarımdan beklenenler elde edilemediği gibi birçok sorun ortaya çıktı haliyle. Lisans bedeli tasarımı da değişikliğe gidilmeye karar verildi.

Bu arada sektörün büyük iki aktöründen biri Birleşik Arap Emirliği, diğeri Kazakistan sermayesi tarafından satın alındı.

Ülkemiz için doğrudan yabancı sermaye yatırımları çok kıymetli. Lisans bedeli tasarımı da değişiklik kararı alınmasaydı, (kuvvetle muhtemelen) bu yatırımlar gerçekleşmeyecekti.

Dün TBMM genel kurulunda kabul edilen kanun teklifiyle, (cironun %20’sini aşmamak şartıyla) yurt dışına satışlar ile Sanayi Bakanlığının teşvik belgesiyle yapılan Türkiye’deki yatırım tutarları lisans bedeline temel teşkil eden cirodan düşülecek. (2024 ve 2025 için farklı oranlarda, burada teknik ayrıntıya girmiyorum).

Akıllıca. Lakin yeterli olur mu bilemiyorum. Açık erişimi bulunmayan yurtdışına satış ve yatırım tutarları verileri üzerinden ince hesaplamalar yapmak gerek.

Ayrıca yeni tasarımın bazı olumsuz sonuçlara yol açabileceğini de düşünüyorum lakin burada yazacak yerim kalmadı.

Ezcümle devletin elinde ne kadar güçlü enstrümanlar olursa olsun piyasa yapısını istenen biçimde eğip bükme mümkün olmuyor. Kılı kırk yarararak hareket etmek gerekiyor.

Kasım 2024 Paylaşım-4

Anahtar Kelimeler: rekabet, regülasyon, işgücü piyasası, yoğunlaşma, çalışan mobilitesi, verimlilik

“Rekabet otoriteleri işgücü piyasalarına müdahale etmemeli, tüm kamusal düzenlemeler çalışma bakanlıklarının tasarrufuna bırakılmalı.”

Bu görüşü savunanlar iki temel argümana dayanmakta. Bunlardan birincisi şu; “rekabet kuralları işgücü piyasalarına uygulanırsa ücretler yükselir, maliyetler artar bu da tüketici refahının azalmasına yol açar”.

Burada detayına girmeyeyim lakin çalışan mobilizasyonu (iş değiştirme) ile verimlilik, üretim ve milli gelir büyümesi arasında pozitif ilişki ortaya koyan çok sayıda ampirik çalışma mevcut.

Yani, emek mobilizasyonundan kaynaklanan verimlilik artışı, pekâlâ ücretlerin artmasından kaynaklanan ilave maliyet etkisini telafi edebilecektir.

İkinci argüman ise işgücü piyasalarında zaten yoğunlaşmanın düşük olduğu argümanı.

Aşağıdaki (soldaki) şekil OECD Employment Outlook-2022’den alındı. Yüksek yoğunlaşma (az sayıda işletmenin pazar payının yüksek olması) gözlenen işgücü piyasalarında erkeklerin yaklaşık %17’si, kadınların yaklaşık %16’sı istihdam ediliyor. Bu oranlar OECD ortalamasını gösteriyor. Hiç de düşük oranlar değil.

Ayrıca bu grafik tüm istihdamı temsil ediyor. Rekabet hukuku bağlamında daha dar ilgili işgücü ve ilgili işgücü coğrafi pazarlarında (özellikle beyaz yakalı işgücü bakımından) bu oranlar çok daha yükselebilecektir.

Örneğin A şehrindeki hastanelerde çalışan kardiyoloji uzmanı pazarında bir hastane grubu %40 (hâkim durum için kaba ölçüt) civarında pazar payına sahip olabilir.

Peki Türkiye’de yoğunlaşma manzarası nasıl?

Doğrudan işgücü pazarlarında yoğunlaşmanın ölçüldüğü bir çalışma mevcut değil. Ancak aşağıdaki (sağdaki) şekil ciddi bir fikir verebilir. Şekil TÜİK tarafından yayımlanan KOBİ Raporu-2022’den alındı.

Şekilden görüldüğü üzere toplam istihdamın %29,4’ü, toplam girişim sayınının %0,3’üne denk gelen büyük ölçekli işletmelerde istihdam edilmekte. Bu da işgücü piyasalarında ciddi bir yoğunlaşmaya işaret ediyor.

Tıpkı diğer piyasalar gibi işgücü piyasalarında rekabetin tesisi şüphesiz yasa koyucu tarafından tüm piyasalarda rekabetin korunması ile yetkili kılınan rekabet otoritelerinin sorumluluğu altındadır.

Son söz; rekabet kurallarının çalışan mobilitesini sınırlayan eylemlere karşı uygulanmasından sadece çalışanlar değil, nitelik, verimlilik, yenilikçilik ve ticari kâr peşinde olan müteşebbisler de fayda elde edecektir.

Kasım 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: rekabet, dijital platform, bulut bilişim, bulut aktarım uygulamaları, ABD, DoJ, Apple, kilitlenme (lock-in), gatekeeper

Tüketicilerin bir dijital ekosistem içinde kilitlenmesi ne demek?

Bu davranışın inovasyon üzerindeki etkileri nelerdir?

Bu soruların yanıtını ABD rekabet otoritesi DoJ un, Apple aleyhine açtığı tekelleşme davası dilekçesinde bulabiliriz.

Elbette şu hususu (rekabet otoritelerinin iddiaları yargı tarafından onaylanana dek) vurgulamak gerek. Dava dilekçesinde dile getirilenler şimdilik iddiadan ibaret. Apple, bu iddiaları çürütmeye dönük karşı argümanlarını sunmaktadır/sunacaktır. Bunları da ayrıca ele almak gerek.

DoJ’a göre Apple şu belli başlı davranışlarla, (tüketicileri Apple ekosistemi içine hapsederek) tekelleşmekte:

- Süper aplikasyonların (superapp) engellenmesi
- Bulut aktarım aplikasyonlarının (cloudstreamingapp) engellenmesi
- Platformlar arası mesaj hizmetlerinin aksatılması

-Rakip dijital saatlerin işlevselliklerinin azaltılması

-Rakip dijital cüzdan uygulamalarının engellenmesi

Bunlar arasında bulut aktarım uygulamalarını mercek altına almak isterim. Bu uygulamalar, basit akıllı telefonlarla dahi büyük hacimli video oyunu (videogame) ya da AI hizmetlerine erişimi mümkün kılıyor. Zira bunlara erişmek için herhangi bir uygulamayı akıllı telefona indirmek gerekmiyor.

Bulut aktarım uygulamaları yaygınlaşırsa ne olur?

Tüketiciler (en azından bir kısmı) video oyunu ya da AI hizmetlerine erişmek için Apple gibi pahalı kompleks cihazları yüksek fiyatlardan satın almak zorunda kalmaz.

DoJ, dava dilekçesinde bir Apple iç yazışmasında yetkililerin şu ifadelerine yer veriyor; “bu uygulamalar sayesinde 25 kuruşa garajlarda satılan bir basit Android telefon gayet iyi işlev görecektir” (Dava Dilekçesi par. 75).

Apple, iPhone 15 in lansmanında, bu cihazın yeni nesil oyunları destekleyecek bir hardware sunduğunu ilan etmişti. Halbuki bulut aktarım app leri ile bunu çok daha basit (dolayısıyla ucuz) cihazlarda gerçekleştirmek mümkün.

Bulut aktarım app leri dışlandığında iki temel sonuç ortaya çıkıyor. Birincisi tüketicilerin en azından bir kısmı, kendileri için çok da gerekli olmayan birçok işlev içeren daha pahalı akıllı telefonları tercih etmek durumunda kalıyor.

İkincisi dışlama bulut tabanlı app lerle ilgili inovasyon potansiyeli sınırlandırılmış oluyor.

Not: Spesifik bir ekosistem (örneğin Apple iOS) rekabet hukuku bağlamında ayrı bir ilgili ürün pazarı olarak tanımlanabilir mi? Gatekeeper denen şey bu mu? Bu soruları ayrı bir paylaşımda tartışmak niyetindeyim.

Kasım 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: rekabet, tüketici refahı, perakende, ABD, Walmart

Tüketici refahı kutsal mı?

Başka bir teşebbüsle bir anlaşma yaptınız ya da piyasada ciddi payınız var (hâkim durum veya önemli ölçüde pazar gücüne sahip olacak kadar) ve rekabet gücünüzü arttırmak üzere bir davranışta bulundunuz diyelim.

Rekabet ve regülasyon otoriteleri bu davranışın kanuna aykırı olup olmadığını analiz ederken tüketici refahında azalma olup olmadığı ya da tüketici için bir zarar olup oluşmadığını esas alır.

Bu doğru bir yaklaşım mı? Son sözü tüketici refahı ya da zararı mı söylemeli?

Geçenlerde IZA Institute of Labor Economics’de dört akademisyen tarafından sayısal çalışmalar içeren bir makale yayımlandı. Başlığı; “Monopsony Power and Poverty: The Consequences of Walmart Supercenter Openings”.

Makalede ABD perakende devi Walmart ın büyük mağaza (Süpercenter) açtığı bölgelerin ekonomik parametrelerinde ortaya çıkan sonuçlar analiz ediliyor.

Makalenin bulguları özetle şöyle:

-Bu bölgelerde işgücü gelirleri (ücretler) azalıyor. Buna bağlı olarak 10 yıllık dönemde yoksulluğun %16 artacağı öngörülüyor.

-Ücret azalışına paralel olarak ödenen vergiler azalıyor (%5), kamu transferleri artıyor (%16), neticede kamunun maliyeti (transfer artışı ve vergi azalışı nedeniyle) artıyor.

-Nihai ürün fiyatları düşüyor. Dolayısıyla tüketici refahında artış söz konusu. Ancak en iyimser senaryoda dahi tüketici refahındaki artış ücret azalışındaki kaybı telafi edemiyor.

Makale geleneksel perakende sektörünü mercek altına almış. O nedenle (çok önemli olan) inovasyon faktörü tartışılmıyor.

Bu çalışma dikkate alındığında rekabet ve regülasyon otoriteleri Walmart büyük mağazaları ile ilgili tasarrufta bulunurken sadece tüketici refahındaki artışı mı dikkate almalı?

Yoksa diğer parametreleri de gözetmeli mi?

Bu tür örnekler dolayısıyla son dönemde ABD ve AB rekabet otoriteleri tüketici refahı standardının genişletilmesi gereğini vurguluyor.

Kasım 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: rekabet, ABD, FTC, birleşme/devralma, bildirim formu

ABD rekabet otoritesi FTC 45 yıllık emektar birleşme/devralma bildirim formunda değişiklik gerçekleştirdi.

Malum belirli büyüklükteki birleşme/devralma işlemleri rekabet otoritesine çok sayıda bilgi talebi içeren bir form üzerinden bildiriliyor Hart-Scott-Rodino (HSR) Yasası uyarınca.

Aşağıdaki şekilden görüldüğü üzere 2022 yılı itibarıyla tüm birleşme/devralma işlemlerinin %20'si HSR Yasası kapsamında rekabet otoritelerine bildirilmiş (eşikler nedeniyle).

HSR Yasası bildirimin çerçevesini çiziyor, işleme rekabet perspektifinden izin konusu Clayton Yasası'na (Bölüm 7) göre değerlendiriliyor. Bu arada işlem (ilgisi varsa) Merger Filing Fee Modernization Act kapsamında Savunma Bakanlığı'na da bildirilebiliyor. Türkiye'de bürokratik süreçler çok karışık diyenlere selam olsun!

FTC yeni formu 460 sayfalık bir duyuru ile kamuoyuna açıkladı. Esasen formda yapılan değişiklikler (Yeni Birleşme Rehberi ile birlikte düşünüldüğünde) ABD rekabet otoritelerinin önümüzdeki dönemde hangi konulara odaklanacağı konusunda fikir veriyor.

Tespit edebildiğim yenilikler şunlar:

-Azınlık hissedarları, karar süreçleri (şirkette kritik kararları kim alıyor?) ve şirket yapısındaki evrim konularında bilgi edinme.

-Yatırım fonlarının (privateequity) şirket içi pozisyonları hakkında bilgi edinme (bir süredir FTC bu yatırım fonları konusuna takmış durumda).

-İşlemin işgücü piyasaları üzerindeki etkilerine ilişkin bilgi edinme.

-İşlemin dikey ya da yatay olmayan (her yatay olmayan ilişki dikey değildir malumunuz) üzerindeki potansiyel kapama etkisine ilişkin bilgi edinme.

-İnovasyonu sınırlayabilecek ya da ilerde potansiyel rakip olabilecek şirketi oyun dışında bırakabilecek işlemlere dair bilgi edinmek (dev teknoloji şirketlerinin startup ları devralması, kritik çalışanlarını transfer etmesi gibi).

-Zincirleme (seri) devralma stratejisini (Kruger-Albertson ya da Tapestry-Capri örneklerinde olduğu gibi) açığa çıkaracak bilgileri edinme.

Çok hoşuma giden yeni bir uygulama da başlatmışlar. FTC, incelenmekte olan birleşme işlemleri ile ilgili olarak bir web sitesi üzerinden kamuoyundan çevrimiçi görüş almaya başlayacak.

Ekim 2024 Paylaşım-7

Anahtar Kelimeler: platform ekosistemi, ödeme hizmetleri, rekabet, DoJ, Visa, Apple, rekabetten kaçınma anlaşması (pay for delay)

Bazen yaptığınız bir şey için milyar Dolarlar kazanırken, yapmadığınız bir şey için milyon Dolarlar kazanabilirsiniz!

Yeterince güçlü bir platform ekosistemi inşa ettiyseniz tabi.

Geçen hafta ABD rekabet otoritesi DoJ, Visa hakkında ödeme sistemlerinde tekelleşme iddiası ile dava açtı.

DoJ'un iddiasına göre Visa, dışlayıcı davranışlarla dijital ödeme sistemlerinde alternatifleri engellemekte, inovasyon a mâni almakta ve tüketicilere aşırı maliyet yüklemekte böylece Sherman Yasası 1 ve 2. maddelerine aykırı hareket etmektedir.

Rapora göre ABD toplam banka kartı işlemlerinin %60'ı Visa şebekesinden gerçekleşmekte, buna karşılık şirket yılda 7 milyar Dolar komisyon geliri elde etmekte. Şirketin işletme kârlılığı 2023 yılında %82!

Dava dilekçesindeki tüm teknik detaylara burada girmeyeyim lakin şu husus çarpıcı. Visa tekelleşme yolunda iki temel strateji uyguluyor; ticari işletmelerle yaptığı anlaşmalarla (görece) küçük ödeme sistemi şirketlerini boğmak ve kendisine rakip olabilecek büyük teknoloji şirketleri ile yaptığı anlaşmalar kapsamında yüklü ödemeler yaparak bunları rekabet dışında tutmak.

Bu kapsamda, (dava dilekçesindeki ifadeyle) varoluşsal risk olarak gördükleri hashtag#Apple a, kendileri ile rekabet edecek ödeme sistemlerini devreye almamak şartıyla yüz milyonlarca Dolar tutarında ödeme yapmışlar Dava Dilekçesine göre. Bu anlaşmalar (pay-for-delay) 2012 yılında başlamış ve devam etmekte.

Yani, güçlü bir dijital ekosistem kuran Apple, safari de Google arama motorunu önyüklü sunarak (bir şey yaparak) milyarlarca Dolar kazanırken, Visa'ya alternatif ödeme sistemi kurmaktan kaçınarak (bir şey yapmayarak) yüz milyonlarca Dolar gelir elde etmiş.

ABD'de en kârlı üç iş kolu şunlarmış (Trung Phan'dan ödünç):

-google search reklamcılığı

-Visa ödeme sistemi

-Benzinliklerde tanesi 0,99 Dolardan muz satışı :)

Not: Dikkat edilirse girişte dijital platform ekosistemi ifadesi yerine platform ekosistemi ifadesini kullandım. Zira pekâlâ geleneksel pazarlarda da değer zinciri üzerinde güçlü platform/mecra ekosistemi kurmak ve meyvelerini toplamak mümkün. Örnek, ABD'de konser organizasyonu pazarında Livenation.

Not 2: Zamanla platform yerine (farklı bir kavram olan) platform ekosistemi ifadesine alışmak/odaklanmak gerekiyor. Platform ekosistemi, platforma nazaran daha kompleks bir olgu. Bazen bir pazarda güçlü aktörü iyi analiz edebilmek için platform ekosistemini yapısöküme uğratmak gerekiyor.

Ekim 2024 Paylaşım-6

Anahtar Kelimeler: rekabet, eşik bekçisi (gatekeeper), FTC, ilaç, Caremark, ESI, OPTUM

Eşik bekçisi (gatekeeper) sadece dijital pazarlarda mı karşımıza çıkar?

FTC Rekabet Ofisi Direktör yardımcısı ABD sağlık sektöründe ilaç aracıları (Drug Benefit Managers-PBMs) Caremark, ESI ve Optum'u gatekeeper olarak niteledi. FTC, PBMs hakkında, rekabete aykırı ve adil olmayan fiyatlama iddiasıyla dava açtı iki gün önce.

Konunun ABD kamuoyunda yankı bulmasının nedeni esasen insülin. İnsülinin şeker hastaları için önemi malum.

1999 yılında ABD'de Eli Lilly nin insülin markası Humalog'un ortalama liste fiyatı 21 Dolar idi. 2017 yılında aynı ürünün liste fiyatı 274 Dolar oldu. ABD'nin

ortalama %2-3 yıllık enflasyon koşulları altında insülin fiyatı 18 yılda %1200 artmış! Diğer markalar bakımından da çok yüksek oranlı artışlar söz konusu.

İlaç araçları nasıl gatekeeper konumuna gelmişler?

Sistem şöyle çalışıyor. Bu araçlar, çeşitli gruplarla sağlık sigortası sözleşmesi yapıyor. Kodekste (formulary) çeşitli hastalıklar için kullanılabilecek ilaç markaları yer alıyor.

İddiaya göre arkalarında büyük gruplar bulunan, finansal açıdan güçlü ve son yirmi yılda devralmalar ile konsolide olan ilaç araçları, üreticilere ilaçların liste fiyatını arttırmaları için baskı yapıyor zira araçlar gelirlerini liste fiyatı üzerinden yapılan indirim ve primlerden elde ediyor.

Yine iddiaya göre (rekabet güdüsüyle) liste fiyatını arttırmak istemeyen üreticilerin ilaçları kodeksten dışlanıyor. Böylece söz konusu ürün için fiyat rekabeti olanağı sınırlandırılıyor. Bu da enflasyon üzerinde de anlamlı etkisi bulunan ilaç fiyatlarını yukarı çekiyor.

FTC 2024 yılının Temmuz ayında ilaç araçları ile ilgili kapsamlı bir ara rapor yayımlamıştı. Bu raporda toplam pazar payı %95 olan altı büyük aracının (PBMs) dikey entegrasyon ve yoğunlaşmalarla sektörü nasıl kontrol altına aldığı ayrıntılı biçimde incelenmiş (bkz. aşağıdaki şekil). Ben bu raporu çok beğenmiştim, göz atmanızı öneririm.

Geçenlerde Google ile ilgili bir paylaşım yapmış ve tekelleşmede değer zincirinin kritik halkalarını ele geçirmenin önemine işaret etmiştim. FTC'nin mahkemeye taşıdığı bu konuda da (devralmalar, işbirlikleri ve sair yöntemlerle) değer zincirini kontrol etme girişimlerinin önemi ortaya çıkıyor.

Rekabet ve düzenleyici otoritelerin incelemelerini tüm değer zincirine odaklanarak ve tarihsel gelişimi dikkate alarak gerçekleştirmeleri kritik görünüyor.

Ezcümle gatekeeperları sadece dijital pazarlarda aramamak gerek.

Ekim 2024 Paylaşım-5

Anahtar Kelimeler: Rekabet Kurumu, İşgücü Kılavuzu, rehber (quideline), ABD, AB

Rekabet Kurumu tarafından görüşe açılan İşgücü Kılavuzu taslağı yeterince aydınlatıcı mı? Örneklendirmelere ya da referanslara ihtiyaç var mı?

Önce malumun ilamı. Aşağıdaki değerlendirme kişisel görüşümü yansıtmakta, Rekabet Kurumu’nu bağlamamaktadır.

İlkin şu hususu vurgulamak isterim. Rehberler ile bazı hallerde mevcut uygulamanın netleştirilmesi amaçlanırken, bazen ekonomik dinamikler ile şekillenen yeni durumlara ilişkin yeni yaklaşımın temel kuralları ortaya konur. Bazı rehberlerde her iki amaca dönük hükümlerin birlikte yer aldığı görülür.

Uygulamanın netleştirilmesi amacı söz konusu olduğunda, düzenleyici otoritenin elinde örnek olay/karar stoku mevcuttur. Buna bağlı olarak rehberde geçmiş deneyimlere dayanan örneklendirmelere ya da bizatihi otoritenin kararlarına referans verilebilmektedir. AB Komisyonunun halen yürürlükte olan “Uygulama Öncelikleri Rehberi” mesela.

