

ÖZET

Ağ Ekonomisine Dönüşümde Rekabet Politikasında Yaşanan Değişim

Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişle birlikte serbest piyasa mekanizmasının, “müdahale olmaksızın sağlıklı bir şekilde işleyeceği” iktisadi düşünce olarak hâkim görüştü. Ancak piyasada; işletmeler, üreticiler ve tüketiciler arasında oluşan güç dengesizlikleri, kaynakların etkin dağılımı ve toplumsal refahın bozulmasına yol açmıştır. Sosyal devlet ilkesinin gelişmesine bağlı olarak piyasalarda düzenleme yoluna gidilirken, piyasa mekanizmasının da etkin bir şekilde işlemesi için süreç politikası yoluyla müdahale etme fikri benimsenmiştir. Piyasada etkin bir rekabet ile, kaynakların etkin dağılımı amaçlanmıştır.

Ağ ekonomisinde de rekabet politikasının temel amacı, toplumsal refahın sağlanması ve kaynakların etkin kullanımınıdır. Ancak ağ ekonomisinde rekabet politikasının katı ve esnek olmayan uygulama biçimi yerine; her olayı kendi özelinde değerlendirmenin ve esnek bir politika uygulamanın daha doğru olacağı yönünde bir görüş birliği oluşmaktadır. Sanayi ekonomisinden bilgi toplumunun ekonomisi olan ağ ekonomisine geçiş süreci, rekabet politikası araçlarının uygulanmasında da değişimleri zorunlu kılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Rekabet Politikası, Ağ Ekonomisi, Yenilikçi Rekabet

ABSTRACT

Change in Competition Policy in Transition to Network Economy

It is dominant sight as economics thought that free market mechanism works healthy without interference along the transition from agricultural society to industrial society. But power imbalances among firms, producers and consumers in market causes to be upset effective allocation and social welfare. Market is organized related to develop the social state principle and it is adopted interference with process policy to work effectively market mechanism. It is aimed at the resources allocation effectively with effective competition in the market. Also major goal of the competition policy in network economy is get effectively resources allocation and social welfare. Instead of strict and rigid application forms of the competition policy come into existence that the flexible policy applications and evaluating specifically the every events are right. Transition process from the industrial economy to the network economy of knowledge society is get obligatory changes application of competition policy tools.

Keywords: Competition Policy, Network Economy, Innovative Competition

Ağ Ekonomisine Dönüşümde Rekabet Politikasında Yaşanan Değişim



Prof. Dr. Hüsnü ERKAN*

Dr. Abdulvahap ÖZCAN**



GİRİŞ

Ekonominin temel sorunları olan; hangi malların, ne miktarda, kimin için üretileceği sorunu, sosyalist ve kapitalist ekonomik sistemlerde birbirinden farklı yöntemlerle çözülmeye çalışıldı. Sosyalist sistemde bu sorunlar merkezi otoritenin vereceği kararlarla çözüldü. Kapitalist sistemde ise, bu sorunların otomatik işleyen piyasa mekanizması aracılığıyla kendiliğinden çözümleneceği fikri benimsendi. Ancak klasik iktisatçıların teorik düzeyde açıkladıkları gibi, rasyonel hareket eden ekonomik karar birimlerinin hareketlerinin piyasalara yansması, her zaman için kay-

nakların etkin kullanımı, toplum refahının artması ve ekonomik birimler arasında sosyal bir dengelemenin kendiliğinden sağlanmasını mümkün kılamadı. Yani piyasa mekanizması, her zaman mükemmel bir biçimde otomatik olarak işleyemedi. Zaman içinde, ekonomik yapıda dengesizlikler ve eşitsiz ekonomik güç dağılımları, sistemin geleceğini adeta tehdit eder boyutlara ulaşabili. Bu nedenle ekonomik sistemin işleyişinde meydana gelen bu tür aksaklıkların düzeltilmesi için devlet eliyle piyasaların bir ölçüde yönlendirilmesini gerekti. Piyasaların devlet eliyle yönlendirilmesi, sistem ve süreç politikalarının ortak alanında oluşan rekabet politikasıyla gerçekleşti. Başka bir deyimle piyasalar, rekabet yoluyla düzenlenerek, piyasa süreci, dolayısı ile ekonominin akış ve işleyişi etkin duruma getirilmektedir.

* Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü
husnu.erk@deu.edu.tr

** Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü
aozcan@pau.edu.tr

Süreç politikaları içerisinde rekabet politikası, piyasa sistemini koruyan ve onun aksayan yönlerini düzeltici niteliği olan bir politikadır. Rekabet politikası; kaynakların etkin dağılımı, toplum refahının yenilikler yoluyla artmasının sağlanması, eşitsiz güç dağılımlarının önlenmesi gibi amaçlar taşımaktadır. Rekabet politikası bu amaçları, piyasada rekabetin varlığı ve korunması ile gerçekleştirmektedir.

Rekabet politikasının, sanayi toplumu ve sanayi ekonomisi ile ortaya çıktığı ve geliştiği dikkate alındığında; içinde bulunduğumuz bilgi toplumunun ekonomik yapısı olan ağ ekonomisinde hiçbir değişime uğramaksızın uygulanması, söz konusu süreç politikasının etkinliğini azaltabilecektir. Bu nedenle ekonomik sistem olarak piyasa sistem ve sürecinin etkinliğini sağlamaya yönelik olan rekabet politikası, değişen ekonomik yaşama, iş ilişkilerine, değer yaratma kaynağına, piyasa yapılarına uygun biçimde kendini yenilemek zorundadır.

Rekabet politikasının ağ ekonomisinde değişen yönlerini ortaya koymak, çalışmanın nihai amacı olmakla birlikte, öncelikle rekabet politikasının gelişimiyle, bu gelişme sürecinde şekillenen amaçlar ve araçların genel olarak tanıtılması gereklidir. Daha sonra bilgi toplumunu ve bilgi ekonomisinin yapılanması olan ağ ekonomisiyle, bu ekonomik yapılanmada rekabet politikasında meydana gelen değişimler incelenecektir.

REKABET POLİTİKASININ GELİŞİMİ, AMAÇLARI VE ARAÇLARI

Rekabet politikası amaç ve araçlarını incelemeyen önce rekabet politikasının ortaya çıkmasına zemin hazırlayan ekonomik ve toplumsal koşulların rekabet politikasının gelişimi başlığı altında incelenmesinde yarar vardır. Bu koşulların açıklık kazanması, rekabet politikasının amaç ve araçlarının daha kolay anlaşılmasını sağlayacaktır.

Rekabet Politikasının Gelişimi

Rekabetin önemi, toplumsal hayatın gelişmesine paralel olarak artmış ve eski çağlardan itibaren kanun koyucular, rekabeti doğrudan ya da dolaylı olarak düzenleme yoluna gitmişlerdir. Ancak modern anlamda rekabetin düzenlenmesi, ilk olarak ABD’de yapılmıştır. Rekabete yönelik politikalar, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine, yapılarına, kültürlerine ve daha başka birçok faktöre bağlı olarak değişiklik göstermiştir (Aktaş, 2003: 12).

19. ve 20. yüzyılda ABD ekonomisinin gelişme sürecinde başta demiryolu ve ulaşım sistemleri gibi temel alt yapı hizmetlerinin gelişmesi, beraberinde bölgelerarası ticaretin gelişmesini doğurmuştur. Bu gelişmeler kimi firmaların ABD ekonomisinin büyük güçleri durumuna dönüşmesine yol açtı. Başta endüstriyel ürünler ve taşımacılıkta ortaya çıkan, rekabeti sınırlandıran veya tümüyle ortadan kaldıran tröstlere karşı çiftçilerin örgütlenerek bir düzenleme

ve denetleme istemeleri, Sherman Anti-tröst Yasası'nın (Sherman Antitrust Act) 1890'da çıkmasını sağladı (Motta, 2004: 2–5).

Bu Kanun'a, özellikle ölçek ekonomilerini yok edeceği endişesiyle karşı çıkanlar da oldu. Yüksek yoğunlaşma oranının doğal endüstriyel devrim ve etkinliğin bir sonucu olduğu savunuldu. 1914'teki Clayton Yasası, Sherman Yasası'nın tamamlayıcısı niteliğinde olup rekabet politikasının alanını genişletmiştir. Ancak 1890–1930'lu yıllarda yüksek yoğunlaşma oranlarının tüketicilerin zararına değil, aksine yararına olacağı yolunda geliştirilen teoriler çerçevesinde rekabet yasalarının uygulama alanlarını daraltma eğilimi doğdu.