Diğer yandan Şubat 2024 tarihinde AB Komisyonu tarafından çıkarılan Pazar Tanımı Duyurusunun talep ikamesi faslında tüketicilerin yarı rasyonel, yanıltıcı tercihleri olabileceğine işaret ediliyor ve pazar tanımında bu hususun dikkate alınacağı ifade olunuyor. Bu yeni bir yaklaşım ve atıf ya da örneklendirme yapılmamış.

Aynı şekilde ABD’de Aralık 2023’te çıkarılan FTC ve DoJ un yeni “Birleşme Rehberinde” bir birleşme/devralma işlemi bir dizi devralma sürecinin parçası ise Rekabet Otoritesinin tüm zinciri değerlendireceği ifade ediliyor. Bu da yeni bir yaklaşım ve atıf ya da örneklendirme söz konusu değil.

RK’nın İşgücü Kılavuzu Taslağı anılan her iki amacın kapsandığı hibrit bir metin. Özellikle daha önce işgücü piyasalarında uygulaması bulunmayan hâkim durumun kötüye kullanılması ve devralma işlemleri bakımından. Burada deneyime dayanmayan saf hipotetik örnekler ile açıklama girişimi bazı riskler doğuracaktır.

Taslağın spesifik hükümleri ele alındığında, teşebbüsler arası anlaşmalar bahsinde ücret tespit anlaşmaları ve çalışan ayartmama anlaşmalarına ilişkin Rekabet Kurulu kararlarına atıflar mevcut. Yani burada ilave örneklendirmeye gerek yok, referans kararlar konuya yeterince ışık düşürüyor.

Bilgi değişimi bakımından konunun iki boyutu mevcut. İlgili pazara ilişkin bilgi paylaşımının işgücü pazarında rekabeti kısıtlayıcı etkileri ve ilgili işgücü pazarına ilişkin bilgi paylaşımının rekabeti kısıtlayıcı etkileri.

İlki bakımından Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz'a referans verilmiş. Lakin anılan Kılavuz ilkelerinin işgücü pazarlarına uygulanması konusu biraz muğlak görünüyor.

Yine yan sınırlamalar ile ilgili ölçütlerin işgücü piyasaları bakımından yorumu konusunda örneklendirme ihtiyacı hissediliyor.

Bunlarla ilgili Kurul kararları (şayet mevcutsa) dikkate alınarak referans ya da örneklendirme sunmak şüphesiz belirliliği arttıracaktır.

Öte yandan, yukarıda ifade ettiğim gibi, henüz yeterince piyasa deneyimi birikmemiş davranışlar ile ilgili hipotetik örnekler üzerinden detaylandırmak doğru olmayabilir diye düşünüyorum.

Ekim 2024 Paylaşım-4

Anahtar Kelimeler: rekabet, tekel, ABD, Google, dijital reklam, birleşme/devralma, Youtube, Doubleclick, ADX, FTC, DoJ

Bir tekel inşasının kısa hikâyesi!

Geçen hafta ABD'de dijital reklam pazarında tekelleştiği iddia edilen Google hakkındaki 2. dava (epic şikâyetiyle görülen davayı sayarsak 3) görülmeye başlandı.

Aşağıdaki şekilden görüldüğü üzere Google reklam veren ve reklam alanlar arasındaki değer zincirinin neredeyse tüm halkalarını kontrolü altında tutuyor.

Peki bu nasıl başardı?

Öncelikle şu hususa dikkat çekelim, arama motoru pazarında üstünlüğü şirkete geniş bir hareket alanı sağladı. Zira dijital reklam pazarında tüketici verisi çok önemliydi. Veri kaynakları yıllar içinde geometrik artış kaydetti elbette.

Google adwords 2000 yılında kurulduğunda sadece 350 reklam vereni vardı. Google dijital reklamcılıkta oyun değiştiren bir inovasyonu hayata geçirdi; reklam verenler reklamları tıkladıkça ödeme yapacaklardı (pay-per-click, PPC).

Lakin şunu ifade edelim PPC sistemini Google dan önce Overture adında bir arama platformu zaten kullanmaktaydı. Yani yeni iş modelinin mucidi Google değildi.

Overture un kurucusu 1998 yılında TED konferansında bu modelle ilgili sunum yapmıştı. Google bu modeli kullanmaya başladığında patent davası açtı. Dava uzlaşmayla sonuçlandı. Google, Overture a (hisse karşılığı) yüklü bir ödeme yaptı.

2007 yılında Google, youtube u satın aldı. Bu işlem hem veri hem reklam mecrası bakımından şirkete büyük bir üstünlük getirdi.

2008 yılında reklam verenler bakımından son derece kritik bir teknoloji şirketi olan DoubleClick i satın aldı. DoubleClick, büyük reklam verenlere reklam etkililiğini arttırıcı yazılım hizmetlerinde lider durumda idi.

FTC, devralma işlemine Pamela Harbour’un karşı oyu ile 4-1 karar vermişti. Gerekçesinden bazı ifadeleri burada paylaşısam çok eğlenirdiniz! (Benzer ifadeleri AB rekabet otoritesinin raporunda da bulmak mümkün).

Bu aşamada lütfen aşağıdaki şekle tekrar bakıp, DoubleClick in dijital reklam değer zincirindeki kritik rolüne dikkat ediniz.

“Google istese DoubleClick in pazarında girerdi,” diyenlere şunu ifade edelim. Satın alma hamlesi öncesinde denedi zaten! Ancak başarılı olamadı. DoubleClick in eski CEO’sunun tabiri ile Google ın bu işe girmesi o kadar büyük değiştirme maliyeti (switching cost) gerektiriyordu ki bunu ancak Tanrı yapabilirdi.

Aynı yıl, DoubleClick in işlevini reklam alanlar tarafında gören AdX i (Ad Exchange) satın aldı. Önemini anlamak için aşağıdaki şekle bir kez daha bakmak yerinde olur.

2010’lu yıllarda mobil telefon piyasasının yükselişi dijital reklam pazarında Google a eşsiz bir alan yarattı. (Android in hakim duruma gelmesi hikayesi de bu hikayeye epey benzer ve dijital reklam işinde Google için kaldıraç işlevi gördüğü aşikar).

Çok ayrıntı var ama yerim yok! Burada keseyim.

Şimdi görülen davada ABD rekabet otoritesi DoJ, Google’ın bu sistem sayesinde kanuna aykırı biçimde tekelleşerek her bir reklam için %30-50 oranında yüksek fiyatlama yaptığını mahkemeye ispatlamaya çalışacak.

Ekim 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: çalışan transferi, birleşme/devralma, İngiltere, CMA, Microsoft, Inflection AI

Bir şirketin, bir başka şirketin kritik çalışanlarını transfer etmesi birleşme/devralma işlemi sayılır mı?

İngiltere rekabet otoritesine (CMA) göre evet.

CMA geçen hafta Microsoft tarafından yapayzeka (AI) startupı Inflection'ın kurucusu ve kritik önemdeki çalışanlarının transfer edilmesi işlemini birleşme/devralma olarak niteledi.

Diğer yandan işlem sonucunda rekabetin önemli ölçüde azaltılmadığına hükmetti ve Faz-2 değerlendirmesine gerek bulunmadığına karar verdi.

İşlem sonrasında Inflection'ın kontrolünde bir değişiklik olmamasına rağmen CMA nasıl bu işlemi birleşme/devralma olarak niteleyebildi?

Bunu mümkün kılan ilgili kanunda (Enterprise Act) yer alan; “Enterprises ceasing to be distinct” (sihirli) ifadesi. Yani teşebbüslerin (işlem sonrasında) farklı olmaktan çıkmaları.

CMA diyor ki; burada teşebbüsten kasıt sadece bağımsız bir hukuki varlık değil, ticari işin bir faaliyeti ya da faaliyetin bir parçası. Bu durumda Microsoft'un, (know-howlarıyla birlikte) inflection'ın kritik çalışanlarının transferi sonrasında teşebbüsler farklı olmaktan çıkmaktadır.

Nitekim CMA (en son Nisan 2024'te revize ettiği) Birleşme Rehberinde; “bazı varlıkların ve çalışanların transferinin teşebbüs devri olarak nitelenebileceğini ifade etmişti. Buyurunuz Rehber'in ilgili bölümleri:

“The term ‘enterprise’ is defined in section 129 of the Act as the activities, or part of the activities, of a business. This does not mean that the enterprise in question need be a separate legal entity ...

In some cases, the transfer of assets or employees alone may be sufficient to constitute an enterprise: for example, where the facilities or site transferred, or a group of employees and their know-how, enables a particular business activity to be continued...”

Teşebbüs ya da girişime hukuki varlık olarak değil, bir işi devam ettirebilmek için gerekli olan faaliyet olarak baktıkları için Microsoft/Inflection işlemini birleşme/devralma olarak değerlendirebiliyorlar. Bu olayda devam ettirilecek iş AI tabanlı chatbotların geliştirilmesi ve arzı.

Rehberde, ticari veriler ya da ticari marka, isim veya domain adresi gibi değişkenlere bağlı olarak teşebbüs değerlendirilmesi yapılabileceği de ifade ediliyor.

Ülkemizde rekabet hukuku mevzuatı ve pratiğindeki, hukuki varlık temelli teşebbüs ve kontrol unsuru temelli yoğunlaşma kavramlarını dikkate aldığımızda rekabetkurumu nun çalışan transferlerini birleşme/devralma olarak niteleyebilmesi olanaklı mı sizce?

Ekim 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: rekabet, AB, Genel Mahkeme, ABAD, birleşme/devralma, öldürücü devralma (killing acquisition), Illumina, Grail

Bu önemli gelişme sıcaklığına duyurulmayı hak ediyor!

AB rekabet otoritesi öldürücü devralma işlemleri ile etkin mücadele kapsamında eşik altı bir yoğunlaşma olan (ikisi de ABD merkezli ve kanser hastalıkları teşhis testleri pazarında faaliyet gösteren) Illumina'nın, Grail'i devralması işlemine karşı Merger Regulation madde 22'yi işletmişti.

Neydi madde 22 özetle?

AB ölçeğinde eşik altı kalan birleşme/devralma işlemlerine, üye ülke rekabet otoritelerinin başvurusu üzerinden Komisyon müdahale edebiliyordu. Nitekim Fransa ve bir grup ülkenin başvurusu ile işlem incelemeye alındı.

Devralma tarafları konuyu yüksek mahkemeye (General Court) taşısa da, mahkeme Komisyon uygulamasını yerinde bulmuştu.

5 Aralık 2022 tarihinde Komisyon taraflara "Statement of Objection" gönderdiğini duyurdu ve yoğunlaşma işleminin bu aşamada durdurulmasına karar verdi. Gerekçe, kan tahlili üzerinden erken kanser teşhisi testleri pazarında inovasyonun baskılanması ve seçeneklerin sınırlandırılması.

Kısa bir süre sonra ABD rekabet otoritesi FTC de benzer bir karar aldı.

Taraflar bu kez AB Komisyonu kararını en tepe mahkemeye taşıdılar. Adalet Divanı (ABAD-CJEU) dün aldığı kararla Genel Mahkemenin de onadığı AB rekabet otoritesi kararını bozdu!

Gerekçeli karar açıklanmadı ama bozma gerekçesi pek muhtemelen madde 22 ile alakalı. Şayet öyleyse AB Komisyonunun eşik altı birleşme/devralma işlemlerine müdahalesi olanaksız hale gelecek!

Bir kez daha görülüyor ki bağımsız ve yetkin yargı iktisadi hayatın tüm bileşenleri için hayati önem taşıyor.

ABD tarafındaki kararı dikkate alınca tarafların birleşme işleminin epey karmaşık bir hâl aldığını ileri sürmek mümkün!

Ekim 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: rekabet, birleşme/devralma, birleşme rehberi (Merger Quideline) FTC, DoJ, Tapestry-Capri, Kroger-Albertson, Livenation-Ticketmaster

Üç bin yıllık geçmişinin hesabını yapamayan insan günübirlik yaşıyor demektir.

J. V. Goethe

ABD rekabet otoriteleri FTC ve DoJ gerek birleşme/devralma işlemlerinin değerlendirmesinde gerekse rekabet ihlallerinin analizinde 3000 yıl olmasa da 30-40 yıl geriye giderek şirketlerin evrimini mercek altına alıyor bir süredir.

Bu yaklaşım yeni Birleşme Rehberinde 8. İlke olarak mevzuata da girmişti.

Tapestry-Capri birleşme işlemi ve (daha önce livenation ı koşullu devralan) ticketmaster soruşturması bu tarihsel perspektiften değerlendirme yaklaşımını destekliyor.

Bu örneklerden biri de mahkeme süreci geçen hafta başlayan zincir market devleri Kroger-Albertsons birleşme işlemi. Malumunuz bu işlem ABD'de gıda fiyat enflasyonu ile ilişkilendirilerek epey tartışılmıştı.

Aşağıdaki görsellerde her iki teşebbüsün son 30-40 yılda sektörde gerçekleştirdikleri devralmalar şematize edilmiş. Her ikisi de yerel ve ulusal marketleri pıtrak gibi toplayarak ilerlemişler ve şimdi tek bir şirket haline gelmek istiyorlar.

AB tarafını sorarsanız, onlar henüz antitrust analizlerinde tarihsel perspektifi dikkate almak konusunda bir duyarlılık ortaya koymadılar. Daha çok yeşil dönüşüm ve veri mahremiyeti (KVK) gibi konuları öncelemekteler.

Rekabet Kurumu'nun bu konuda bir tutumu olup olmadığı ise gerekçeli kararlardan ya da mevzuat değişikliklerinden takip edilecek.

Eylül 2024 Paylaşım-6

Anahtar Kelimeler: yapay zeka, rekabet, algoritmik fiyatlama, DOJ, konut hizmetleri, kiralama, Realpage

Anlaşılan o ki yapay zeka (AI) algoritmalarının kartel ve benzeri oluşumları örgütlemesi (şimdilik) insan çabasına bağlı.

Nitekim ABD rekabet otoritesi DOJ un ev kiralarındaki anormal artış ile ilgili RealPage hakkında geçen hafta yaptığı mahkeme başvurusu insan çabasının önemini ortaya koyuyor.

Dava dilekçesinde iki ayrı pazar tanımlanmış. Bunlardan birincisi "Geleneksel Çok Aileli Kiralık Daire Pazarı".

Bu pazarı öğrenci daireleri, düşük gelirli aileler için daireler (muhtemelen devlet destekli), yaş sınırlı olan daireler ve askeri personel dairelerinden ayırmışlar.

Yine geleneksel çok aileli kiralık daire pazarı ile müstakil kiralık daire pazarını farklı pazarlar olarak belirlemişler. Bunun nedeni yaşam tercihleri ile iki pazar arasındaki %18'lik kira farkı.

Lakin bu %18, anladığım kadarıyla, tüm ülkeye ilişkin fiyat endeksleri arasındaki fark. Dolayısıyla bölgesel bazda bu veri anlamsızlaşabilir.

Geleneksel çok aileli kiralık daire pazarını da yatak odası sayısı bazında ayırtmışlar. Yani, 3 yatak odalı daire pazarı ile 1 yatak odalı daire pazarını birbirilerinden ayırmışlar.

İlgili ürün pazarı analizinde büyük ölçüde RealPage'in iç araştırma ve raporlarını kullanmışlar!

İlgili coğrafi pazar (tahmin edileceği üzere) biraz karmaşık. Coğrafi pazarlar RealPage in belirlediği bölgeler ile sosyo-ekonomik bazlı coğrafi alanlar (CBSA) olarak tespit olunmuş.

İkinci ürün pazarı "Ticari Gelir Yönetimi Yazılım Pazarı", yani AI destekli algoritmik fiyatlama. RealPage, geleneksel çok aileli kiralık daire bakımından bu pazarda

(%80 piyasa payı ile) tekелci güce sahip. Bu ürün pazarı bakımından coğrafi pazar ABD olarak tanımlanmış

Dava dilekçesi bu iki pazarda RealPage in rekabet ihlallerini ortaya koyuyor. İlk pazarda Sherman madde 1 (özellikle insan çabası ve organizasyonu sayesinde hassas bilgilerin elde edilmesi ve AI tarafından işlenmesi), ikinci pazarda rakiplerini dışlayıcı davranışlarla Sherman madde 2 (tekelleşme) nin ihlali iddiası ele alınıyor.

Dışlayıcı davranışlarla tekelleşme iddiası bakımından dışlayıcılığın RealPage in ev sahipleri ile yaptığı anlaşmalarla elde ettiği hassas bilgilere erişememesinden kaynaklandığı ileri sürülüyor. (Bu bölüm 115 sayfalık rapor içinde sadece 5 sayfa tutuyor). Bu bölümde iddialar hukuki ve iktisadi olarak yeterince desteklenmemiş kanımca.

Not: DoJ un Ticketmaster dava dilekçesini çok beğenmiştim. RealPage Dava Dilekçesi için aynı şeyi söyleyemeyeceğim. Özellikle ilgili pazar kısmı ve Sherman 2 değerlendirmesi bakımından. Biraz aceleye getirilmiş gibi (henüz Temmuz Ayında FBI ile birlikte ofis baskınları gerçekleştirmişlerdi). Acelenin sebebini tahmin etmek zor değil:)

Eylül 2024 Paylaşım-5

Anahtar Kelimeler: ABD, rekabet, regülasyon, fahiş/aşırı fiyatlama, fiyat kontrolü

ABD başkan adayı Kamala Harris komünist mi?

Harris geçen hafta, Başkan seçildiği takdirde gıda sektöründe fahiş fiyatlamaya sınırlama getirecek bir federal kanun çıkaracağını duyurdu.

Liberal kanat ve neoklasik iktisat mezhebi temsilcileri, “fiyat kontrolü” olarak niteledikleri bu taahhüde ateş püskürdüler, Harris’i komünist ilan ettiler!

Harris, taahhüt ettiği düzenlemenin detaylarını açıklamadı. Lakin gözler daha önce Demokrat Senatör Elizabeth Warren’ın, “Price Gouging Prevention Act of 2024” teklifine çevrildi.

Warren’ın teklifi, belirli büyüklükte şirketlerin adil olmayan ve yanıltıcı fiyatlamalarını hedefliyordu. Teklifte ayrıca şirketlere olağanüstü dönemlerde

maliyet, fiyat ve kâr marjı gibi verilerini paylaşma sorumluluğu getiriliyordu. Takibinden sorumlu kurum ise rekabet otoritesi FTC olacaktı.

Fahiş ya da aşırı fiyatlandırma davranışı rekabet hukuku bağlamında tartışılmalı bir davranış. Bazı ekoller, aşırı fiyatlandırmanın sürdürülebilir olamayacağı, yeni girişlerle sorunun piyasa mekanizması içinde hallolacağı, dolayısıyla rekabet hukuku müdahalesine yer olmadığı yaklaşımını benimsiyor.

Buna karşı yüksek giriş engellerinin bulunduğu piyasalarda aşırı fiyatlandırma davranışına müdahale edilmesi gerektiğini ileri süren ekoller de mevcut.

Fahiş fiyatlandırma tartışmasında en temel sorun, hangi fiyatın fahiş ya da aşırı olduğunu tespit etmek şüphesiz. “Maliyet artı makul kâr” formülü görüldüğü kadar naif değil.

Hangi maliyet kalemleri (sabit/değişken)? Mevcut maliyetler mi, (enflasyona uyarlanmış) beklenen maliyetler mi? Makul kârın ölçüsü nedir (gösterge faiz oranı/ticari kredi faiz oranı)? Vergi ve diğer yükümlülükler sonrası makul kâr mı, yoksa markup mı? gibi bir dizi tartışmaya açık soruyu arkasından sürükleyen bir formül maliyet+makul kâr.

Öte yandan piyasa ekonomisinin bizlere okullarda anlatıldığı kadar berrak bir mekanizma olmadığı da açık. Öncelikle tüm teşebbüsler için hayati önem taşıyan “faiz”, para otoritesi tarafından belirleniyor. Yine şirketlerin önemli maliyet kalemlerinin bazıları (asgari ücret, enerji fiyatları vs.) dışsal olarak tespit olunuyor. Ve özellikle pandemi sonrasında, küresel yüksek enflasyon döneminde maliyetlerle açıklanamayacak fiyatlandırma davranışları birçok ülkede deneyimlendi.

Ezcümle konu enine boyuna tartışılmayı hakediyor.

Bununla birlikte Harris’in çıkışına tepki vermeden önce şu hususları dikkate almak gerekir:

-ABD’de 42 eyalette fahiş fiyata ilişkin düzenlemeler mevcut. Yani 42 eyalet zaten komünistti!

-Olağanüstü hallerde yüksek oranlı fiyat artışlarına (istisnai) müdahaleye fiyat kontrolü denemez. Lakin bu tür müdahaleler istisna olmaktan çıkıp süreklilik kazanabilir. Bu halde fiyat kontrolü olarak nitelendirilebilir elbette.

-Fiyatlandırma anomalilerinin gözlemlendiği sektörler az sayıda şirketin faaliyet gösterdiği piyasalar. Bunlara ilişkin olarak rekabet ve regülasyon otoritelerinin rekabet ihlali tespitleri ve yürüten soruşturmaları söz konusu.

Eylül 2024 Paylaşım-4

Anahtar Kelimeler: rekabet, AB, zarar teorisi, parasal olmayan tüketici zararı (non-monetary harm), Apple, müzik uygulama mağazası hizmetleri

Parasal olmayan tüketici zararı (non-monetary harm) meselesi özellikle AB’de yoğun tartışmalara gebe.

Malumunuz AB rekabet otoritesi, hâkim durumunu kötüye kullandığı tespitine binaen Apple’a 1,8 milyar EUR para cezası vermişti.

Kötüye kullanmanın gerekçesi, Apple ın, müzik uygulama mağazalarının iOS içinden nihai tüketicileri bilgilendirmesini engellemesiydi. Bu engelleme neticesinde iOS üzerinden hizmet alan tüketiciler daha yüksek abonelik bedeli ödüyorlardı. Zira müzik uygulama mağazaları abonelik bedellerine %30 Apple komisyonu eklemek zorunda kalıyordu.

1,8 milyar EUR idari para cezasının 40 milyon EUR tutarı standart hesaplamadan gelirken, kalanı (yani 1,76 milyar EUR) lump-sum ceza olarak (caydırıcılık amacıyla) saptanmıştı! Bunun gerekçesi, Apple’ın rekabete aykırı davranışının parasal olmayan tüketici zararına yol açmasıydı.

Bu vakada parasal olmayan zarar nedir?

İlke olarak parasal olmayan zararın, kaliteli hizmet sunumundan ya da yenilikçi ürünlerden yoksun kalmaktan kaynaklandığını varsaymak mümkün.

Peki, Apple davasında bunlardan hangisi söz konusu?

Son on yılda pek moda olan “Zarar Teorisi” ile ilgili kabaca şunu söyleyebiliriz. Zarar teorisi:

-mantıksal olarak tutarlı olmalı

- tarafların motivasyonunu ortaya koymalı

-(varsa) ampirik kanıtlarla tutarlı olmalı

-tüketici zararının (parasal olan ya da olmayan) nasıl gerçekleştiğini ortaya koymalı.

Apple’ın davranışı bakımından parasal zararı (ilave ücret/komisyon) yukarıdaki ilkelerle tutarlı bir şekilde açıkça ortaya koymak mümkün.

Diğer yandan parasal olmayan zarar konusu sorunlu. Zira Apple'ın engeli olmasaydı iOS içindeki uygulama mağazaları kendi web sitelerine vs. link vererek daha ucuza abonelik satabileceklerdi, bu açık.

Ancak bu linki verebilselerdi, iOS dışında hizmet kalitesi ve yenilikçi ürünlerden faydalanmak bakımından bir farklılık ortaya çıkacak mıydı? Kanımca aynı ya da benzer kalitede hizmet alacaklardı. (uygulama mağazaları iOS içindeki aplikasyon üzerinden daha kalitesiz hizmet sunmazlar diye varsayıyorum).

Komisyon duyurusu ve Vestager'in açıklamalarında tüketicilerin (uygulama mağazalarının iOS dışındaki erişilebilirliği konusundaki) bilgiden mahrum kaldığına işaret ediliyor.

Bu yoksunluk tek başına parasal olmayan zararın gerekçesini teşkil eder mi? Parasal olmayan zarar yukarıdaki dört ilke ile uyumlu biçimde ortaya konulabilir mi?

Apple kararının gerekçesi yayımlandığında bu sorulara yanıt bulabileceğiz. Diğer yandan Komisyon parasal olmayan zararı anılan ilkeler ekseninde net bir biçimde ortaya koyamazsa idari yargı Apple'a yönelik para cezasında ölçsüzlük (aşırılık) hükmüne varabilir.

Not: Rekabet Kurumu ceza yönetmeliğinde revizyona giderse şayet bu konuyu dikkate alır diye düşünüyorum.

Eylül 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: rekabet, birleşme/devralma, çalışan transferi (acquihiere), teknoloji şirketleri, startup, AB, ABD, İngiltere

“Fata viam invenient” (kader bir yolunu bulacaktır!)-Vergilius

Mart 2024'te Microsoft, yapay zêka (AI) startupı Inflection kurucusu ve ekibini transfer etti.

Haziran 2024'te Amazon, AI startupı Adept ekibinin çoğunu transfer etti.

Ağustos 2024'te Google, AI startupı CharacterAI nin kurucularını transfer etti.

Bu transferler esnasında söz konusu şirketlerin yatırımcıları mağdur olmasın diye lisans bedeli vs. adı altında ciddi ödemeler yapıldı.

Daha önce bahsetmiştim acquihire denilen bu yöntem şirket devralmalarına nazaran gayet kolay, rekabet hukuku engeline takılmadan hızla istediğinizi elde ediyorsunuz.

Rekabet otoriteleri bu davranış karşısında alarmda elbette! Yakınlarda ABD, AB ve İngiltere rekabet otoriteleri ortak deklarasyon ile (örtük bir biçimde) acquihire davranışını takibe aldıklarını duyurdular.

Esasen acquihire davranışı için makul gerekçe üretmek mümkün. AI startup ları ürün geliştirebilmek için yüksek miktarda finansmana ihtiyaç duyuyorlar. Bu tutarda finansmanı çok sayıda melek yatırımcıdan azar azar toplamak güç. Üstelik bu tür yatırımlar, yatırımın geri dönüşü bakımından ciddi riskler barındırıyor.

Hâlbuki kasaları nakit dolu olan büyük teknoloji şirketleri, yüksek tutarlı yatırım sağlayıp bu riskleri üstlenebilecek güce sahip. Üstelik acquihire sürecinde startup ların küçük yatırımcıları da para kazanıyor. Teknolojik gelişmenin önü açılmış oluyor böylece.

Pekiye rekabet otoritelerinin tepkisinin kaynağı nedir?

Basitçe, deja-vu yaşamak istemiyorlar.

Dijital devrim sürecinde satın almalar, işbirlikleri ve yeni iş modelleri neticesinde dijital piyasalarda tekolci/oligopolistik yapılar ortaya çıktı. AI devrimi sürecinde aynının yaşanmasını istemiyorlar.

Bir örnek vereyim. Almanya rekabet otoritesine göre Facebook, Almanya'da WhatsApp, Oculus, Masquerade ve Instagram dan elde ettiği kişisel verileri (izinsiz) kullanarak pazarı domine etti.

Bu sayede facebook öncesinde Almanya pazarında hâkim konumda bulunan sosyal medya mecraları StudiVZ ve SchülerVZ 2017 yılında, bir başka sosyal medya platformu olan Lokalisten 2016 yılında faaliyetine son vermek zorunda kaldı.

Büyük teknoloji şirketlerinin devralmalar yoluyla pıtrak gibi startup topladığı dönemde müdahaleden kaçınan rekabet otoriteleri (en azından Avrupa cephesinde) sonradan, önce rekabet mevzuatını eğip büktüler (tipik örnek Bundeskartellamtın facebook kararıdır) olmayınca ex-ante düzenlemeler ihtiva eden yeni yasalar çıkardılar (haksızlar demiyorum).

“İyi de rekabet ya da yarış denilen şey tam da bu değil mi”, sorusu mesnetsiz bir soru değil kanımca. Burada rekabet hukuku bakımından kritik unsur, acquihire sürecinde amacın/etkinin potansiyel rakipleri pazar dışına itme olup olmadığı.

Şunu ifade edeyim, mevcut rekabet yasalarının tasarımı dikkate alındığında acquihire davranışına meşru müdahale güç görünüyor. Gelişmeleri dikkatle izlemek gerek.

Eylül 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: rekabet, DoJ, Google, arama (search) hizmeti, teknoloji şirketleri, işbirliği anlaşmaları, münhasır anlaşma, yarı-rasyonel tüketici (semi-rational/biased preferences)

ABD rekabet otoritesi DoJ un Google zaferi üzerine kısa değerlendirme:

-Hâkim Amit Mehta, googleın tekel (monopoly) olduğuna, tekelci gücünü arama hizmeti ve text reklam ürün pazarlarında rekabet yasasını ihlal ederek sürdürdüğüne hükmetti.

-Tekelleşmenin ana unsuru Apple, LG, Samsung, Mozilla, Opera, Verizon gibi şirketlerle yapılan münhasır anlaşmalar. Bu anlaşmalar sayesinde google arama motoru, cihaz veya uygulamalarda önyüklü olarak tüketicilere sunuluyor. Yani market raflarının ön bölümlerini kapatıyor google. Böylece rakipler dışlanmış oluyor, Google da reklam fiyatlarını rakiplerinden bağımsız arttırabiliyor.

-"Malın iyiye tüketici seni rafların arka kısımlarında da bulur," tezine itibar etmemiş Hâkim. Önyüklülük ciddi bir konu, zira tüketiciler önyüklü (default) gelen hizmeti değiştirme eğilimi göstermiyor hükmüne varmış.

-Önyüklülüğün önemini delillerle ortaya koymuş Hakim Mehta (kanımca yeterliliği tartışılabilir). Google'ın davranışsal ekonomi araştırma ekibi 2021 yılında yaptığı bir kurum içi çalışmada tüketicilerin statükoya bağlı olduğunu (yarı-rasyonel) bulgulamışlar. Ayrıca tüketicilerin ancak %30'unun internete google önyüklülüğünden kaçınarak erişim sağlayabildiği tespit edilmiş.

-Google'ın önyüklülük ödemelerinden (milyarlarca Dolar) aslan payını Apple alıyor. Google'ın şirket içi çalışmasında Apple'a önyüklülük için ödeme yapılmadığı halde Apple cihazlarında arama pazarında %60-80 pazar

kaybedilebileceği tahmin edilmiş. Bu da 28-32 milyar Dolar gelir kaybına tekabül ediyor.

-Hâkim Mehta herhangi bir cezaya hükmetmedi. Tedbir (remedy) için hem DoJ, hem Google'a 4 Eylül'e kadar süre tanıdı. Bu süre zarfında her iki taraf da önerilerini hazırlayacak. Pek muhtemel Google'ın münhasır önyüklülük anlaşması yapması yasaklanacak. Yapısal ayrıştırma, bölünme gibi tedbirlerin alınacağına ihtimal vermiyorum.

-Şüphesiz google kararı temyize taşıyacaktır. Bu sırada tedbir sürecinin ertelenmesini de talep edebilir. Dolayısıyla tedbir(ler)e bağlı olarak pazarda köklü değişiklik beklentisi kısa sürede vücut bulmayacak.

-Bu esnada yapay zeka (AI) destekli arama motorları sektörde zaten yapısal değişikliğe yol açacak gibi görünüyor. Bu kararın yeni şekillenmede etkisi olacağını düşünüyorum. Zira tekel konumundaki Google AI geliştiricileri ile işbirliği yapmakta zorlanacaktır.

Eylül 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: rekabet, AB, Hâkim Durum Kılavuzu, AEC Testi, Politika Notu (Policy Brief)

Bazı kural koyucular düzenleme yapmaz, düzenleme dokur!

1 Ağustos'ta AB rekabet otoritesi "Hakim Durumun Dışlayıcı Davranışlarla Kötüye Kullanımı" rehber taslağını kamuoyunun görüşüne açtı.

Dışlayıcı davranışlar, hâlihazırda 2008 tarihli "Komisyon Uygulama Öncelikleri Rehberine" göre değerlendirilmekte.

Görüşe açılan rehber taslağında esas olarak dışlayıcı davranışlar risk durumuna göre kategorize ediliyor ve bunlar için gereken ispat standartları tanımlanıyor.

Davranış kategorileri; dışlayıcı etki yaratma kapasitesi bulunanlar; dışlayıcı etki yaratma potansiyeli yüksek olanlar ve doğası gereği dışlayıcı davranışlara yol açanlar olarak tanımlanmış.

Genel olarak 2008 Rehberinde yer verilen AEC (As-Efficient Competitor) Testi yaklaşımında değişiklik söz konusu diyebiliriz.

Malumunuz AEC yaklaşımında Komisyon hâkim durumda bulunan teşebbüs ölçüsünde maliyet etkinliği ile çalışan hipotetik bir rakibin dışlanıp dışlanmadığına odaklanıyor. Ölçek ve şebeke ekonomilerinin belirgin olduğu pazarlarda AEC Testine sıkı sıkıya bağlılık sorun yaratabilir elbette.

Lakin burada üzerinde durmak istediğim konu farklı; düzenlemenin teknik ayrıntılarından ziyade düzenlemenin yordamı.

Yeni rehberin amacı idari yargının dışlayıcı davranışlara ilişkin içtihadının yorumlanarak tüketiciler, iş âlemi ve üye ülkelerin rekabet otoriteleri için hukuki öngörülebilirliğin sağlanması olarak ortaya konuyor. 2008 Rehberinden bu yana dışlayıcı davranışlara ilişkin 34 adet AB Adalet Divanı kararı alınmış.

27 Mart-24 Nisan 2023 arasında Komisyon değişiklik girişimine yönelik geri bildirim elde etmek için “Call for Evidence” çağrısı ile süreci başlatıyor.

Call for Evidence çağrısı ile birlikte 27 Mart’ta değişiklik ihtiyacının gerekçelerini özetleyen bir “Communication” (ve Annex) yayımlıyor Komisyon.

Çağrıya yönelik geri bildirimde bulunanların (45 kişi/kurum) değerlendirmelerine Komisyon sayfasından erişim mümkün.

Bunlar arasında; Frontier Economics, Oxera, Nicolas Petit ve Compass Lexecon’un görüşlerine göz attım, bayağı sert eleştiriler dile getirilmiş.

Yine Mart Ayında Komisyon tarafından yayımlanan, “A Dynamic and Workable Effects-Based Approach to Article 102 TFEU” başlıklı “Bolicy Brief” ile rehberde değişiklik ihtiyacının teknik arka planı ayrıntılı biçimde ele alınıyor. İlişikte dikkatlere sunuyorum.

Ezcümle Komisyon düzenleme yapmıyor, ince ince dokuyor. Önümüzdeki dönemde yani taslağa ilişkin kamuoyu görüşlerinin alınması sürecinde muhtemelen yine sert eleştiri ve öneriler sunulacak, biz de bunların tümünü okuyabileceğiz.

Düzenleme dokunmaz istişare ve eleştiri mekanizmalarına gereği kadar başvurulmadan yapılırsa ne olur?

İlgili düzenlemede kısa sürede gedikler açılır, rahatsızlık uç verir. Sonuçta ya ciddi piyasa aksaklıkları ortaya çıkar, ya yatırım motivasyonu azalır ya da (mecburen) düzenlemede tadilata gidilir. Düzenlemelerde sık sık tadilata gitmek ise kural koyucunun güvenilirliğine gölge düşürür şüphesiz.

Ağustos 2024 Paylaşım-7

Anahtar Kelimeler: rekabet, regülasyon, kurumsal iletişim, uyum (compliance), AB, ABD, İngiltere, Nvidia, Huggingface

Başarılı Rekabet ve Regülasyon otoriteleri sadece kurumsal iletişimi kullanarak piyasaları yönlendirebilir.

Böylece soruşturma, ceza ve sair müdahalelere gerek kalmadan ya da bunlara daha az başvurarak şirketler uyum (compliance) süreçlerini şekillendirebilir, rekabet düzeni pekişir.

Buyurunuz bir örnek.

ABD rekabet otoritesi FTC 10 Temmuzda Teknoloji Blogunda açık kaynak yapay zeka modellerinin rekabetçi piyasa yapısına hizmet ettiği görüşünü ortaya koyan bir makale yayımladı (On Open-Weights Foundation Models).

23 Temmuzda FTC, İngiltere rekabet otoritesi CMA ve AB Rekabet Otoritesi yapay zeka, AI ekosistemlerinde rekabet konusunda bir ortak deklarasyon yayımladılar.

Bu deklarasyonda; girdi, örneğin çip üretiminde yoğunlaşma; dev teknoloji şirketleri ve startuplar arasındaki işbirlikleri vs. den kaynaklanan rekabet risklerine dikkat çektiler, bu konuda işbirliği yapacaklarını duyurdular.

29 Temmuzda en büyük AI çip üreticisi nvidia, yapay zeka şirketi huggingface ile işbirliğine giderek AI geliştiricilere yönelik olarak yaygın açık kaynak dil modellerini (Llama 3, mistral AI gibi) kullanmak için nvidia nim ve nvidia dgx cloud a erişim sağladığını duyurdu. Nvidia nın duyurusu ilişkide.

Hakem dediğin maçı böyle yönetir:)

Ağustos 2024 Paylaşım-6

Anahtar Kelimeler: rekabet, dijital piyasalar, yapay zeka, AB, ABD, İngiltere ortak deklarasyon, teknoloji şirketleri, işbirliği anlaşmaları, algoritmik fiyat tespiti

Eğri oturup doğru konuşalım.

Rekabet otoriteleri dijital devrim sürecini izlemek hatta onaylamakla yetindiler. Böylece tekelleşen/oligopolistik yapılar ve güçlü gatekeeper lar ortaya çıktı.

Lakin yapayzeka (AI) devriminde aynı hatayı yapmayacakları, proaktif müdahalelerle yapıyı mümkün mertebe rekabetçi kılmaya çalışacakları anlaşıyor.

Nitekim iki gün önce İngiltere (CMA), ABD (FTC ve DoJ) ve AB (EUComp) rekabet otoritelerinin başkanları, AI model ve ürünleri pazarlarında rekabet konusunda ortak bildirge yayımladılar. Bildirge ilişkide.

"Rekabet hukuku yaklaşımlarımız farklı olsa da sınır aşan tekelleşme ihtimaline karşı eşgüdüm halinde hareket edeceğiz," diyorlar mealen.

Bildirgede temel riskleri şöyle tanımlamışlar:

-Yapay zekanın kritik girdileri olan, spesifik çipler, data, spesifik teknik uzmanlıklarda yoğunlaşma. Burada başta Nvidia olmak üzere yüksek pazar payına sahip temel girdi sağlayıcılarına işaret ediliyor.

Malumunuz Fransa rekabet otoritesi Nvidia hakkında bir soruşturma yürütüyor. Bu, AB, İngiltere ve ABD'ye doğru yayılabilir.

-AI ile ilgili piyasalarda az sayıda şirketin gücünü pekiştirmesi ve yayılım sergilemesi. Gatekeeperlar bu gücünü kullanarak AI pazarlarında tekelleşebilir demek istiyorlar. Rekabet terminolojisi ile ifade edersek bir pazardaki gücünü başka pazar(lar)da tekelleşmek için dışlayıcı ve sömürücü davranışlarla kötüye kullanma eylemi.

-Ağırlıklı yatırımlar ve finansal destek üzerinden yürüyen işbirliği anlaşmaları. Metinde "arrangement" ve "other connections" ifadelerini kullanarak kritik çalışanların transferlerinin de bu kapsamda düşünülebileceğinin ima edildiğini sanıyorum. Akla google, microsoft ve amazon gibi devlerin OpenAI ve mistral gibi teknik kabiliyeti yüksek AI startup ları ile yaptığı işbirliği anlaşmaları ve yatırımları geliyor.

Temel risklerin yanı sıra "Diğer Riskler" başlığı altında ise alghoritmik collusion ve hassas bilgilerin paylaşımı riskine dikkat çekiliyor.

Bu sayılanların hemen tümüne yönelik inceleme ve soruşturmalar söz konusu bildirgenin altında imzası bulunan ülkelerde. Anlaşılan yürüyen inceleme süreçlerinde eşgüdüm halinde hareket edilecek.

Ağustos 2024 Paylaşım-5

Anahtar Kelimeler: AB, DMA, eşik bekçisi (gatekeeper), web tarama hizmeti, Opera, Microsoft

Faraza, bir pazarda yaklaşık %15 payınız var, pazar lideri ise %60 paya sahip, hal böyle iken (AB’de ya da ihtimal önümüzdeki dönemde ülkemizde) gatekeeper ya da önemli ölçüde pazar gücüne sahip teşebbüs sayılabilir misiniz?

Hemen hayır demeyin!

AB DMA (Dijital Pazarlar Yasası) kapsamında Apple, iMessage hizmeti bakımından; Microsoft ise Bing, Edge ve Microsoft Advertising bakımından yasada öngörülen ciro/kullanıcı sayısı eşiklerini aştıkları için gatekeeper idiler.

Buna karşılık söz konusu şirketler (yine DMA’da yer alan hükme/olanağa istinaden) Şubat 2024’te sayısal eşikleri aşmalarına rağmen son kullanıcılara erişimde veya ticari kullanıcıların faaliyetleri üzerinde önemli etkiye sahip olmadıkları yönünde rapor verdiler.

AB Komisyonu apple ve microsoftun bu yöndeki taleplerini kabul etti. Yani gatekeeper sorumluluğundan kurtuldular.