Nihayet 1940'lı yıllara girerken, J.M. Clark işleyebilir rekabet (Workable Competition) teorisini geliştirdi. Bu teoriye göre piyasadaki aksaklıklar, birinci en iyiyi (First Best Solution) sağlamıyorsa, rekabet politikalarıyla ikinci en iyiye (Second Best Solution) ulaşılması gereklidir. Bu teorik gelişmelerin ardından 1950'de Birleşme Yasası ile Clayton Yasası daha da güçlendirildi (Aktaş, 2003: 13–16).

Yakın zamanlarda ABD rekabet politikasında Chicago ve Harvard okullarında yapılan çalışmaların etkisiyle, etkinlik ön plana çıkmış ve rekabet politikasının sosyal amaçlarının, başka politikalarla telafi edilebileceği yönündeki görüşler de savunulmuştur. Pratikte gerek Chicago, gerekse

Harvard Okulu'nun tezlerinin sentezine dayalı bir rekabet politikası (Effective Competition) uygulanmasının ağırlık kazandığı görülmektedir (Erkan, 2001: 187–188). AB'ni kuran Roma Antlaşması'nın 3. maddesinde, Rekabetin üye ülkeler arasında ortak bir Pazar kurulmasında önemli bir araç olduğu vurgulanarak, kurucu antlaşmada yer alması, rekabetin ve rekabet politikasının topluluk için önemini ortaya koymaktadır. Roma Antlaşması'yla serbest rekabete dayalı bir piyasa ekonomisi hedeflenmiş olsa da, rekabet politikası; piyasanın etkinliğini arttıran, kartellere karşı küçük işletmelerin ve tüketicilerin korunmasını hedefleyen bir politika olarak görülmektedir. AB'nin Şubat 1962 tarihli 17 sayılı Konsey Tüzüğü'nün kabulüne kadar rekabet politikasının etkin işleyemediği, ancak bu tarihten sonra Birlik rekabet politikasının son derece etkin bir şekilde işletildiği görülmektedir (Aktaş, 2003: 19–21).

Rekabet Politikasının Amaçları

Ekonomik sistem politikası niteliğinde olan rekabet politikasının amacı, rekabetin korunması ve geliştirilmesi; başka bir deyimle piyasa sisteminde, mikro ekonomik sürecinin işleyişine ilişkin kural ve ilkelere geçerlilik ve işlerlik kazandırılması ve geliştirilmesidir (Erkan, 2001: 174). Rekabet politikası, dar anlamda rekabet yasasında yer alan, “rekabet kurallarının işletilmesi” olarak tanımlanırken; geniş anlamda rekabet politikası, piyasalarda rekabet şartlarının hüküm sürmesine veya etkin ve reka-

betçi firmaların büyümesine ve yaratılmasına imkân hazırlayan kamu politikası aracıdır (Aktaş, 2003: 19–26). Rekabet politikasının en üst ve en genel amacı, ekonomide etkinliğin sağlanmasıdır. Ekonomik etkinlik sağlandığı takdirde kaynaklar en verimli oldukları alanlarda kullanılacakları için toplumsal olarak refah da artmış olacaktır (Sabır, 2002: 97). Rekabet politikası firmaların değişen ve gelişen ekonomik ortama uyum sağlamasını, ürün kalitesinin yükselmesini ve fiyatların düşmesini sağlayarak tüketici refahının artmasını, sanayinin dinamizmini arttırarak istihdam yaratmayı ve yeniliklerin artmasını sağlayarak, iktisadi kalkınmayı ve toplumsal refahın artmasını sağlamaktadır (Devellennes, 1998: 12).