Lakin web tarayıcı hizmeti sunan Norveç merkezli opera, AB Komisyonunun bu kararını Microsoft edge bakımından yüksek mahkemeye taşıdı.

Opera’ya göre DMA uyarınca Android ve iOS cihazlarda web tarayıcılar ve arama motorları için tercih ekranları açılarak rekabet in tesisi yönünde önemli bir adım atıldı. Nitekim AB’de opera kullanımı Mart 2024 ortası itibarıyla iOS işletim sisteminde %164 artış kaydetmişti, opera tarafından yapılan basın açıklamasına göre.

Opera’ya göre aynı olanağın PC’lerde de sağlanabilmesi şart. Ancak edge, hala PC’lerde Microsoft Windows işletim sistemi tarafından ayrıcalıklı konumda tutuluyor. Bunu ortadan kaldırabilmek için DMA’daki ciro/kullanıcı sayısı eşiklerini aşan edge in de gatekeeper sayılması gerekir.

Aşağıdaki grafikten görüldüğü üzere desktop web tarayıcı pazarında edge in AB’deki payı %15 civarı buna karşılık Google chrome %60 paya sahip.

Edge, son derece hâkim durumda olan Windows işletim sistemi ile aynı şirkete, yani microsofta ait olmasa operanın itirazı cepheden reddedilebilirdi. Ancak durum öyle değil.

Sizce edge %15 pazar payı ile son kullanıcılara erişimde veya ticari kullanıcıların faaliyetleri üzerinde önemli etkiye sahip olabilir mi?

Şunu da ifade edelim benzer türden tartışmaları bir süre sonra ülkemizde yapmamız muhtemel.

Not: Doğal olarak operanın hedefinde, işletim sistemi bakımından gatekeeper olan Microsoft Windows bulunmalı. Ancak opera, edge i hedef almış. Yani edge üzerinden kendileri ve diğer tarayıcılara tercih ekranı sunulmasını talep ediyor olmalılar. Bunun nedenine kendi bloglarında yaptıkları duyuruda yer vermemişler. Muhtemelen mahkeme başvurusunda teknik ayrıntıları mevcuttur. Tahminimce edge i hedeflemelerinin nedenini AB Komisyonunun 2009 Microsoft kararında ve o tarihte uzlaşma sonucu Microsoft tarafından oluşturulan ve 2014 yılında son verilen tercih ekranının başarısızlığında aramak gerek.

Ağustos 2024 Paylaşım-4

Anahtar Kelimeler: AB, birleşme/devralma, fiyat dışı parametreler, politika duyurusu (Policy Brief), tüketici refahı standardı, tüketici zararı, uyum (compliance)

Birleşme ve devralma başvurularında (M&A) fiyatın dışında hangi değişkenleri dikkate almalıyız?

AB rekabet otoritesi Nisan 2024'te bu konu ile ilgili harikulade bir "Policy Brief" yayımladı: "Non-Price Competition: EU Merger Control Framework and Case Practice".

Önce çalışmada yer verilen bazı önemli tespitleri paylaşayım:

-“Tüketici refahı” standardı geniş yorumlanmalıdır. Sadece nihai tüketiciler değil, alt ve üst pazarlardaki teşebbüslerin refah kayıp/kazançları da dikkate alınmalıdır.

-Tüketici zararı değerlendirmesi (harm to consumer), rekabet sürecine zararı (harm to competitive process) da kapsamalıdır (tüketici refahı standardının genişletilmesi).

-Bir birleşme/devralma işlemi kısa vadede fiyatlarda azalmaya yol açsa da uzun vadede fiyat dışı faktörler rekabetçi yapıyı zedeleyerek tüketici zararına yol açabilir (yapısalcı yaklaşıma temayül).

Pekiye Komisyon'a göre hangi fiyat dışı parametreler dikkate alınmalı:

-inovasyon

-Kalite ve ürün farklılaştırılması

-Veri mahremiyeti (dataprotection/dataprivacy)

-(greendeal ile uyumlu biçimde) sürdürülebilirlik (sustainability)

-Arz güvenliği (reliability of supply)

Bu yaklaşım teşebbüsler için şu anlama geliyor; rekabeti önemli ölçüde azaltma ihtimali taşıyan bir devralma işlemine, sadece, örneğin (birleşmeden kaynaklanan) üretim ölçeği kazancının fiyatlara yansıtılacağını ortaya koyarak onay almak mümkün olmayacak.

İşlem sonucunda; yenilikçiliğin sınırlanmayacağı; kalitenin ve arz çeşitliliğinin azalmayacağı; veri mahremiyetinin riske atılmayacağı; çevresel negatif etki ortaya çıkmayacağı (ya da sınırlı kalacağı) ve arz güvenliği problemi yaratılmayacağının taraflarca ortaya konması beklenecek.

Çalışmada işgücü piyasalarına etki meselesi ana başlıklardan biri olmamakla birlikte 2 numaralı dipnotta ayrıca ele alınmış.

Bu konuda AB'nin, ABD'ye göre daha mütereddit olmasının nedeni AB'de işgücü piyasalarına ilişkin regülasyonların daha katı olması kanımca. Yine de yakın vadede ABD'de olduğu gibi M&A işlemlerinin kontrolünde işgücü piyasalarına etki parametresini dikkate alacaklarını düşünüyorum.

Son yıllarda ABD ve AB'de rekabet politikası yaklaşımında köklü değişiklikler gözölüyoruz. ABD tarafında küçük şirketlerin korunması ve işgücü piyasaları ön plana çıkarken AB'de yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirlik ile veri mahremiyeti konusu önceleniyor. İkisinin ortak noktası ise tüketici refahı standardının genişletilmesi.

Not: ABD’de politika yaklaşımının işaret fişegi policy statement ve blog yazıları iken AB’de policy brief bu işlevi görüyor. Kurumum, rekabet kurumunun da bu tür bir enstrümanı kullanarak kamuoyunu aydınlatması şirketlerin rekabet politikasına uyumunun (compliance) kolaylaştırılması bakımından yerinde olacaktır.

Ağustos 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: rekabet, regülasyon, kurumsal iletişim, Microsoft, OpenAI, AB, ABD, İngiltere

Düzenleyici otoriteler (rekabet ve regülasyon) için kurumsal iletişim çok etkili bir ex-ante araç.

Özellikle başarılı merkez bankaları bu aracı kullanarak piyasalara müdahale etmeden yön verebiliyorlar.

Aynı performansı rekabet otoriteleri ve sektörel düzenleyiciler de gösterebiliyor.

Son örnek teknoloji devleri ile yapay zeka, AI startupları arasındaki işbirliklerine yönelik rekabet otoritelerinin tutumu.

Malum microsoft, apple, amazon, meta, google gibi platformlar son dönemde yapay zeka startuplarına yoğun yatırımlar yapıyor, işbirliği anlaşmaları akdediyor. Zira bu şirketleri devralmalarına zamane rekabet otoritelerinin asla izin vermeyeceğini biliyorlar.

Bu tutum karşısında İngiltere rekabet otoritesi CMA ayrıntılı bir rapor yayımladı (bu mecrada paylaşmıştım). ABD rekabet otoritesi FTC söz konusu işbirlikleri hakkında inceleme başlattığını duyurdu. Ardından FTC teknoloji bloğunda açık kaynak kodlu yapay zeka modellerini öven bir blog yazısı yayımladı. AB rekabet otoritesi de konuyu mercek altına aldığını duyurdu. Vestager bu konuda basına sert demeçler verdi.

Sonuç, OpenAI de birer yönetim kurulu üyesi bulunduran microsoft ve apple, yönetim kurulu üyelerini geri çektiler.

En iyi hakem, minimum müdahale ile maçı kurallara uygun ve adil bir biçimde yönetmeyi başarabilen hakemdir malumunuz.

Not: rekabet kurumu FTC'nin teknoloji blogu ya da TCMB nin Merkezin Güncesi gibi araçlar vasıtasıyla kurumsal iletişim gücünü daha etkili bir biçimde kullanabilir kanımca.

Ağustos 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: ABD, FTC, işgücü piyasası, rekabet yasağı

ABD’de hâkimler var!

Malumunuz ABD rekabet otoritesi FTC, işgücü piyasalarında işverenlerin, iş sözleşmesinde çalışanlarına rakip teşebbüslerde istihdam yasağı getiren rekabet etmeme hükmünün yer almasını yasaklamıştı. Bu, rekabet hukuku tarihinde bir devrim olarak nitelenecektir kanımca.

Elbette bazı teşebbüs ve birlikleri FTC’nin bu kararını yargıya taşıdılar ve geçici tedbir talep ettiler.

3 Temmuz Çarşamba günü Teksas Bölge Mahkemesi Hâkimi Ada Brown (2019 yılında bir önceki ABD Başkanı tarafından atanmıştı) rekabet etmeme hükmünü yasaklayan FTC kararının yürütmesini kısmen (tüm ülkede değil başvuran teşebbüsler bakımından) durdurdu. Hâkim 30 Ağustos öncesi nihai kararını vereceğini duyurdu. Kararı ilâşikte sunuyorum.

Hakim Hanım’ın gerekçeleri şunlar:

-“FTC’nin, (söz konusu karar temel teşkil eden FTC Act Bölüm 6(g) kapsamında) tüm ülkede rekabet yasağı hükmünü yasaklama yetkisi bulunmamaktadır.”

-“FTC’nin kararı keyfidir zira; gerekçesi netleştirilmeden coğrafi olarak çok geniş tutulmuştur; coğrafi ve diğer farklılıklar gözetilmeden genel ve süresiz bir yasaklamaya hükmedilmiştir; daha spesifik, olay/bölge bazlı ve fayda/zarar analizine dayanan sınırlama alternatifleri düşünülmemiştir. Nitekim başka hiçbir eyalette böyle bir yasaklama hükmü söz konusu değildir.”

FTC’nin yetki meselesine ilişkin mahkeme hükmünü yorumlamak haddimi aşar. Lakin şu hususu ifade etmek gerekir ki, FTC’nin yasaklamaya ilişkin nihai kararında, yetki meselesi tam 30 sayfa boyunca tartışılmış, bu konudaki kamuoyu görüşleri de değerlendirilmiş ve yetkinin hukuki dayanakları ortaya konmuş.

Diğer yandan mahkeme kararında dile getirilenin aksine, ABD’de Kaliforniya, Minnesota, Oklahoma ve Kuzey Dakota eyaletlerinde rekabet etmeme hükmünü yasaklayan yasalar yürürlükte halihazırda.

Bunun dışında 10 kadar eyalette rekabet yasağı hükmüne sınırlama getiren yasalar mevcut (Kaynak Reuters). Dolayısıyla mahkeme kararında eksiklik ya da maddi hata göze çarpıyor.

FTC bu düzenlemeye 5 yıllık bir süreç içinde hazırlandı. Çok sayıda arama konferansı, kamuoyu yoklaması ve sair ön hazırlıklar gerçekleştirdi. Toplamda 26.000 kişiden görüş ve yorum topladı. Bu hazırlıklara istinaden kapsamlı bir rapor yayımladı.

FTC’nin nihai yasaklama kararı 570 sayfa ve 1296 adet dipnot mevcut. Bu kararda çok ayrıntılı analizler dikkat çekiyor. Örneğin eyalet bazında çalışan sayısı, rekabet yasağı hükmünün yasaklanması halinde eyalet bazında ortalama çalışan ücretinin kaç Dolar yükseleceği, patent sayılarının ne kadar artacağı bilimsel yöntemlerle tahmin edilmiş.

Ayrıca raporda uzun uzun rekabet etmeme hükmünün, genel olarak, istihdam, inovasyon ve rekabet düzeni üzerindeki olumsuz etkileri (kamuoyu görüşleri ile desteklenerek) tek tek ortaya konmuş.

Bir diğer deyişle, genel yasaklamanın iktisadi ve hukuki gerekçesini ilmek ilmek dokumuşlar. Bu durumda mahkemenin aradığı daha az müdahaleci yasak alternatiflerini tartışmanın anlamı var mı bilemiyorum.

Ağustos 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: rekabet, regülasyon, fiyat farklılaştırması, kişisel fiyatlandırma, tüketici refahı, kişisel verilerin korunması

Satın aldığınız mal ve hizmetlerin size özel fiyatlandırmasını ister miydiniz?

Peki devlet (rekabet ve regülasyon otoriteleri) ister mi?

Kişiselleştirmiş fiyatlandırma (personalized pricing), bireysel tüketici (ya da görece homojen bir grup tüketici) bazında fiyat tespiti demek. Özellikle son yirmi yılda büyük veri (bigdata) işleme ve yapay zeka (AI) sayesinde kişisel fiyatlandırma mümkün hale geldi.

Akıllı makinalar, geçmiş verilerinizi analiz ederek, bir mal/hizmet için ödemeye hazır olduğunuz fiyatı anlık olarak tahmin ediyor ve bu fiyattan teklifte bulunuyor. Böylece fiyat tüm tüketiciler için farklılaşmış oluyor.

Eylül 2017’de, NBER’de bir makale yayımlandı. Başlığı; “Personalized Pricing and Consumer Welfare”. Yazarlar J.P. Dube ve S. Misra.

Dube ve Misra, bu tip fiyatlamanın tüketici üzerindeki etkilerini ölçen sayısal bir çalışma yapmışlar (benzer başka çalışmalar da mevcut elbette). Sonuçlar bir hayli ilginç ve devlet için kafa karıştırıcı. Şöyle ki:

- Kişiselleştirilmiş fiyatlama şirket kârını anlamlı oranda arttırıyor.
- Toplam tüketici refahında azalma meydana geliyor.
- Toplam tüketici refahı azalıyor ama tüketicilerin %60’ının bireysel refahı artıyor. Bu demektir ki %40’ının refah kaybı daha yüksek gerçekleşmiş, böylece toplam refah azalmış.
- Bakınız bu çok ilginç, veri mahremiyetini koruyan (KVKK veya GDPR) gibi regülasyonlar toplam tüketici refahındaki kaybı arttırıyor!

Bu sonuçlara göre devlet nasıl bir düzenleyici tutum almalı?

- Kişiselleştirilmiş fiyatlama (rekabet hukuku bağlamında) yasaklanmalı mı, izin mi verilmeli?
- İzin verilmesi halinde veri mahremiyeti kuralları sıkılaştırılmalı mı, gevşetilmeli mi?
- Bu davranışa yönelik kural koyarken son elli yılın hâkim standardı tüketici refahı esas alınabilir mi? Başka ölçülere gerek var mı?
- Tüketiciler bakımından hangisi daha adil görülür; standart fiyatlama mı, kişiselleştirilmiş fiyatlama mı?

Not: Bu konu tez/makale için gayet cazip görünüyor. İlgililerin dikkatine...

Temmuz 2024 Paylaşım-5

Anahtar Kelimeler: AB, dijital devrim, yapay zeka, rekabet, yoğunlaşma yatırım, inovasyon, verimlilik, gelir dağılımı

Dijital ve yapay zeka devrimlerinin gerçekleştiği son 25 yılda rekabet, yatırım, yenilikçilik, üretkenlik ve gelir dağılımı arasındaki ilişki ne yönde evrilmiştir?

Geçen hafta AB Rekabet Otoritesi (DG4Comp), bana göre bu konuya ilişkin son derece çarpıcı tespitler içeren bir rapor yayımladı; “Protecting Competition in a Changing World”.

AB Komisyonuna göre son 20-25 yılda ortaya çıkan yapısal değişikliklerin AB rekabet görünümü üzerindeki olumsuz etkileri özetle şunlar:

-Rekabet, hem yoğunlaşmanın yüksek olduğu (az sayıda teşebbüsün faaliyet gösterdiği) sektörler, hem de piyasalara giriş yapan teşebbüs sayıları dikkate alındığında zayıflamaktadır.

-Çok sayıda sektörde başat teşebbüslerin markup ve kârları anlamlı ölçüde artış kaydetmiştir.

-Artan kârlar tüketiciye yansıtılmamıştır. Bu da piyasa gücünün artmakta, rekabetin kısıtlanmakta olduğuna işaret etmektedir.

-(Schumpeter’e atıfla) şirket karlılıklarındaki artışların her daim kötü bir gelişme olarak nitelenmemesi gereği (zira bu gelişme inovasyon, yatırım ve risk almanın ödülü olabilir) bilinmekle birlikte karlılığın yüksek oranlı artış kaydettiği (markalı tüketici ürünleri, petrol/gaz üretimi, perakende ticaret gibi) bazı sektörlerde anlamlı bir inovasyon görülmemektedir. Bu durum endişe verici olarak değerlendirilmektedir.

-Karlılık artışı, yatırıma dönüşmemiştir. Bu da karlı teşebbüslerin rekabet baskısı görmediklerini ima etmektedir.

-İnovasyon ve yatırımların yetersiz olmasının yanı sıra üretkenlik (productivity) de yeterli gelişim kaydetmemiştir. Bu durum, ticari dinamizm eksikliğinden, yoğunlaşma artışlarından ve karlılık rakamları arasındaki dengesiz farklılıklardan kaynaklanmaktadır.

-Emek ya da işgücü nün milli gelirden aldığı payın azalması, yine yoğunlaşma ve karlılıklardaki artış ile ilişkilidir.

Esasen rapordaki ifadeler ironik sayılabilir, zira “bütün bunlar olurken sen ne yapıyordun” sorusu ile karşılaşması muhtemel AB Rekabet Otoritesinin. Buna rağmen, sorunları bu açıklıkta dile getirmelerini, siyasi otoriteye kuvvetli bir vurguyla; “rekabet hukuku enstrümanlarını güçlendirin” mesajı taşıdığını sanıyorum.

Önümüzdeki dönemde AB tarafında gerek mal ve hizmet piyasaları, gerekse işgücü piyasalarına yönelik rekabet hukuku düzenlemelerinde ya da uygulama yaklaşımında köklü değişiklikler görmemiz muhtemel.

Temmuz 2024 Paylaşım-4

Anahtar Kelimeler: AB, DMA, platform ekonomisi, geçit bekçisi (gatekeeper), önemli ölçüde pazar gücü, hâkim durum

Platform ekonomisi bakımından geçit bekçisi (gatekeeper) ya da önemli ölçüde pazar gücüne sahip teşebbüs tanımına ve bunların düzenlenmesine niçin ihtiyaç duyuldu?

Çünkü özgün ekonomik nitelikleri ve iş modelleri nedeniyle hâkim durumda olmamasına rağmen ticaret üzerinde anlamlı etkiye sahip birden çok platform aynı anda faaliyet gösterebiliyor. Ayrıca bunların sunduğu hizmete rekabet hukuku bağlamında zorunlu unsur denemiyor.

Çok kullanılan lakin pek anlaşıl(a)mayan hakim durum kavramını çok basitçe şöyle verebiliriz;

Bir teşebbüs, rakiplerinin reaksiyonunu dikkate almadan üretim miktarını azaltıp, fiyatını arttırmasına karşın kârını arttırma gücüne sahipse (ki o güç katı talep esnekliğinden gelir ve talep esnekliği pekala sair yöntemlerle katılaştırılabilir), o teşebbüs hakim durumdadır.

Bir pazarda sadece bir teşebbüs hakim durumda bulunabilir.

Platform ekonomilerinde ise yukarıdaki tanım çerçevesinde hakim durumda bulunmayan ancak ticaret üzerinde önemli etkiye sahip az sayıda teşebbüs söz konusu ve bunlar rekabetçi piyasa düzenini ortadan kaldırma potansiyeli taşıyorlar.

Rekabetçi piyasa düzeninin ortadan kalkması; yeni aktörlerin pazara girememesi ya da girmiş olanların dışlanması, ayrıca tüketicilere ulaşmak için söz konusu kapılara ihtiyaç duyan (önemli kısmı KOBİ ya da startup niteliği taşıyan) ticari işletmelerin sömürülmesinin kolaylaşması demek.

Temel amaç contestability ve fairness diyor AB Dijital Pazarlar Yasası nitekim. Gerçi bu kavramlara tatmin edici açıklama getirmiyor ama idare edeceğiz artık!

Pekiye nasıl belirleniyor/belirlenmeli bu kapı bekçileri ya da mühim platformlar?

Malumunuz DMA bunun için 3 niteliksel ve 3 niceliksel eşik tanımlıyor.

Niteliksel eşikler için ölçü teşkil eden niceliksel eşikler şunlar:

-ciro ya da varsa piyasa değeri

-aylık aktif nihai kullanıcı sayısı ve ticari işletme kullanıcı sayısı

-kullanıcı sayısı eşiklerinin son üç yılın her birinde aşılmış olması

Bunlar hem eticaret platformları; hem web tarayıcıları; hem bulut bilişim hizmet sağlayıcıları; hem arama motorları hem de sosyal platform hizmetlerinin tümü (10 temel platform hizmetinin tamamı) için geçerli standart eşikler!

İşte bu büyük bir sorun kanımca. AB Komisyonunun DMA uygulamalarında bu standartlaştırmadan dolayı sorun yaşayacağını düşünüyor(d)um. Ve yaşıyorlar zaten.

Dolayısıyla etkin bir düzenleme için nicel değişkenler bakımından temel yaklaşım şöyle olmalı kanaatimce:

-Ekonominin dinamizmi dikkate alınarak nitel ve nicel eşikler temel yasada değil ikincil mevzuatta düzenlenmeli. Böylece gerektiğinde daha kolay revize edilebilir.

-Her bir temel platform hizmeti için ülkenin/bölgenin mikroekonomik/makroekonomik parametreleri dikkate alınarak farklı eşikler tanımlanmalı

-Söz konusu eşikler, ciro ve kullanıcı sayısı ile sınırlandırılmamalı, temel platform hizmeti bazında daha fazla değişken dikkate alınmalı (bunlar neler olabilir bir başka paylaşımda dile getirmeyi planlıyorum).

Temmuz 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: rekabet, AB, ABD, Rekabet Kurumu, Apple, mobil telefon, uygulama mağazası hizmeti, ödeme sistemi

Apple hakkında AB, ABD ve Rekabet Kurumu tarafından yapılan soruşturmaların mukayesesi.

ABD'de DoJ un iddiası premium mobil telefon pazarında tekelleşme. Apple store daki engelleyici uygulamalar tekelleşme doğrultusundaki edimlerden biri olarak kabul ediliyor.

AB ve Türkiye'de iddia Apple'ın Appstore'da uygulama geliştiricilerin faaliyetlerini zorlaştırması. Bu farklılık doğal zira ABD'de Apple'ın mobil telefon pazarındaki payı %60-70 lerde. Türkiye ve AB'de daha düşük. Bu da mobil telefon pazarında Apple'ın hâkim durumda bulunduğu iddiasını güçleştiriyor.

AB soruşturmasının başında dışlayıcı davranışlara ilişkin iki iddia söz konusu idi, sözleşmelerde; anti-steering (iOS kullanıcılarının alternatif müzik abonelik hizmetleri konusunda bilgilendirmesini engellemek) ve IAP obligation (Apple'ın aplikasyon geliştiricilerine kendi ödeme sistemini dayatması). AB Komisyonu Apple'a gönderdiği ikinci SoO'da (statement of objection) IAP iddiasından vazgeçti.

Rekabet Kurumu hem IAP obligation hem de anti-steering iddiası ile soruşturma başlattı. Lakin sadece müzik hizmetleri değil tüm uygulama mağazalarının kapsamda olduğu anlaşılıyor.

Tahminimce, Rekabet Kurumu soruşturma heyeti AB Komisyonuna IAP iddiasından niçin vazgeçtiğini sormuştur ya da soracaktır.

AB'de apple ın rekabete aykırı davranışının kullanıcı deneyimini aşındırarak parasal olmayan (non-monetary) zarar yarattığına ilişkin tespitte bulunuldu ve bu tespit yüksek tutarlı lump-sum para cezasının da gerekçesini teşkil etti. Böylece toplam idari para cezası rekor düzeyde gerçekleşti ve 1,8 milyar Avro oldu.

AB'nin bu hükmünün hukuki dayanağı, 2006 tarihli Para Cezalarına İlişkin Rehberin "Specific Increase for Deterrence" başlıklı 30. maddesi hükmü. Bizim mevzuatta bu tür bir hüküm mevcut değil.

Temmuz 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: ABD, rekabet, nondomination, yapısalci ekol, neoklasik ekol, tüketici zararı, Sylvania (Continantel) Kararı

Rekabet hukuku evreninde bir hayalet dolaşıyor, nondomination hayaleti!

Nedir bu nondomination?

Kavram kabaca ticari ilişkilerde keyfi müdahalelerden bağımsız kılınmak anlamına geliyor.

ABD’de 2. Dünya savaşı sonrasında 1970’lere kadar bu kavram ile uyumlu (yapısalcı) bir antitrust yaklaşımı baskın idi. 1970’lerde bir dizi etmen nedeniyle tüketici refahı yaklaşımı temel alınmaya başlandı.

Ana etmenler malum, Neoklasik iktisat yaklaşımının güçlenmesi, neoklasik iktisadi esas alan Chicago Okulu mensubu (Bork, Posner gibi) hukukçuların antitrust yaklaşımının mahkemeler tarafından itibar görmesi, ABD başkanları Nixon ve Ford tarafından atanan hakimlerin dünya görüşleri ve sair.

ABD’de tüketici refahı standardının galebe çalması sürecini başlatan karar, meşhur Sylvania (Continental) kararı. Bu karar ile birlikte, tüketici refahı gerekçe gösterilerek şirketlerin ağırlıklı dikey ilişki içinde bulunduğu dağıtıcıları, çalışanları vs. üzerinde daha fazla tasarrufta bulunmasının önü açıldı. Bu da nondomination standardından uzaklaşılması demek.

Basit bir örnekle iki standardın arasındaki farkı şöyle izah edebiliriz; tüketici refahı esas alındığında teşebbüslerin, yeniden satıcılarının satış fiyatını tavsiye etmesi ya da maksimum fiyat belirlemesi mümkün görünürken, nondomination standardına göre bu mümkün değildir. Örnekleri çoğaltmak mümkün.

Bakınız burada temel yasalarda herhangi bir değişiklik söz konusu değil. Uygulama yaklaşımında (ya da felsefesinde) farklılaşma söz konusu. Şüphesiz nondomination standardının esas alınması, ticari aktörlerin bağımsızlığının korunmasını sağlamak üzere rekabet otoritelerinin ticari ilişkilere daha fazla müdahalede bulunması anlamına gelecek.

ABD’de Biden Başkan seçildikten sonra 9 Temmuz 2021’de bir icra emri yayımladı (Executive Order on Promoting Competition in the American Economy). Bazı akademisyen ve rekabet profesyonelleri bu emrin, nondomination standardına dönüş için kapı araladığını ileri sürüyor.

Diğer yandan Sandeep Vaheesan (Open Market Institute Direktörü) gibi bazı isimler, FTC nin işgücü piyasalarında işveren ve çalışan arasındaki sözleşmelerde rekabet etmeme yükümlülüğünü yasaklamasını nondomination standardına dönüş adımı olarak yorumluyor.

Bu yaklaşım çok ses getirdi ve kürenin kalanında etkili oldu. Nitekim OECD yakın tarihte rekabet etmeme yükümlülüğünün etkilerini ölçmek üzere bir dizi OECD üyesi ülkeyi kapsayan geniş kapsamlı bir saha çalışması başlattı.

2024 Anti Monopoly Summit’de DoJ başsavcı vekili Kanter ve FTC başkanı Khan standart değişikliğini ima eden konuşmalar yaptılar. AMS 2024 kapsamındaki oturumlardan birinde Prof. Josh Kleinfeld doğrudan nondomination kavramına atıfta bulunarak bir dizi öneri sundu.

Nondomination yaklaşımının benimsenmesi halinde rekabet hukuku uygulamasında köklü değişikliklerin ortaya çıkması muhtemel. Nitekim FTC ve DoJ’un (mahkemeler tarafından genellikle onanan) son kararlarında bu değişikliğin izdüşümünü görmek mümkün.

Temmuz 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: ABD, rekabet, kartel/uyumlu eylem, enflasyon, greedflation, konut, sağlık, enerji

Kartellerin ya da uyumlu eylemlerin (collusion) enflasyon üzerindeki etkisi nedir?

Bu mecrada ABD’de ev kiralarındaki anormal artış ile ilgili realpage hakkında ABD rekabet otoritesi FTC tarafından alghoritmik collusion iddiası ile soruşturma başlatıldığını ifade etmiştim. Realpage ev sahiplerine algoritmik fiyatlama konusunda hizmet sunan bir şirket.

Geçen hafta FBI Atlanta’da (kiraların en yüksek artış gösterdiği bölge) bu konudaki kriminal soruşturma kapsamında Cortland Management şirketine baskın gerçekleştirdi.

Aşağıdaki grafik (Lee Hapner’dan ödünç), Atlanta’da kira bedelleri ile ilan sayıları arasındaki ilişkiyi gösteriyor. Bölgede ev sahiplerinin realpage gibi algoritmalar kullanmaya başladığı 2016 sonrasında ilan sayısı artmasına karşın kiralar artmaya devam ediyor (tersi beklenir, tıpkı 2016 öncesinde olduğu gibi).

Atlanta’da mevcut durumda ailelere kiralanan apartmanların %81’i bu tür algoritmalar ile fiyatları belirliyor.

Geçenlerde yine bu mecrada FTC'nin, Pioneer tarafından yönetilen petrol karteli ile ilgili inceleme başlattığını; şirket CEO'sunun, Pioneer ı satın alan Exxon da görev almasını yasakladığını dile getirmiştım.

Daha öncesinde FTC'nin sağlık sektörüne müdahalesi sonucunda astım hastaları için taşınabilir solunum cihazı fiyatlarının 200-600 Dolarlardan, 30-40 Dolarlar seviyesine gerilediğine dikkat çekmiştim. FTC'nin sağlık değer zincirinin geneline ilişkin kapsamlı soruşturması devam ediyor.

Örnekleri arttırmak mümkün.

Ezcümle kira, enerji, sağlık hizmetleri ABD'de enflasyon üzerinde en çok etkisi olan sektörler. Dolayısıyla enflasyonist süreç psikolojisi hâkim olduğunda kartellerin, iletişimli uyumlu eylemlerin ya da iletişimsiz uyumlu eylemlerin (tacit collusion) yaygınlaştığını dolayısıyla kartel/uyumlu eylemlerden kaçınma eğiliminin zayıfladığını, teknolojinin bu tür eylemleri kolaylaştıracak olanaklar sunduğunu savlamak mümkün kanımca.

Bu durumu ifade etmek üzere greedflation kavramı kullanılıyor ve bir hayli popüler bir kavram:)

Haziran 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: ABD, DoJ, birleşme/devralma, eğlence hizmetleri, Ticketmaster, Livenation, bağlama (tying), münhasır anlaşma, yapısal tedbir, bölünme

Minareden at beni, in aşağı tut beni! (Türkülerimize konu olmuş, felsefi derinliği sarsıcı bir Anadolu mânisi)

2010 yılında ABD Adalet Bakanlığı rekabet birimi DoJ, canlı konser bilet satış pazarında yüksek paya sahip ticketmaster ın yine ülkenin en büyük konser organizatörü olan Livenation tarafından devralınmasına koşullu izin verdi.

Koşul, ticketmaster ın rakiplerine bilet yazılımını lisanslaması ve biletleme varlıklarını elden çıkarmasıydı. Bu sayede AEG ve Comcast gibi rakiplerle kıran kırana rekabet olacak, tüketiciler fayda sağlayacaktı DoJ'a göre.

O tarihte işleme izin verilmesine karşı sert eleştiriler dile getirildi. Pazarın tekelleşeceği iddia edildi. Ne gâm!

Aradan 14 yıl geçti. Geçen hafta DoJ ve 30 eyalet savcısı Livenation/ticketmaster hakkında antitrust davası açtı ve canlı konser ve etkinlik pazarında tekelleşen Livenation'un bölünmesini talep etti!

Bu şu demek, ya 2010 yılında DoJ tarafından ileri sürülen koşullar yeterli değildi ya da süreç iyi takip edilemedi.

DoJ'un dava dilekçesinde ortaya koyduğu temel iddia, şirketin bağlama (tying), münhasır anlaşmalar, tehdit ve misilleme davranışlarıyla çok sayıda hizmet pazarında (biletleme, konser ve sanatçı promosyonları, mekân organizasyonları) rekabet yasalarına aykırı şekilde tekelleştiği yönünde.

Dava dilekçesinde Livenation/ticketmaster ın son 10 yılda seri olarak büyüklü küçüklü çok sayıda rakibini satın aldığı ifade edilmiş, ayrıca Livenation'ın şirket içi yazışmalarında küçük ölçekli bölgesel rakiplerin en büyük tehdit olarak nitelendirildiği vurgulanıyor (dava dilekçesi sayfa 115 ve devamı).

ABD'de benzer organizasyonlar için bilet fiyatlarının, İngiltere'ye nazaran %20 ("yüzde yirmi elimizin kiri" demeyin, ABD için büyük bir oran) daha fazla olduğu ileri sürülüyor konu ile ilgili bir çalışmada. Olan, 14 yıllık süre içinde konser izleyicileri, rakipler ve müzisyenlere oldu:)

Not: DoJ dava dilekçesinin sistematığı ve dilini çok beğendim. Rekabet profesyonelleri için ders niteliğinde bir metin kanımca.

Not 2: Bu davada da mahşerin neo-brandeis (şahsen yapısalcı demeyi tercih ediyorum) üçlüsünden başsavcı vekili Jonathan Kanter (diğer ikisi Lina Khan ve Tim Wu) başrolde. Davaya atanan yargıç Arun Subraminan ise Antitrust Institute ödüllü, sıkı bir rekabet hukukçusu olarak biliniyor. Ezcümle Livenation'u zorlu bir yargılama süreci bekliyor.

Haziran 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: rekabet, FTC, birleşme/devralma, enerji, kartel, OPEC, Exxon, Pioneer

Bir rekabet otoritesi düşünün, bir enerji devinin bir başka enerji şirketini satın almasına izin veriyor ancak bir şartla, devralınan şirketin CEO'su devralan şirkette, danışmanlık dahil hiçbir görev alamayacak!

ABD rekabet otoritesi FTC , Exxon un, Pioneer'ı devralmasına bu koşulla izin verdi. Pioneer'ın CEO'su Scott D. Sheffield, işlem sonrasında Exxon'da görev alamayacak.

FTC kararının dayanağı nedir? Ne yapmış bu Sheffield?

ABD'li petrol üreticileriyle, küresel petrol karteli OPEC ile ve dünyanın diğer önemli petrol üreticileriyle (OPEC+) anlaşarak üretim kısıtlaması hedefleyen geniş bir hashtag#kartel in temellerini atmış! Bununla ilgili çok sayıda mail, whatsapp mesajı, yazışma ve benzeri delil elde etmiş FTC.

FTC'nin mahkeme başvurusundan anladığımız kadarıyla Sheffield bu tavrında bir sorun görmediği gibi üreticilere de kartelden ayrışmamaları için tehditte bulunmuş.

Şu ifadeler FTC'nin mahkeme başvurusundan: "Mr. Sheffield has not been shy about those goals, and has instead publicly told competitors that they should be "disciplined" about capacity growth and "stay[] in line." He further threatened: "All the shareholders that I've talked to said that if anybody goes back to growth, they will punish those companies."

Bazı hesaplamalara (Matt Stoller) göre bu kartelin ABD tüketicilerine yıllık maliyeti 200 milyar Dolar. Tüketici başına (dolaylı maliyetlere bağlı olarak) yıllık 500-1000 Dolar!

FTC'nin kararına karşı Pioneer'ın yaptığı resmi açıklamada, FTC'nin ABD ve dünya petrol piyasasının dinamiklerini anlamadığı, Covid-19 salgını ile tetiklenen ve 2020 yılında OPEC ve Rusya'nın yıkıcı fiyat politikaları sonucunda 37 dolar seviyelerine gerileyen petrol fiyatlarının ABD enerji arzı ve güvenliğini tehdit ettiği, Sheffield'ın, sektörün duayeni olarak bu tehlikeyi bertaraf etmeye yönelik tutum sergilediği ifade ediliyor.

Kriz karteli demeye getirmişler sanırım:)

Mayıs 2024 Paylaşım-6

Anahtar Kelimeler: rekabet, birleşme/devralma, hazır giyim, moda, Tapestry-Capri, Birleşme Rehberi, Zincir devralmalar, işgücü piyasası

Bu paylaşım rekabet ve regülasyon profesyonellerinin yanı sıra modayı yakından takip edenlerin de ilgisini çekecektir.

Dünyada rekabet otoritelerinin uygulama yaklaşımları değişiyor. Yeni yaklaşımlarını rehberler ve duyurular ile ilan ediyorlar. ABD "Birleşme Rehberi" ya da AB "İlgili Ürün Pazarı Duyurusu" bu tip metinler.

Yeni yaklaşımların fiiliyata geçirilmesi konusundaki taze örnek ABD'den. FTC, moda devi Tapestry'nin (Coach, Kate Spade and Stuart Weitzman'ın sahibi) 8,5 milyar Dolar bedelle bir diğer moda devi Capri'yi (Michael Kors, Jimmy Choo and Versace'in sahibi) satın alma işlemini durdurmak üzere dava açtı.

Hanımefendiler daha iyi bilecek, işlem özellikle lüks el çantaları pazarı (ABD'de yaklaşık 32 milyar Dolarlık bir pazar) bakımından önemli sonuçlar yaratacak gibi görünüyor.

FTC bu işlemde Birleşme Rehberi (2023) ile duyurduğu iki yeni ilkeyi dikkate almış.

Birincisi "10. İlke" (Rehber Guideline 10), yani işlemin işgücü piyasasında rekabete etkisi. İşlem taraflarının çalışan sayısı 33.000 ve işlem sonrasında çalışan ücret ve haklarının baskılanacağı öngörülüyor. Bu ilke ilk Kroger-Albertson devralma işleminde uygulanmıştı.

Diğeri ise "8. İlke" (Rehber Guideline 8), yani işlem bir dizi seri devralma işlemi zincirinin parçası ise FTC tüm seriyi mercek altına alıyor.

Tapestry bu işlem öncesinde 2015 yılında Stuart Weitzman, 2017 yılında Kate Spade'i satın almıştı. Dolayısıyla FTC tüm seriyi dikkate alarak rekabet değerlendirmesi yaptı.

İşlem tarafları, FTC'nin bu kararı 5-0 almasına rağmen, devralmanın gerçekleştirilmesinde kararlı olduklarını, yargı aşamasında gerekli savunmayı yapacaklarını ilan ettiler.

Mayıs 2024 Paylaşım-5

Anahtar Kelimeler: rekabet, algoritmik fiyatlandırma, FTC, RealPage, konut hizmetleri, ev kiralama, AI fiyatlandırması

Kira artışlarının sorumlusu algoritmalar mı?

ABD’de son yıllarda konut kiralardaki reel (enflasyonun üzerinde) artışlar dikkat çekiyor. O kadar ki ABD’de bir housing krizi yaşandığını dile getirenler var.

Bu artışta gözler fiyatları belirleyen algoritmalara çevrilmiş durumda. Olağan şüpheli ise RealPage

RealPage, ev sahiplerine fiyatlama tavsiyesi veren bir üçüncü taraf algoritması. Açık ve kapalı kaynaklardan geniş bir veri tabanı kullanıyor ve özellikle bazı lokal bölgelerde kiralarda iki haneli artışına yol açan ana aktör olduğu ileri sürülüyor.

AmericanEconomicliberties de yayımlanan bir makaleye göre Nashville Emlak Konferansında RealPage VP’si Andrew Bowen kiralardaki iki haneli artıştan sorumlu olup olmadıklarına yönelik soruya şöyle yanıt vermiş: “I think it is driving it, quite honestly”. (FTC nin bu beyanatı kayıt altına aldığına şüphem yok!).

Üçüncü taraf algoritmaları üzerinden uyumlu eylem (algoritmiccollusion) konusunda rekabet otoriteleri gerekli müdahalelerde bulunacaktır. FTC, ABD’de konut kiralarda ve otel fiyatları konusunu incelemeye başladı bile. Ayrıca algoritmik uyumlu eylemler için bir çalışma grubu da oluşturdu.

Rekabet otoritelerinin bocalayabileceği esas sorun şu; öğrenen algoritmalar, AI, birbirleriyle iletişim kurmaksızın rekabetçi fiyatın üzerinde fiyatlama yapmayı öğrenir ve bu tutumu sürdürürlerse (algoritmik tacit collusion) ne olacak?

“Yok, artık” diyenlere bu konudaki literatürü incelemelerini öneririm. Buraya iki çarpıcı örnek bırakayım.

Asker, Fershtman ve Pakes tarafından 2021 yılında yapılan çalışmada, senkronize olmayan Q-öğrenmesi (Asynchronous Q-learning) prensibi ile çalışan, bir diğer ifadeyle sadece belli koşullara bağlı olarak aldığı aksiyonun sonuçlarına göre öğrenen algoritmaların fiyatları (rekabetçi düzeyin üzerinde) yükselttiğini saptanmış.

Banchio ve Mantegazza tarafından 2023 yılında yapılan çalışmada aynı sonuca ulaşıyor, üstelik algoritmaların aralarında piyasaları bölüşebileceği de ortaya konuyor.

Önümüzdeki dönemde rekabet otoritelerinin ajandasındaki ana başlıklardan biri bu olacak gibi.

Mayıs 2024 Paylaşım-4

Anahtar Kelimeler: AB, DMA, rekabet, web tarama hizmetleri, Brave, Opera

Niçin Dijital Pazarlar Yasası DMA ya da DMA benzeri ex-ante düzenlemeler rekabet (dolayısıyla tüketicilerin özgürce karar alması) bakımından önem taşımakta?