Rekabet teorisinin iki temel yaklaşımı olan Etkin (Fonksiyonel) Rekabet ve Neoklasik Rekabetin, rekabet politikasına yaklaşımları da farklılık göstermektedir. Fonksiyonel rekabet yaklaşımına göre, rekabet politikasının temel işlevleri arasında başta teknik ilerleme olmak üzere ekonomik değişmelere uyum sağlama, kaynak ve gelir dağılımının iyileştirilmesi yer alırken; Neoklasik yaklaşıma göre ise özgürlük fonksiyonu rekabet politikasının temel fonksiyonudur (Erkan, 2001: 181). Bu iki farklı yaklaşımın rekabet politikası amaçları, rekabetin bu işlevlerinden türetilmektedir.

Rekabet politikası, kamunun rekabetçi bir piyasa ortamı yaratma yönünde piyasaya müdahale etme aracıdır. Ancak, kamunun

mal ve hizmet piyasalarına gereksiz müdahaleler yoluyla yarattığı piyasa aksaklıklarına karşı rekabetin savunulmasını da içeren, rekabet hukukundan daha geniş içerik taşıyan bir kavramdır (Karakelle, 2003: 14).

“Rekabet politikası” ile “uluslararası ticaret politikası”, uluslararası ticarete metal paranın iki yüzü gibidir. Ticaret politikası, uluslararası ticarete devletlere ilişkin yasak ve kuralları koyarken; rekabet politikası ise özel sektöre ilişkin kurallara uymayan davranışları belirlemektedir. Temel olarak her ikisinde de tüketicilerin yararını koruma amaçlanmaktadır (Janow, 2003: 2).

Firmalar, farklı yollarla rekabetten kaçınma eğilimi taşırlar. Sabit maliyetlerin varlığı ve yüksekliği, ürün çeşitlemesi, eksik bilgi ve potansiyel rekabetin olmaması rekabetin kendinden beklenen fonksiyonları yerine getirmesine engel olan ve rekabetin aksamasına yol açan etmenler olarak sayılabilir (Atiyas, 2000: 28). Bu yollarla rekabetten kaçma, rekabetten beklenen faydaların tahrip edilmesi anlamına gelmektedir. Bu gibi rekabeti tahrip edici eylemler karşısında, rekabet düzeninin devlet eliyle korunması ihtiyacı, rekabet politikasını gerektirmektedir (Aktaş, 2003: 26).

Devlet, piyasalara rekabet politikası dışında örneğin sanayileşme politikası çerçevesinde de müdahale edebilir. Ancak burada diğer politikalarla rekabet politikasını ayıran ve rekabeti düzenlemede, rekabet

politikasını istenilir kılan başka nedenler vardır. Devlet, piyasada kimi ürünleri doğrudan üretebilir, ama bu tamamen devletçi bir uygulama olup piyasa sistemine aykırıdır. Özel sektörün ürettiği malların fiyatlaması, üretim miktarını ve dağıtımına ilişkin çok sıkı kurallar koyabilir ve bunu denetleyebilir. Bu ise çok yoğun bir bilgi birikimini gerektirip (arz-talep esnekliklerinin bilinmesi, vergi ve sübvansiyonun hesaplanması gibi) geriye çevrilebilirliği daha az, görece katı politikalarlardır. Oysa rekabet politikası ile oyunun kurallarını belirleyip herkesin bu kurallara uyması beklenir, uymayan davranışlar ise cezalandırılır (Atiyas, 2000: 42–43). Rekabet politikası, piyasa düzeninin oluşumunu sağlayan bir süreç politikası niteliğindedir (Erkan, 2001: 174). Rekabet politikasının asıl gücü, rekabet yasalarının düzenlemeleri yoluyla caydırıcılık özelliği taşımasıdır. Diğer taraftan rekabet politikası diğer politikalara göre daha saydam, daha objektif ve siyasi müdahalelerden daha az etkilenmektedir. Bu da rekabet politikasının toplum tarafından daha kolay benimsenmesini sağlamaktadır (Fagerberg, 1988: 363–367).