Buyurun somut bir örnek.

Malum DMA'ya uyum kapsamında apple iOS ve google android, 6 Mart tarihi itibarıyla AB sınırları içinde default web tarayıcıları için yeni tercih ekranları açtılar. Bu ekranlar sayesinde tüketiciler istedikleri tarayıcıyı seçebiliyorlar.

Sonrasında ne mi oldu?

Web tarayıcı brave günlük indirme sayılarını açıkladı. Aşağıdaki grafikten görüldüğü üzere brave in AB sınırları içinde iOS günlük indirme rakamı kısa sürede hızla 7.500'lerden, 11.000'lere sıçradı.

Aynı şekilde opera , 6 Mart sonrasında AB sınırları içinde iOS indirme sayısının %164 arttığını duyurdu. Opera'nın duyurusuna göre android versiyonu ise yeni seçenek ekranının sunulduğu 6 Mart gününde sadece Fransa'da %54 artış kaydetmiş.

Rekabet özgürlüktür:)

Mayıs 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: ABD, rekabet, DoJ, Apple, mobil telefon, FTC, Qualcomm

ABD Adalet Bakanlığı, DoJ, tarafından Apple hakkında açılan tekelleşme davası hem ilginç, hem de birçok açıdan AB nin apple soruşturmasından farklı.

Önce şu hususu ifade etmek gerek, apple ın yakın zamanda Epic Games tarafından açılan ve pazardan dışlama iddiasına dayanan davayı kazanması nedeniyle DoJ'un işi kolay değil, lakin epic-apple dava sürecini iyi analiz ettiklerini varsaymak mümkün.

DoJ'un iddiası apple ın performans (premium) akıllı telefon ve (daha geniş bir pazar olan) akıllı telefon pazarlarında rekabete aykırı davranışlarla tekelleştiği ve

tekelci gücünü korumaya çalıştığı yönünde. Yani ilgili ürün pazarı akıllı telefon pazarı! İlgili coğrafi pazar ABD.

Davanın açılmasının ardından apple sözcüsü Fred Sainz ilgili ürün pazarına itiraz etmeyen ancak coğrafi pazarın küresel sınırları kapsadığını iddia eden bir beyanat verdi. Kanımca stratejik hatadır.

DoJ'un ilgili ürün pazarı bakımından premium ürün tanımına odaklanacağı anlaşılıyor (Bkz. Dava Dilekçesi 166. Paragraf). Tıpkı FTC nin Qualcomm davasında başarılı bir şekilde yaptığı gibi. Apple'ın bu pazardaki payının %70'i aştığı ifade ediliyor dava dilekçesinde. Geniş tanımlı pazardaki (akıllı telefon pazarı) payı ise %65 civarında.

DoJ'a göre apple akıllı telefon pazarında tekelleşmeyi, tüketicilerin iOS'a bağımlılıklarını arttırarak gerçekleştiriyor. Bağımlılığı yüksek tüketiciler akıllı telefon tercihini, mecburen, iphone dan yana kullanıyorlar.

DoJ bu iddiayı temellendirmek üzere (bunlarla sınırlı olmadığını vurguladığı) beş davranış formu örneği sunuyor. Bunlar:

- İnovatif süper uygulamaların engellenmesi
- Mobil bulut hizmeti uygulamalarının engellenmesi
- Platformlar arası mesajlaşma uygulamalarının dışlanması
- Apple markası dışındaki akıllı saatlerin işlevselliğinin azaltılması
- Üçüncü taraf dijital cüzdanların sınırlandırılması

Bunların dışında apple ın web tarayıcı, video iletişimi, eğlence, otomobil içi sistemler, reklam ve lokasyon hizmetleri gibi alanlarda tüketici tercih seçeneklerini sınırlayan dışlayıcı davranışları da mevcut.

Burada iki kritik husus var kanaatimce. Birincisi mahkemenin dar (premium) pazar tanımını kabul edip etmeyeceği, ikinci husus ise (özellikle geniş pazar tanımı yani ABD akıllı telefon pazarının esas alınması halinde) apple ın %65-70 seviyelerindeki payının anlaşma yapmayı reddetme suretiyle dışlayıcı davranışta bulunma iddiası için yeterli görülüp görülmeyeceği.

Mayıs 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: rekabet, regülasyon, yapay zeka, tekelleşme, işbirliği anlaşmaları, yatırım anlaşmaları, İngiltere, CMA, Google Android

Yapay zeka tekelleşmeden nasıl kurtulur?

Yapay zeka çalışmalarında önplana çıkan aktörler dev teknoloji şirketleri tarafından angaje ediliyor. Bu, bazen devralma yoluyla, bazen yatırım anlaşmalarıyla (amazon–anthropic), bazen de en son microsoft–Inflection örneğinde olduğu gibi kritik çalışanların transferi ile gerçekleşiyor.

Devralma, rekabet ve regülasyon otoritelerinin son yıllardaki katı tutumu nedeniyle riskli bir seçenek haline geldi. Diğer seçenekler ise bir bir deneniyor.

Öte yandan açık kaynaklı yapay zeka çalışmaları tekelleşmenin önlenmesi için bir umut kaynağı gibi görülüyor. Açık kaynaklı AI, modelin ücretsiz ya da makul ücretle, herhangi bir sınırlamaya tâbi olmadan datası ile birlikte sunulması olarak tanımlanıyor.

Hugging Face ve Mistral gibi startup ların yanı sıra dev teknoloji şirketlerinden meta nın Llama2’si ve google ın gemma’sı da kısmi açık (ücretsiz olsa da bazı kısıtlamalara tâbi) AI modellerini örnekliyor.

Harvard Business School tarafından Ocak 2024 tarihinde yayımlanan, “The Value of Open Source Software” başlıklı makalede güvenilir açık kaynak yazılımlarını kullanan şirketlerin 8,8 trilyon Dolar tasarruf sağladığı tahmin edilmiş.

Bu nedenle devletler açık kaynak AI çalışmalarına hem finansal hem düzenleyici teşvikler sağlamaya çalışıyor. Malumunuz AB AI Yasası, yasaklanan ya da yüksek risk kategorisinde bulunanlar müstesna, açık kaynak AI sistemlerine uygulanmayacak.

Hal böyle iken, tarihsel tecrübeye dayanarak açık kaynak AI çalışmalarının desteklenmesinin tek başına tekelleşmeyi önleyebileceğini düşünmüyorum.

Zamanında mobil işletim sistemlerinden apple ios kapalı, google android açık kaynak kodlu olarak yoluna devam etti. Her ikisi de merkezinde kendi işletim sistemlerinin bulunduğu özgün ekosistemler yarattılar ve söz konusu ekosistemler içindeki pazarlarda tekelleştiler.

Şimdi AI teknolojisinde aynı iş modeli çalışabilir ve AI merkezli piyasalar tekelleşebilir. Burada dikkat çekmek istediğim husus teknolojinin geliştirilmesi sürecinden çok piyasalaştırma aşamasında olup bitenlere odaklanmanın gereği.

Bu deja vu ya son vermenin yolu ise rekabet otoritelerinin piyasalaştırma sürecini yakından takip etmesi, gelişen teknolojinin, sair yöntemlerle finansal olanakları sınırsız dev teknoloji şirketleri tarafından devşirilmesine izin vermeyecek biçimde pozisyon alması kanımca.

Küçük bir hatırlatma; Google, androidi 2005 yılında satın aldı (o zamanlarda antitrust iklimi günlük güneşlikti). Androidin kurucusu Rubin ve arkadaşları Google için çalışmaya devam etti. İşletim sistemi için Linux kullandılar ve açık kaynak kodlu olmasına karar verdiler. Google, içinde mobil üreticiler (HTC, motorola), çip üreticileri (Qualcomm) ve pazarlamacılar (T-Mobile) bulunan Open Handset Alliance ı kurdu (işbirliği!). Sonrası malum.

Aşağıdaki şekil İngiltere rekabet otoritesinin konu ile ilgili son çalışmasından alındı. AI'nin işbirliği ve yatırım anlaşmaları ile tekelleşme riski taşıdığına işaret ediyor.

Mayıs 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: rekabet, birleşme/devralma, FTC, teknoloji şirketleri, çalışan transferi (acquihiere), Microsoft

Devralmak ya da almamak. İşte bütün mesele bu!

Rekabet ve regülasyon otoriteleri dev teknoloji şirketlerine karşı düzenleme rejimini sıkılaştırdıkça, şirketler de pek inovatif yöntemler geliştiriyor.

Bunlardan biri devralma işlemlerine yönelik antitrust engelini aşmak için tasarlanan acquihire. Yani bir şirketi resmen devralmayıp, kritik çalışanları transfer etmek.

Geçen hafta Microsoft bir yapay zeka şirketi olan Inflection kurucusu Mustafa Süleyman (Google tarafından satın alınan DeepMind ın da kurucularından) ve 70 kadar çalışanı işe aldığını duyurdu. Süleyman Microsoft AI nin başına geçecek. Microsoft (muhtemelen melek yatırımcıların kazan kaldırma ihtimaline karşı) şirkete lisans bedeli olarak 650 milyon Dolar ödeyecek.

Bu, Microsoft'un OpenAI şirketine 10 milyar Dolar yatırım yapması ve Fransız Mistral ile işbirliğine gitmesi sonrası kritik bir diğer girişim.

Rekabet hukuku bakımından devralma işlemi kontrol unsurundaki (yönetmelik kararlarda belirleyici etkide bulunma hakkı) kalıcı değişiklik ile gerçekleşiyor malumunuz. Bu durumda, Microsoft'un söz konusu girişimleri antitrust engeline takılmamış olacak!

Acaba öyle mi?

Bakınız Microsoft yatırımının ardından OpenAI CEO'su Sam Altman'ın işten çıkarılmasıyla baş gösteren krizde Microsoft'un CEO'su Nadella ne demiş;

“It wouldn't matter if OpenAI disappeared tomorrow. We have the data, IP rights, and all the capability.”

Şirketlere, rekabet ve regülasyon otoritelerini fazla hafife almamalarını öneririm.

Nitekim FTC hemen bu konuyla ilgili harekete geçti ve inceleme başlattı (duyuru ilişkili). Bu kapsamda 6 şirketten görüş istedi. İncelemenin konusu devralmalar değil AI yatırımları ve işbirlikleri.

Nisan 2024 Paylaşım-5

Anahtar Kelimeler: rekabet, tüketici tercihleri, yanlı tercihler (biased preferences) ilgili pazar, davranışsal iktisat, Kahneman

Rekabet ve regülasyon uygulamalarının merkezinde tüketici tercihleri yer alır.

Mevcut durumda tüketicilerin faydalarını ençoklamaya odaklanan rasyonel varlıklar olduğunu varsayarak analiz yapıyoruz. Zira bu varsayım işimizi kolaylaştırıyor.

Gerçek böyle mi pekiyi?

Dün hayata veda eden Nobel ödüllü psikolog/iktisatçı Daniel Kahneman gerçeğin farklı olduğunu ortaya koyuyor çalışmalarında.

Yani tüketiciler tam rasyonel olmayan, bilinçli tarafgir varlıklar.

Meşhur Prospect Teorisi eşit ölçüde kayıp ve kazancın olduğu seçenekte kaybın hissiyatının daha ağır bastığını söylüyor (bkz aşağıdaki grafik).

İnsanlar overconfident, yani kendi yargı ve kararlarına objektifliği aşacak ölçüde güveniyor.

İnsanlar halo effect in etkisinde. Birisinden hoşlanırsa, onun yeteneklerini abartma eğiliminde oluyor ve tersi.

İnsanlar sunk cost of fallacy nin etkisinde. Sinema bileti aldınız, film çok sıkıcı lakin bilet maliyetini düşünüp bir umutla sonuna kadar çile çekme eğiliminde oluyorsunuz.

İnsanlar confirmation biased. İnancınızı doğrulayan bilgilere son derece açık iken onu yanlışlayan bilgileri göz ardı etmeye çalışıyorsunuz.

İnsanlar anchoring effect in etkisinde. Bir konuda karar alırken konuyla ilgili edindiginiz ilk bilgileri dikkate alma eğilimi gösteriyorsunuz.

Bunlar Kahnemanın ortaya koyduğu belli başlı irrasyonelitelere.

Rekabet ve regulasyon uygulamalarında doğru tercihte bulunabilmek için irrasyonel tüketici davranışlarının mercek altına alınmasının zamanı geldi diye düşünüyorum.

Nisan 2024 Paylaşım-4

Anahtar Kelimeler: rekabet, sağlık hizmetleri, ilaç, FTC, FDA, patent

Rekabet hukuku ne işe yarar?

Buyurun sağlık sektöründen güncel bir örnek.

ABD’de astım hastaları için taşınabilir solunum cihazı (inhaler) kısa bir zamana öncesine kadar 200-600 dolarlardan satılmaktaydı. Şu anda fiyatlar 30-40 dolar seviyelerinde. Bu cihazı kullanan milyonlarca hasta mevcut ABD’de.

ABD’de az sayıda ilaç/cihaz üreticisi inhaler pazarına hâkim durumda. Son 20 yılda astım solunum cihazı üreticileri 150 milyar Doların üzerinde gelir elde etmişler.

Peki fiyatlar nasıl oldu da bu kadar düştü?

1984 yılında çıkarılan Hatch-Waxman Yasası mevcut patent haklarına son vererek jenerik ilaç üreticilerinin piyasaya girmesine olanak sağlıyor. Elbette bu bir dizi yargılama süreci sonunda hâkim kararı ile gerçekleşebiliyor.

Teknik detaylarına girmeyeyim ancak hâkim kararıyla patent hakkına son verilmesini önlemek için ilaç üreticileri FDA tarafından onaylanan "Orange Book" da yer almaması gereken bazı patentleri de listeye dahil ediyorlardı ve bu durum yıllardır sürüyordu.

Tam bu noktada ABD rekabet otoritesi FTC (FDA ve HHS ile işbirliği ile) devreye girdi ve geçen yılın Eylül Ayında bir Politika Duyurusu yayımladı. Bu duyuruda Orange Book da yer almaması gereken patentlerin listeye dâhil edilmesinin rekabet kurallarının ihlali sayılacağını ilan etti. Akabinde, Kasım Ayında 10 şirkete bu konuyla ilgili uyarı mektubu gönderdi.

Piyananın baskın aktörleri (GlaxoSmithKline ve AstraZeneca gibi) hızla patentlerini geri çektiler.

Sonuç olarak taşınabilir astım solunum cihazı fiyatları 200-600 dolardan 40 dolarlar seviyesine geriledi.

Nisan 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: rekabet, işgücü piyasaları, FTC, DoJ, birleşme/devralma, Kroger-Albertson

İşgücü piyasaları, ücretli çalışanlar için önemli bir gelişme!

Hatırlayacaksınız ABD rekabet otoriteleri FTC ve DoJ tarafından çıkarılan yeni birleşme rehberi uyarınca bir birleşme/devralma işlemi rekabet halindeki alıcıları ihtiva ediyorsa, FTC ve DoJ işlem sonrasında ücretli çalışanlar için rekabetin önemli ölçüde azalıp azalmadığını da değerlendirecek (Rehber, madde 2.10).

İşte rehberdeki bu köklü yeniliğin uygulamasını ilk kez Kroger-Albertson devralma işleminde görüyoruz. Kroger'ın 24,6 milyar Dolar bedelle Albertson'u devralma işlemine FTC rekabete aykırılık gerekçesiyle karşı çıktı ve konuyu yargıya taşıdı (dava dilekçesi ilişikte). Gerekçelerinden biri de işlemin işgücü piyasasında rekabeti kısıtlaması.

Kroger ve Albertson birer market zinciri. Anılan teşebbüsler toplamda 48 eyalette 5000 markete, 4000 ilaç perakendecisine sahip ve 700.000 işgücünü istihdam ediyor.

FTC'nin dava dilekçesinden alınan aşağıdaki paragrafa özellikle dikkat çekmek isterim:

“Consumers are not the only ones who will pay the price if the proposed acquisition is completed: the hundreds of thousands of people who work for Kroger and Albertsons would suffer too. Today, Kroger and Albertsons compete aggressively with one another to hire and retain grocery workers, principally through collective bargaining negotiations with local unions (i.e., the process by which workers, through the unions that represent them, negotiate agreements with their employers that determine the terms and conditions of employment). This competition has resulted in higher wages, better benefits, and improved working conditions for employees. The proposed acquisition would eliminate this competition, threatening the ability of hundreds of thousands of grocery store workers to secure stronger contracts with improved wages and benefits.”

Nisan 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: rekabet, AB, Apple, spotify, anti-steering, IAP obligation

AB Rekabet Otoritesinin apple kararı antitrust tarihine adını şimdiden yazdırdı diyebiliriz. Zira AB tarihinin en yüksek üçüncü para cezasına (1,8 milyar EUR) hükmedilirken (elbette liderlik ve ikincilik Google da), tarihte ilk kez caydırıcılık gerekçesiyle çok yüksek tutarda lump sum ceza öngörüldü. Ayrıca ihlale son vermek üzere sözleşmelerinde değişiklik yükümlülüğü de getirildi.

Söz konusu lump sum cezanın hukuki dayanağının, 2006 tarihli Para Cezalarına İlişkin Rehberin “Specific Increase for Deterrence” başlıklı 30. maddesi hükmüne dayandırıldığını sanıyorum. Gerekçeli kararda göreceğiz.

Sürecin 4 yıl kadar önce spotify ın şikayeti ile başladığını vurgulamak gerek.

Soruşturma sonucunda apple ın, uygulama geliştiricilerinin, iOS kullanıcılarını alternatif ve daha ucuz müzik abonelik hizmetleri konusunda bilgilendirmesini engellemek suretiyle (anti-steering provision) hakim durumunu kötüye kullandığına karar verildi. Rekabet ihlali yaklaşık 10 yıl sürmüştü.

Esasen AB Komisyonu 2021 yılında gönderdiği ilk SoO (statement of objection) da apple ın, anti-steering in yanı sıra uygulama geliştiricilerine kendi ödeme sistemini dayatması (IAP Obligation) gerekçesiyle 2 eylemden dolayı hakim

durumunu kötüye kullandığını ileri sürmüştü. 2023 yılında Komisyon ikinci bir SoO gönderdi ve IAP Obligation iddiasından vazgeçti. Nedenini merak etmiyor değilim!

Bu düzeltme apple kanadında coşkuyla karşılandı elbette. Lakin bu coşku uzun sürmedi!

Komisyon duyurusunda ilgimi çeken hususlardan biri, apple ın rekabete aykırı davranışının kullanıcı deneyimini aşındırarak parasal olmayan (non-monetary) zarar yarattığına ilişkin tespitte bulunulması. Nitekim parasal olmayan zarar yüksek tutarlı lump sum para cezasının da gerekçesini teşkil etmiş.

Parasal olmayan zarar konusunda Komisyonun idari yargıyı ikna etmesi kolay olmayacak kanımca (dava ABD’de görülse çok çok zor ikna ederler diye düşünürdüm).

Apple’ın ilk tepkisi beklendiği gibi. Kararı temyiz edecekler. Değerlendirmelerinde (bir AB şirketi olan) Spotify etkisinin altını çiziyor, AB Komisyonunun tarafı davrandığını ima ediyorlar.

Nisan 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: kişisel verilerin korunması, FTC, tüketici hakları

KVKK da değişiklik öngören yasal düzenleme (TBMM Genel Kurulunda onaylandı) tüm yurttaki, dış temsilciliklerde ve yavru vatan KKTC de coşkuyla kutlandı.

Gerekli ve mühim bir düzenleme elbette.

Lakin uygulamanın da çok önemli olduğunu hatırlamak gerek.

Bakınız ABD’de federal ölçekte GDPR ya da KVKK benzeri bir veri koruma yasası yok.

Hal böyle iken ABD rekabet otoritesi FTC’nin son 7-8 ayda kişisel verilerin korunması ile ilgili aldığı bazı önemli kararlara dikkat çekeyim:

- İngiltere merkezli Avast’ın tüketicilere ait arama (browsing) verilerini reklam amaçlı satmasını yasakladı.

-Kochava, X-Mode ve Inmarket’in tüketicilere ait lokasyon verilerini satmasını yasakladı ve teşebbüslere bu verileri silme yükümlülüğü getirdi.

-Alexa (Amazon) kararında teşebbüslere çocuklara ilişkin lokasyon verilerini ve ses kayıtlarını silme yükümlülüğü getirdi.

-Rite Aid kararında, teşebbüsün gözetleme amaçlı yüz tanıma teknolojisini kullanmasını 5 yıl boyunca yasakladı.

-GoodRx, BetterHelp ve Premom kararlarında tüketicilere ait hassas sağlık verilerinin kullanımına ilişkin sınırlamalar getirdi.

FTC bu kararları FTC Act’de yer alan tüketicilerin korunmasına ilişkin hükümlere (5. Bölüm: Adil Olmayan Veya Yanıltıcı Davranış ve Uygulamalar başlıklı) dayandırdı.

Dilerim, yeni yasamız hayırlı olsun, KVK Kurumu etkin ve etkili bir uygulama performansı gösterebilir.

NOT: Yeni yasada özel nitelikli kişisel verinin işleme şartları genişletiliyor. Burada bazı zorunluluk ve gerekliliklere işaret ediliyor. Muğlak kavramlar olan zorunluluk ve gerekliliklerin çerçevesinin KVK Kurumu tarafından ikincil mevzuat ya da rehberlerle belirlenmesi yasanın etrafından dolaşılmasının önüne geçmek bakımından son derece önemli.

Mart 2024 Paylaşım-7

Anahtar Kelimeler: rekabet, regülasyon, ilgili ürün pazarı, talep esnekliği, gelir esnekliği

Rekabet ve regülasyon otoritelerinin ilgili pazar tespitine yönelik bir eleştiri:

Rekabet ve regülasyon otoriteleri ilgili pazarı belirlerken ikame edilebilirliğin ölçüsü olarak ağırlıkla talebin fiyat esnekliğini (talebin fiyat değişimine duyarlılığı) dikkate alıyorlar (arz esnekliği nadiren belirleyicidir).

Sorumlu otoritelerin rehberlerine bakılırsa pazar tespitinde çok sayıda parametre dikkate alınmakta. En son AB İlgili Pazar Duyurusunda sürdürülebilirlik, yanlış tercihler (biased preferences) gibi değişkenlerin dahi bundan böyle dikkate alınacağı ifade ediliyor. Lakin uygulamada (otoritelerin kararlarında) esas olan fiyat esnekliğidir.

Buradaki kritik soru şu; hangi tüketicilerin talebi dikkate alınıyor?

Genellikle tüm tüketicileri temsil eden ortalama talep.

Pekiye özellikle gelir dağılımının görece bozuk olduğu (yüksek Gini katsayılı) ülkeler bakımından tüketicilerin gelir düzeyi ya da söz konusu ürünün toplam gelir içindeki payı mühim değil mi?

Aşağıdaki tablo TÜİK'den alındı. Gelirden, en azdan en çoğa doğru pay alan %20'lik grupların (hanehalkları) gelirlerinin harcama türlerine göre dağılımı gösteriliyor. En üst satırdaki toplam ise tüm tüketicilerin harcama dağılımını temsil ediyor. "Rekabet otoriteleri (genellikle) bu veriyi esas alarak pazarın sınırlarını beliler önermesi" yanlış bir önerme olmayacaktır.

Bu noktada meramımı bir örnek üzerinden daha iyi anlatabilirim sanıyorum.

Tablodan izlenebileceği üzere milli gelirden en az pay alan %20'lik grup (bu grup nüfusun beşte birini teşkil ederken milli gelirin %5,9'unu elde ediyor), gelirinin %35,8 ini gıda harcamalarına ayırıyor; en üst gelir grubu (milli gelirin %49,8'ini elde ediyor) ise %16,6 sını.

Sucuk pazarını ele alalım. %100 dana etinden sucuk fiyatlarında anlamlı bir değişiklik olduğunu varsayalım. Bu halde en düşük gelirli %20'lik grup; %70 dana, %30 tavuk etinden mamul sucuk tüketimine yönelebilecektir (düşük gelir ve gıdanın toplam harcamalardaki yüksek payı nedeniyle). Bu durumda ilgili ürün pazarı kabaca sucuk pazarı olacaktır.

Buna karşılık en yüksek gelirli %20, hem gelir düzeyi yüksek olduğu, hem de toplam harcaması içinde gıda tüketiminin payı düşük olduğu için %100 dana etinden mamul sucuk tüketmeye devam edecektir. Bu durumda ilgili ürün pazarı (daralacak ve) %100 dana etinden mamul sucuk pazarı olarak tanımlanacaktır.

Neticede pazar tanımlamasında farklılık muhtemelen farklı rekabet ve regülasyon uygulaması sonuçlarına yol açacaktır.

Velhasıl kelam, gelir dağılımında (ve dolayısıyla) farklı gelir gruplarına ait harcama kalemlerinin gelir içindeki payları arasında ciddi farklılıklar bulunan ülkelerdeki rekabet ve regülasyon otoriteleri, düzenleyici işlevini sağlıklı bir biçimde yerine getirmek için ilgili pazar analizini derinleştirmeli, gelir (ve gelirin harcama dağılımı) değişkenini dikkate alarak pazar(lar) tanımlamalı diye düşünmekteyim.

Uygulamacılar bilir, böyle bir analiz hiç de kolay değildir. Lakin yapılması elzemdir.

Mart 2024 Paylaşım-6

Anahtar Kelimeler: rekabet, regülasyon, ilgili pazar, AB Pazar Duyurusu, tüketici tercihleri, davranışsal iktisat

Pazar tanımı rekabet ve regülasyon uygulamalarında iktisadi aktörlerin sorumluluklarının sınırını belirlemesi bakımından kritik bir aşama.

AB'nin son "Pazar Tanımı Duyurusu" ilgili pazarın tanımlanmasında önemli yenilikler öngörüyor.

Bunlardan ikisini Duyurunun 50. paragrafında izlemek mümkün.

Söz konusu paragrafta tüketicilerin tercihte bulunurken fiyat dışı değişkenleri de dikkate aldığı ifade ediliyor.

Bu zaten bilinen bir olgu. Buradaki yeni yaklaşım, sürdürülebilir teknoloji ile üretilen ürünlere yönelik tercihlere işaret edilmesi. İlgili pazarın sınırları çizilirken çevresel etki meselesi dikkate alınacak gibi görünüyor.

İkincisi, AB Komisyonunun google android kararı ima edilerek tüketicilerin yanlış tercihlerde bulunabileceğinin vurgulanması. Burada default option (örneğin google arama motorunun cep telefonlarında önyüklü gelmesi) konusuna gönderme yapılmış.

Böylece AB, pazar tanımında Neoklasik İktisadın tam rasyonel tüketici varsayımına bağlı kalmayacağını, kısmen-rasyonel tüketici olgusunu dikkate alabileceğini ima etmiş oluyor.

Mart 2024 Paylaşım-5

Anahtar Kelimeler: AB, DMA, eşik bekçisi (gatekeeper)

Ülkemizde Dijital Pazarlar Yasası (DMA) benzeri bir yasal düzenleme hazırlığı söz konusu olduğu için AB uygulamasını takip yakından takip ederek sorunlu hususları kayda geçirmek yerinde olacaktır. Zira deneyimden çıkarılacak dersler benzer sorunların önüne geçecektir.

Önce DMA'nın gatekeeper sistematüğini özetlemek gerek:

-Madde 3.1 de 3 nitelik sayılmış, bunlara sahipseniz gatekeeper sınırsınız. Lakin bunları tespit etmek güç. Üçü de yoruma açık.

-Madde 3.2’de (madde 3.1. e kolaylık getirmek için) 3 niceliksel ölçüt tanımlanmış; ciro/piyasa değeri; kullanıcı sayısı ve bu ikisinin 3 yıl boyunca karşılanması.

-Bununla birlikte 3.2’deki niceliksel eşikler bağlayıcı değil. Şöyle ki:

*(Madde 3.5. uyarınca) bir platform, bir temel platform hizmeti bakımından madde 3.2.’deki niceliksel eşikleri karşıladığını ancak, buna rağmen madde 3.1.’deki niteliksel eşikleri karşılamadığını şüpheye yer vermeyecek biçimde ortaya koyuyorsa (madde 17 deki soruşturma usulü sonucunda) gatekeeper sayılmayabiliyor. Madde 3.5’de bu durumun istisnai olduğuna işaret ediliyor.

**(madde 3.8 uyarınca) bir platform madde 3.1.’deki niteliklere sahip olmasına rağmen madde 3.2’deki niceliksel eşikleri aşmasa bile (şebeke etkisi, data etkisi gibi 7 değişken dikkate alınarak) gatekeeper olarak nitelenebiliyor (yine madde 17’deki usule göre).

Madde 3.5’de öngörülen durum daha ilk gatekeeper başvurularında ortaya çıktı.

Apple, iMessage hizmeti bakımından; Microsoft ise Bing, Edge ve Microsoft Advertising bakımından 3.2 eşiklerini aştıklarını ancak buna karşın 3.1.’i karşılamadıkları gerekçesiyle söz konusu hizmetler bakımından gatekeeper olmamaları gerektiğini ileri sürdüler 3.7.2023 tarihindeki başvurularında.

Komisyon bu iddialar üzerine soruşturma başlattı ve 13.2.2024 tarihinde teşebbüslerin iddialarını yerinde buldu. Microsoft ve Apple anılan hizmetler bakımından gatekeeper sayılmayacak (kararın duyurusu ilişkikte).

Madde 3.5’de öngörülen (esasen istisnai olarak ortaya çıkması beklenen) bir durumun, ilk gatekeeper başvurularında 2 teşebbüs ve 4 temel platform hizmeti bakımından ortaya çıkması madde 3.2’deki niceliksel eşiklerin tespitinin isabetli olmadığını ima ediyor olabilir mi?

Olabilir. Lakin kanımca esas sorun birbirinden çok farklı karakterde çok sayıda temel platform hizmetlerinin tümü için standart gatekeeper eşiklerinin konmuş olması.

Sanırım ülkemizde DMA benzeri bir yasal düzenleme hazırlığı yaparken dikkate alınması gereken hususlardan biri bu olmalı.

Mart 2024 Paylaşım-4

Anahtar Kelimeler: AB, DMA, otel platform hizmetleri

AB’de Dijital Pazarlar Yasası (DMA) gibi bir düzenlemeye ihtiyaç duyulmasının nedenlerinden biri (ABD kökenli) teknoloji devlerine karşı AB kökenli görece küçük dijital platformları korumak şüphesiz.

Nitekim gatekeeper ilan edilenler arasında henüz AB merkezli şirket mevcut değil.

Booking ciro eşiklerinin altında kaldığını, muhtemelen 2023 yılında bu eşikleri aşp başvuruda bulunacağını duyurmuştu daha önce. Henüz ses seda yok.

Öte yandan ABD bigtech lerine karşı AB platformları korunmaya çalışırken platform hizmetlerinden faydalanan ticari kullanıcılar için (muhtemelen öngörülemeyen) bazı olumsuz sonuçlar ortaya çıkabiliyor.

Mirai den ödünç alınan aşağıdaki grafikte görüldüğü üzere DMA’nın uygulamaya başlanmasının ardından GoogleHotelAds üzerinden AB’deki otellerin web sayfalarına tıklanma sayısı %17,6 oranında azalmış dünyanın geri kalanına nazaran.

Malum Google DMA uyum yükümlülükleri kapsamında çevrimiçi platformlara (booking, tripadvisor vs.) link vermeye başlamıştı.

Mirai, durumun daha da kötüleşeceğini, DMA neticesinde platformlar korunurken otellerin güç kaybedeceğini ileri sürüyor.

Türkiye’de DMA benzeri bir yasal düzenleme üzerinde çalışıldığını biliyoruz. Bizim için bu örnekteki hisse şu olmalı; henüz kısa bir zaman geçse de AB deneyiminden mümkün mertebe faydalanılmalı. Platformlar arası rekabete odaklanılırken ticari ve gerçek kişi kullanıcılar için ortaya çıkabilecek muhtemel sonuçlar olabildiğince öngörülmeye çalışılmalı.

Ticaret Bakanlığı ve ilgili diğer kurumlarda bu konu üzerinde çalışan teknokratlara duyurulur.

Mart 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: rekabet, birleşme/devralma, birleşme/devralmanın engellenmesi, ABD, İngiltere

Rekabet ve regülasyon otoriteleri tarafından engellenen birleşme/devralma işlemleri, işlem tarafları için her zaman olumsuz mudur?

Birkaç çarpıcı örneğe dikkat çekmek istiyorum.

Dünyanın en büyük çip sağlayıcılarından ABD kökenli Nvidia, İngiltere kökenli çip tasarım şirketi Arm ı 40 milyar Dolara satın almak üzere anlaşma sağladı.

FTC, Aralık 2021’de işlem aleyhine dava açtı. Şubat 2022’de Nvidia ve Arm işlemin sonlandırıldığını duyurdu.

Şubat 2022’de Nvidia’nın hisse değeri 239 Dolar idi. Bugün 721 Dolar! Şirketin değeri işleme onay verilmemesine rağmen 3 kat artmış.

İşlemin reddi sonrasında Arm, şirketi halka arz etmek için hazırlıklara başladı ve Ağustos 2023’de halka arzı (IPO) hisse başına 60 Dolar değeri ile gerçekleştirdi. Arm hisselerinin bugünkü değeri 149 Dolar. Şirket 2,5 kata yakın değer kazanmış.

Bir diğer örnek Visa/Plaid devralma işlemi. Ocak 2020’de Visa, bir finansal teknoloji startup ı olan Plaid’i satın almak üzere 5,3 milyar Dolarlık anlaşma sağladı.

DoJ (ABD Adalet Bakanlığı) işlemi durdurmak üzere Kasım 2020’de konuyu mahkemeye taşıdı. Ocak 2021’de taraflar işleme son verdiklerini duyurdu.

Plaid, işlemin antitrust otoriteleri tarafından reddedilme ihtimalini dikkate alarak kendi hisselerini süreç içinde açığa sattı (short selling) ve buradan ciddi bir kazanç sağladı. İşlemin tamamlanmasından birkaç ay sonra yüksek tutarda yeni fon elde etti. CEO ve CFO’sunu değiştirdi. Şu anda halka arz hazırlıklarını tamamlama aşamasında.

Eylül 2022’de Adobe , 20 milyar Dolar bedelle Figma yı satın aldığını duyurdu. AB rekabet otoritesi Kasım 2023’de işleme yönelik olarak taraflara itiraz yazısı (SoO) gönderdi. Ayrıca İngiltere rekabet otoritesi CMA da işlemi incelemeye aldı. Taraflar Aralık 2023’de işleme son verdiklerini duyurdular.

Bu süreçte Figma yeni ürünler çıkarttı, yapay zeka kapasitesini genişletti. Şirketin bugünlerde yeni bir birleşme/devralma için görüşmeler yaptığı haberleri basında yer aldı.

Kıssadan hisse şu; rekabet ve regülasyon otoritelerine takılan birleşme/devralma işlem taraflarının, özellikle devralınmak istenen görece küçük şirketlerin rekabetçi motivasyonları pekala artabiliyor, finansman yaratmaya dönük yeni çözümlere odaklanılabiliyor, başta olumsuz gibi görünen durum şirketler için yeni kapılar açabiliyor.

Rekabet ve regülasyon otoritelerinin M&A değerlendirme süreçlerinde bu örnekleri akılda tutmalarında fayda var kanımca.

Mart 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: rekabet, AB, ilgili pazar, AB İlgili Pazar Duyurusu

AB yeni pazar tanımı duyurusunu yayımladı. ABD Birleşme Rehberi ölçüsünde küresel ekonomiyi etkileyecek bir metindir.

Ayrıntılı değerlendirmeyi sonraya bırakmakla birlikte ilk izlenimimi paylaşayım.

Kanımca pazar tanımında revizyonun iki temel amacı mevcut:

-Pazar tanımlamasında fiyatın yanı sıra inovasyon, kalite, diğer mallarla entegrasyon gibi faktörlerin dikkate alınması. Yani tüketici refahı yaklaşımıyla yetinmeyip yapısalci yaklaşıma eğilimin artması.

-Rekabet analizini, t zamanındaki (anlık) pazar tanımına ile sınırlamayıp, dinamik bir yaklaşımla t+ dönemde (gelecekte) ortaya çıkabilecek gelişmelere dayandıracak olması. Diğer deyişle, "bugün mevcut pazarda hakim durumda değilsin ama gelecekte bu konuma gelmen muhtemel" anlayışı ile hüküm verme!

Her biri ürkütücü lakin devrim niteliğinde.

Mart 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: rekabet, ABD, AB, yapısalcılık, Chicago Okulu, tüketici zararı, yıkıcı fiyatlama, bağlama (tying)

1970'lere kadar ABD'de rekabet hukuku uygulamalarında etkili olan görüş "ekonomik yapısalcılık" idi. Ekonomik yapısalcılık, piyasa yapısının, iktisadi aktörlerin davranışlarını belirlediğini, bir diğer ifadeyle piyasa mekanizmasının çözümülenmesinde dışsal bir değişken olduğunu ileri sürmekte.

Malumunuz 1970 ve 80'lerde "Chicago Okulu" antitrust uygulamalarında hâkim görüş haline geldi. Bu yaklaşıma göre ekonomik etkinlik için asıl olan piyasa fiyatlarıdır. Piyasa yapısı ise dışsal bir değişken (neden) değildir, piyasa aktörleri ile talep dinamikleri tarafından belirlenen bir sonuçtur.

FTC Başkanı Kahn akademisyen iken yazdığı bir makalede bu ayrışmanın iki ana sonuca yol açtığını ileri sürüyor; birincisi, pazara giriş engeli değişkeninin etkisinin sınırlandırılması, ikincisi ise piyasada rekabetin ölçüsünün belirlenmesinde yoğunlaşma yerine fiyatın hâkim ölçüt haline gelmesi.

Esasen Chicago Okulu temsilcileri, rekabet hukuku uygulamalarında temel ölçütü tüketici refahı olması gerektiğini ileri sürmekteler (bkz Bork, Antitrust Paradox). Bunun da ölçütü dağılım etkinliği. Ancak ABD'de Chicago Okulundan etkilenen mahkemeler piyasa fiyatını tüketici refahı için temsil değişken olarak kabul ettiler diyor Kahn. Dağılım etkinliğini ölçmenin zorluğundan olsa gerek!

ABD'de mahkemelerin yıkıcı fiyatlama (predatory pricing) ve bağlama anlaşmaları konusundaki liberal yaklaşımı bahsi geçen paradigma değişikliğinin ürünü. Zira Chicago Okuluna göre bu iki davranış tüketici refahını azaltmaz. Oysa yapısalci yaklaşıma göre her iki davranış piyasada yoğunlaşmayı arttırarak rekabete zarar verir.

Bu arada AB'de (ve Türkiye'de) özellikle yıkıcı fiyatlama ve bağlama anlaşmaları konusundaki yaklaşımın yapısalci ekole daha yakın olduğunu vurgulayalım.

ABD'de Chicago Okulu etkisini sürdürmekte iken gün oldu devran döndü, dijital ekonomi ve yapayzeka devrimleri ile tanıştık. Bunların biçimlendirdiği ekonomik ekosistemde fiyat önemi yitirdi, veri ön plana çıktı (hesabı paramızla değil verimizle ödüyoruz).

Bu gelişme, haliyle, (tüketici refahının ölçüsü olarak) piyasa fiyatını veri alan Chicagocuları afallattı. Yapısalci yaklaşım yeniden ön plana çıktı.

Şu öngörüü dile getireyim; yapısalcılığın yükselişi ile birlikte piyasada aktör sayısını eksilten ya da dikey entegrasyonu arttıran davranışların varlığı, bunların (özellikle fiyat üzerindeki) iktisadi sonuçlarına pek de odaklanılmaksızın ihlal

olarak kabul edilecek ya da bunlara yönelik birleşme/devralma talepleri genellikle kabul edilmeyecek.

Financial Times’da yayımlanan (ilişikteki) yazıda AB Komisyonu Rekabet Genel Müdürü Guersent, (5 Şubat’ta yine FT de yayımlanan yazısıyla AB Rekabet otoritesini tüketici refahı ölçütüne hapsolmakla itham eden Foroohar’a cevaben) AB’nin tüketici refahı standartlarından saptığı için eleştirilere maruz kaldığını hatırlatıyor ve bizatihi rekabet düzeninin korunması (yapısalcı yaklaşım) konusundaki bağlılığını teyit ediyor:)

Şubat 2024 Paylaşım-6

Anahtar Kelimeler: AB, DMA, DSA, eticaret, eşik bekçisi (gatekeeper), uyum (compliance), Apple

AB’de gatekeeperların DMA (Digital Markets Act) uyum süreçleri nasıl ilerliyor?

Apple DMA uyum planını kamuoyuna açıkladı. Plan, (AB sınırları içindeki) aplikasyon geliştiricileri için, 600 yeni API, genişletilmiş aplikasyon analitiği, alternatif tarayıcı motorları için işlevsellik ve aplikasyon ödemeleri için alternatifler içeriyor.

Metnin dilinden Apple’ın DMA konusundaki rahatsızlığı hemen anlaşılıyor:) Aplikasyon geliştiricileri için sundukları her bir uyum tedbirine bir de veri güvenliği konusunda tedbir ilâştirilmiş. Konunun hassas noktası da burası.

İlâştirilen tedbirler veri güvenliğine mi yönelik, yoksa DMA yükümlülüklerinin etrafından dolaşmak için bir ara yol mu buna konunun teknisyenleri karar verecek. Malum şeytan ayrıntıda gizli!

Apple AB’deki aplikasyon geliştiricilerine yeni bir sözleşme rejimi sunuyor. Buna göre geliştiriciler ister eski sözleşme hükümleri kapsamında faaliyet gösterecek, isterse (DMA uyumlu) yeni hükümleri kabul edecekler.

Yeni hükümleri tercih eden geliştiriciler için uygulanan komisyon oranında %10 indirimine gidiliyor (büyük ölçekli şirketlerde %13). Ödemelerde Apple ödeme sistemini kullanan geliştiriciler %3 ek komisyon ödeyecekler ya da Apple’a ücret ödemeksizin alternatif ödeme yöntemi sunabilecekler kullanıcılarına.

Bununla birlikte Apple'a, yıllık 1 milyonun üzerinde kullanıcı tarafından indirilen uygulamalar için "core technology fee" adı altında bir komisyon ödeyecek geliştiriciler. Bunun bedeli uygulama başına 0,50 Euro. Ücretsiz olarak ya da çok düşük ücretlerle indirilen popüler uygulamaların geliştiricilerine geçmiş olsun! Boşuna demiyoruz şeytan ayrıntıda gizli diye!

Nitekim spotify CEO su Daniel EK, apple ın sunduğu plana çok sert tepki gösterdi. Sosyal medya paylaşımlarından takip edebilirsiniz.

Burada detaya girecek yerim yok, lakin kişisel kanaatim mevcut haliyle planın DMA'ya uygunluğunun tartışmalı olduğu istikametinde.

Bu konuda (kanımca çok sıkı bir rekabet hukukçusu olan) Damien Geradin theplatformlaw blogunda yayınladığı yazısında çok iyi bir değerlendirme sunmuş. Özetle mevcut planın DMA'ya uymadığı, bu nedenle AB tarafından soruşturma başlatılması gerektiğini ileri sürüyor. İlgililerin okumasını öneririm.

Not: Ülkemizdeki uygulama geliştiricileri yeni rejimden faydalanamayacak şüphesiz. eticaret ve rekabet kanunları mevcut halleriyle yetersiz. Açık ki Türkiye için DMA/DSA benzeri bir yasal düzenlemeye ihtiyaç var.

Şubat 2024 Paylaşım-5

Anahtar Kelimeler: teknoloji şirketleri, toplumsal refah, tüketici faydası, ücretsiz dijital hizmetler, Brynjollson

Geçenlerde, özellikle son on yılda hızla artan tekellerin ve yoğunlaşmaların küresel gelir eşitsizliği ve enflasyonu tetiklediği savını bu mecrada paylaşmış ve bazı uluslararası kuruluşların raporları ve saygın akademisyenlerin çalışmalarına dikkat çekmiştim.

Aksi yöndeki çalışmalara işaret etmemek olmaz elbette.

İlişikte Stanford'dan Prof. Erik Brynjolsson ve arkadaşlarının yaptığı ve NBER de yayımlanan çalışmayı dikkatlere sunuyorum.

Çalışma kapsamında 13 ülkeden 40.000 kullanıcı ile görüşülmüş ve çoğu ücretsiz olan googlesearch, meetingfriends, youtube, whatsapp, amazonshopping, facebook, tiktok, instagram ve twitter uygulamalarının 2,52 trilyon Dolar

tutarında bir refah ürettiği, bu tutarın söz konusu 13 ülke (Türkiye yok) toplam milli gelirinin %5,95'ine tekabül ettiği bulgulanmış.

Çalışmada ayrıca düşük gelirli tüketicilerin ve düşük milli gelire sahip ülkelerin üretilen toplam refahtan görece fazla pay aldığı tespit olunmuş, dolayısıyla ücretsiz dijital malların gelir adaletini düzeltici rol oynadığı sonucuna ulaşılmış.

Şubat 2024 Paylaşım-4

Anahtar Kelimeler: rekabet, birleşme/devralma, ABD, DoJ, havayolu ulaşım hizmetleri, Jetblue-Spirit Airlines

Bir piyasa düşünün, ilk dört büyük teşebbüsün payı, aralarında birer puandan az farklar olmak üzere %17-%15 arasında değişsin. Pazar payı %2-%6 arasında değişen 6-7 aktör ve daha küçük paylara sahip çok sayıda (yerel) teşebbüs faaliyet gösteriyor olsun.

Rekabetçi bir piyasa gibi görünüyor değil mi?

Bu piyasada payı %5-6 olan bir teşebbüs, payı yine bu oranlara yakın olan rakibini satın almak üzere anlaşıyor.

Lakin ülkenin rekabet otoritesi konuyu yargıya taşıyor ve devralma işlemine izin verilmiyor!

Şaşırtıcı mı?

ABD havacılık piyasasında tam olarak bu vaka gerçekleşti.

Sektörün altıncı büyük şirketi olan Jetblue nun, yedinci büyük SpiritAirlines şirketini satın alarak ABD'nin dört büyüğü American Airlines, Delta, Southwest ve United Airlines karşısında beşinci büyük havayolu şirketine evrilerek güçlenmesi, ABD Adalet Bakanlığı (DoJ) ve mahkeme tarafından hukuka uygun bulunmadı.

Bu, ABD havayollarının 1978 yılında deregüle edilmesi sonrasında engellenen ilk devralma işlemi.

DoJ ve Federal Mahkeme Hâkimi'ni (Yargıç William Young, lakin kendisi 82 yaşında) bu karara sevk eden ne idi?

Spirit'in iş modeli bütçe hassasiyeti yüksek müşterilere düşük fiyatlarla bilet satmaya odaklı. DoJ'un tespiti bu kategorideki müşterilerin yaklaşık %50'sinin

Spirit müşterisi olduğu yönünde. DoJ ve Hâkim'e göre Jetblue devralma işleminden sonra Spirit'in fiyatlarını yükseltecek ve Spirit'in hedef müşteri kitlesini değiştirecek.

Yargıcın kararındaki şu ifadeye dikkat çekmek isterim; "Even if other ULCCs (düşük fiyat odaklı şirketler) entered former Spirit routes at an unprecedented rate of growth, their entry is unlikely to be sufficient to protect every consumer, in every relevant market from harm.

Yargıç Young bende hayranlık uyandırdı zira son derece teknik bir konuyu işleyen kararında Yogi Berra (ABD'li meşhur beyzbol oyuncusu) ve Niels Bohr'a (meşhur Alman kuantum fizikçisi) atıflar yapmış ve "junk fee" ile ilgili eleştirel bir değerlendirmesinde dipnota Sefiller Müzikalinden bir şarkının (Master of the House) sözlerini eklemiş. Harikulade!

NOT: Bir ülke ancak Yargıç Young ayarında hukuk insanları yetiştirip, yetkilendirdiğinde gelişmiş ülke statüsü kazanabilir kanaatimce. Gerisi mugalatadır.

Şubat 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: küresel ekonomi, tekelleşme, yoğunlaşma, enflasyon, gelir dağılımı, ilaç, teknoloji piyasaları

OXFAM yeni küresel eşitsizlik raporunu Davos toplantısına sundu (ilişikte bulabilirsiniz). Raporun temel savı "tekelci gücün ve yoğunlaşmaların küresel ölçekte artmakta olduğu ve bu gelişmenin küresel eşitsizliği ve enflasyonu tetiklediği" biçiminde. ilaç ve teknoloji şirketlerine (dijital platform sağlayıcılarına) özellikle dikkat çekiliyor.

Bu savı desteklemek üzere çok sayıda uluslararası kuruluşun ve saygın bilim insanlarının yayınladığı çalışmalara referans verilmiş. Meraklısı için, önemli bulduklarımı aşağıda sunuyorum:

IMF (2021). "Rising Corporate Power: Emerging Policy Issues"

W. Chen (IMF-2019). "World Economic Outlook" (özellikle The Rise of Corporate Power başlıklı 2. Bölüm)

A. Velasquez. (2023). "Production Technology, Market Power, and the Decline of the Labor Share"

T. Babina (NBER-2023). "Antitrust Enforcement Increases Economic Activity"

European Central Bank. (2023). "Structural Shifts in the Global Economy"

IMF (2023). "Europe's inflation outlook depends on how corporate profits absorb wage gains", (IMF Blog)

L. Wier and G. Zucman. (2022). "Global Profit Shifting"

rekabet politikasına ve rekabet ve regülasyon otoritelerine çok iş düştüğü/düşeceği bir dönemden geçiyoruz.

Şubat 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: Rekabet Kurumu, Facebook, veri birleştirme, ihlale son verme

Rekabet Kurumunun meta (eski adıyla facebook) kararının özü şudur:

-meta, facebook, instagram ve WhatsApp hizmetlerinden topladığı verileri birleştirip kişisel amaçlı sosyal ağ hizmetleri ile çevrim içi görüntülü reklamcılık pazarlarında faaliyet gösteren rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırıyor ve pazara giriş engeli yaratıyor, böylece kanunu ihlal ediyor.

-Rekabet Kurulu kararın tebliğinden itibaren 1 ay içinde ihlale son verecek tedbirleri bildirmesini istiyor teşebbüsten. Meta, kuruma başvurup uzatma talep ediyor, Kurul bu talebi kabul ediyor. Meta'ya 11.12.2023 tarihine kadar süre veriliyor. (Metanın başvurusunda uzatma talebi 9.12.2023 yani Cumartesi!)

-Meta süresi içinde tedbir önerilerini kuruma sunuyor. Belli ki bu öneriler (Başkanlık ve/veya ilgili daire tarafından) tatmin edici bulunmamış. Bu nedenle Meta önerilerini revize ederek 19.12.2023 tarihinde yeniden sunuyor.

-Kurul (revize edilen) bu önerileri 21.12.2023 tarihinde görüşüyor ve etkin rekabetin tesisi için yeterli olmadığına hükmediyor.

-Bu hüküm uyarınca Kurul'un uzatma talebine karşı belirlediği son tarihi dikkate alarak Meta'ya 12.12.2023 tarihinden başlamak üzere, etkin rekabeti tesis edecek tedbir çözümünün Kurul kayıtlarına gireceği tarihe kadar günlük 4,8

milyon TL idari para cezasına hükmediyor (şimdiden toplam tutar 100 milyon TL'yi aştı).

Burada akademisyen ve pratisyenler bakımından tartışılabilir olan ve kanaatimce konuya ilişkin hazırlanacak bir rehber kapsamında netlik kazandırılması gereken hususlardan bazıları şunlar:

-Kurul'un ilk ihlal kararının gerekçesinde ihlale ne şekilde son verileceği net bir biçimde dile getirilmeli midir? Yoksa bu husus büyük ölçüde teşebbüsün tasarrufuna mı bırakılmalıdır?

-Tebdir taleplerinin bildirileceği 1 aylık süre içinde alınan tedbirlerin yeterliliği ile ilgili müzakereler kimlerle (kurul? başkanlık? ilgili daire?) yürütülmelidir?

-Bu müzakereler teknik birimlerle yürütülüyorsa bunların Kurul bakımından (ya da teşebbüs bakımından) bağlayıcılığı bulunmakta mıdır? Kurul bunun için yetkilendirme yapmalı mı? Tüm müzakere süreçleri resmi olarak kayıt altına alınmalı mı?

-İhlal kararının idari yargı tarafından iptal edilmesi halinde onaylanan/uygulanan tedbirlerden doğan zarar konusu ne olacaktır?

Şubat 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: rekabet, tarımsal piyasalar, değer zinciri, fahiş fiyat, Rekabet Kurumu, Ticaret Bakanlığı

Tarım ürünleri ve gıdada fiyat artış direnci kırılmayınca semt pazarları da hedef tahtasına kondu, baskınlar yapıldı, videolar yayımlandı, fahiş fiyat iddiaları dile getirildi.

Acaba semt pazarlarında fahiş fiyatlar mı söz konusu?

Aşağıdaki tabloyu Bozdemir ve diğerleri (2021) tarafından "Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisinde yayımlanan, "Domates Pazarlama Kanalları ve Pazar Marjının Belirlenmesi" başlıklı makaleden alınan veriler ile oluşturdum.

Çalışmada domatesin yoğun olarak yetiştirildiği Antalya'nın; Alanya, Demre, Kaş, Merkez, Kumluca, Manavgat ve Serik ilçelerinde her ilçeden en az 10 kişi olmak üzere toplamda 80 komisyoncu ve 80 tüccarla görüşülmüş. Ayrıca üretim

bölgesinden domatesin en fazla pazarlandığı Ankara, İzmir, İstanbul ve Konya'daki toptancı hallerinde faaliyet gösteren toplam 116 komisyoncuyla mülakat gerçekleştirilmiş. Bu dört ilde; perakende satış yapan süpermarket, manav ve pazar yerlerinde ürün izleme yöntemi kullanılarak her ilden en az 10 tane olmak üzere 40 farklı nihai satış noktasında aktörlerin piyasada oluşturdıkları katma değer ve maliyetler değer zinciri analiziyle hesaplanmış.

Fiyatlama bakımından tablodan türetilebilecek önemli sonuçlar şunlar:

-Marketlerde sonlanan kanallarda en yüksek fiyat ve en düşük çiftçi payı ortaya çıkarken, semt pazarlarında sonlanan kanallarda en düşük fiyat ve en yüksek çiftçi payı gerçekleşiyor.

-Değer zinciri içindeki aktör sayısı arttıkça fiyat artıyor ve çiftçinin katma değerden aldığı pay azalıyor savı doğru değil. İki aktörlü çiftçi-market kanalında ürün 8,2 TL'ye satılırken, 4 aktörlü çiftçi-komisyoncu-tüccar-pazar kanalında ürünün nihai fiyatı 6,97 TL oluyor.

Sonuç; ürün fiyatlarını düşürebilmek için semt pazarlarının hızla yaygınlaştırılması, marketlerin toplam satış içindeki payının azalması gerekiyor.

Not: rekabet kurumunun tarım sektör raporunda önemli tespit ve öneriler dile getirilmekle birlikte semt pazarları konusuna yer verilmemiş diye hatırlıyorum.

Not 2: ticaret bakanlığı ve Rekabet Kurumu, tarım ürünleri ve işlenmiş gıda piyasalarında fahiş fiyat iddiasını araştırırken muhakkak surette değer zinciri analizi üzerinden tüm alternatif kanalları mercek altına alarak ilerlemeli. Son tahlilde bu sorun ceza ile değil doğru politika tasarımı ile çözülebilir.

Ocak 2024 Paylaşım-3

Anahtar Kelimeler: rekabet, veri mahremiyeti, KVKK, birlikte çalışılabilirlik (interoperability), veri taşıma, FTC

Gündemdeki önemli tartışma konularından biri dijital mahremiyet ve güvenlik ile rekabet arasındaki çatışma ve bu konulara yönelik regülasyonlar arasındaki eşgüdüm.

Dijital platform sağlayıcıları özellikle birlikte çalışabilirlik (interoperability) ve veri taşınabilirliği (dataportability) kurallarına, veri güvenliği ve mahremiyet konularını gerekçe göstererek karşıt tutum takınıyor.

Aşağıdaki değerlendirme notu 21 Aralık'ta FTC nin Teknoloji Blogunda yayımlandı (Interoperability Privacy and Security). Çalışmada özetle birlikte çalışabilirlik ile dijital mahremiyetin korunmasının bir arada gerçekleştirilebileceği, dijital platform sağlayıcılarının bu konudaki itirazlarının olay bazında değerlendirilmesi gereğine işaret ediliyor.

Çalışmanın dipnotlarına özellikle dikkat çekmek isterim. Zira bu dipnotlarda FTC tarafından organize edilen workshoplarda dile getirilen uzman görüşleri ile teknik ve hukuki değerlendirmelere erişmek mümkün.

Not: Rekabetkurumu ile KVKK arasında bu yılın Ekim Ayında imzalanan protokol ülkemiz adına önemli bir adım. Kanımca iki kurum birlikte istişare süreçlerini gerçekleştirip paydaşların görüşlerini aldıktan sonra politika eksenlerini belirleyen ortak bir rapora imza atmalı.

Ocak 2024 Paylaşım-2

Anahtar Kelimeler: rekabet, birleşme/devralma, FTC, DoJ, Birleşme Rehberi

Dün itibarıyla ABD rekabet otoriteleri FTC ve DoJ 2023 Birleşme Rehberini yayımladılar. İlişikte dikkatinize sunuyorum.

Sadece ABD değil dünya ekonomisi bakımından önemli sonuçlar doğuracak bir metindir.

Yeni birleşme rehberi için süreç Ocak 2022 tarihinde başladı. FTC ve DoJ yatay ve dikey rehberlere ilişkin değişiklik yapmak üzere bilgi talebi (request for information) yayımladı. Bu talebe 5000 civarında görüş geldi.

Bu görüşlerden hareketle hazırlanan Taslak Birleşme Rehberi, 19 Temmuz 2023 tarihinde kamuoyunun görüşüne açıldı. Taslak metne 30.000 yorum yapılmış. Ayrıca 3 workshop kapsamında konu paydaşlarla tartışıldı.

Ve yaklaşık 2 yıla yayılan istişare süreci dün Rehberin yayımlanmasıyla sonlandı.

Bu mecrada rehber taslağına ilişkin değerlendirmemi paylaşmıştım. Şimdi taslak metin ile nihai metin arasında anlamlı farklar bulunup bulunmadığını incelemek

gerek. Malumunuz rehberlerin hukuki bağlayıcılığı yok, ancak rekabet otoritelerinin konuya yaklaşımına ışık tutmaları nedeniyle önemli metinler.

Önümüzdeki dönemde hem ABD hem AB tarafında dijital platformlar bakımından daha sıkı bir yoğunlaşma politikası izleneceği aşîkar.

Ocak 2024 Paylaşım-1

Anahtar Kelimeler: rekabet, birleşme/devralma, potansiyel rekabet, AB, ABD, FTC, Adobe-Figma, Meta-Within

Mlex'te yayımlanan aşğıdaki makalede yazar (Flavia Fortes), AB Komisyonunun Adobe-Figma devralma işlemine uyguladığı potansiyel rekabet yaklaşımının FTC ve DoJ tarafından uygulanması halinde Meta-Within gibi devralmalarda farklı sonuç verebileceğini ima ediyor. Bu konu üzerinde durmaya değer. Şöyle ki:

ABD'de yoğunlaşma işlemlerinde potansiyel rekabet faktörüne ilişkin ilk paradigma Philadelphia Bank kararında ortaya konuyor. Bu kararda mahkeme, başka kanıt bulunmadığı durumda birleşme-devralma sonrası piyasada yoğunlaşmanın artmasını ileride muhtemel rekabet kısıtlaması için karene sayıyor ve ispat yükünü (rekabetin kısıtlanmayacağı) işlem taraflarına bırakıyor.

Sonraki birçok mahkeme kararında, Philadelphia Bank kararından geri adım atılıyor. Potansiyel rekabet; fiili potansiyel rekabet ve algılanan potansiyel rekabet olmak üzere iki doktrine ayrılıyor ve her biri için iddia makamından ağır ispat yükümlölükleri talep ediliyor (örneğin Penn-Olin Chemical Co.; Marine Bancorporation kararları).

Clorox'un, Procter&Gamble tarafından devralınması işlemine karşı FTC dava açıyor ve sıvı çamaşır suyu pazarındaki potansiyel rekabet olasılığına işaret ediyor sağlam deliller ortaya koyarak. Buna karşılık temyiz mahkemesi FTC'nin iddiasını, Proctor yönetiminin sıvı çamaşır suyu pazarına girmek istediğine ilişkin net delillerin ortaya konamaması gerekçesiyle reddediyor! Aynı gerekçe Falsstaff Brewing Corp Kararında da dile getirilmiş.

Potansiyel rekabet olgusunu netleştirmek için ABD Adalet Bakanlığı 1968 ve 1984 yıllarında Birleşme Rehberinde değışikliğe gidiyor. Elbette 1984 yılındaki değışiklikte Chicago Okulunun hamisi Reagan'ın başkanlığının etkisiyle daha liberal bir yaklaşım görmek mümkün.

ABD’de bir müdahaleci ekol, regülasyon otoriteleri ve ABD mahkemeleri üzerinde Chicago Okulu yaklaşımının ağırlığını koruduğunu ileri sürüyor. Biden’ın eski antitrust danışmanı Tim Wu, FTC Başkanı Khan gibi isimler bu ekolün temsilcileri sayılabilir, aralarında bir hayli akademisyen ve pratisyen var. Chicago Okulu yaklaşımına göre bir yoğunlaşma işlemi ancak tekelleşmeye yol açıyorsa antitrustın konusu olabilir. Tekelleşmeye yol açmayan her yoğunlaşma işlemi etkinlik arttırıcıdır.

Söz konusu müdahaleci ekolün anlayışına göre Chicago Okulu etkisi nedeniyle potansiyel rekabet doktrini dijital piyasalar da gerçekleşen kritik devralma işlemlerine (facebook-instagram, amazon-wholefoods, google-doubleclick gibi) etkin bir biçimde uygulanamadı. Sonuç ortada. Şimdi Birleşme Rehberinde köklü değişiklikler yaparak daha etkili bir antitrust denetimi deneyecekler. Bir hayli eleştirilse de ben yeni rehber taslağını beğendim.