Rekabet politikasının konularından biri de ekonomik gücün kötüye kullanımının önlenmesidir. Rekabet politikasında güçlüünün bu gücünü kötüye kullanması engellenmiş olmakta ve güçlü karşısında küçük ve yeni işletmeler korunduğundan rekabet politikası meşru görülmektedir (Çiftçi, 2004: 47). Rekabet politikası tarihine bakıldığında

da da görülür ki, ilk anti tröst yasası, küçük firmaları büyük tröslere karşı korumak için çıkmıştır. Küçük firmaları koruma amacı, ekonomik refah amacı ile ters düşmemektedir. Özellikle de küçük ve yenilikçi firmalara verilen destekler, ekonomik gelişmenin fidanlığını besleyerek toplumsal refah artışına katkı yapmaktadır. Ancak küçük işletmeler, sürekli olarak etkin olmayan küçük ölçekle çalışarak, ekonomik refah ve kaynak kaybına yol açabilir. Nitekim, AB komisyonunun yaptığı çalışmada küçük firmaların istihdam yaratmaları, dinamik bir yapıya sahip olmaları, daha yenilikçi olmaları ve büyümeye olan katkıları nedeniyle korunmalarının toplumsal refah kaybına değil, aksine refahın artması yönünde etkiye neden olacağı ortaya konmuştur (Motta, 2004: 22).

Rekabet politikasıyla etkin bir rekabet ortamının sağlanması durumunda fiyatların marjinal maliyetlere yaklaşması söz konusu olacak ve bunun sonucunda kalite, satış sonrası hizmetlerin artması ve yeni ürünler gibi nihai ekonomik etkiler sonucunda tüketiciler bundan yarar sağlayacaklardır. Ayrıca etkin bir rekabet politikası sonucunda rekabetin iyi işlenmesi, ekonomide üretilen mal ve hizmetlerin tüketicilerin istekleri doğrultusunda olacağı için tüketicilerin faydası artabilecektir (Sayhan, 2004:6).

Enflasyonla mücadele, rekabet politikasının amaçlarından biri olarak kimi iktisatçılarca gösterilse de, rekabet politikasının doğrudan böyle bir amacı yoktur. Zira, sü-

rekli olarak girdi fiyatlarının arttığı bir ekonomik ortamda firmalar birbirinden bağımsız olarak fiyatlarını arttırabilirler. Böyle bir durumda kartel engellense bile, enflasyon söz konusudur (Motta, 2004: 24). Bununla birlikte, rekabetin yenilikçi etkisinin maliyet enflasyonunu düşürücü bir sonuç doğurduğu unutulmamalıdır.

Rekabet politikası uygulamasının toplumsal refah artışına etkisi; statik ve dinamik olmak üzere iki farklı şekilde ele alınabilir. Statik olarak ele alındığında, rekabetin aksamasının fiyatların gösterge işlevini yitirmesi sonucu, kaynak dağılımında etkinliğin kaybolması ve toplumsal refah kaybı gündeme gelir. Statik refah kaybına neden olan bir başka unsur ise, rekabetin aksaması sonucu maliyetlerin yükselmesi ve bu durumun piyasada ataletle yol açmasıdır. Kâr amacı taşıyan firmanın, rekabet olmadan maliyetlerini düşürmeyişindeki önemli etken, firma sahibi ve profesyonel yönetici arasındaki amaç farklılığından doğmaktadır.

Rekabetin aksamasının toplumsal refah kaybına neden olmasını dinamik etkinlik açısından da değerlendirmek gerekmektedir. Rekabet politikasının dinamik etkinliği sağlaması, ağ ekonomisinin felsefesine de uygun düşmektedir. Toplumsal refah dinamik açıdan firmaların Ar-Ge ve yenilik yapmasına bağlı olarak ekonominin büyümesine dayalı olarak açıklanmaktadır. Yenilik faaliyetinde bulunan firmanın Ar-Ge faaliyetinde bulunması ve yenilik yapması

nı teşvik için ex-post anlamda elde ettiği bilgiyi yani yeniliği geçici süreyle de olsa patent yoluyla korumak gerekmektedir. Ancak yenilik öncesi yani ex-ante olarak piyasa yapısının yenilikçi ortama sahip olması, yenilik yaratmak, yani dinamik etkinlik için önemlidir. Schumpeterci anlamda, uluslararası şampiyonlar için, ulusal şampiyonlar yaratmaya yönelik yenilikçilik süreci, firma büyüklüğü ve piyasaya hâkim olma durumundan etkilenmektedir. Bu arada, sanayi politikası ile rekabet politikası amaçları bazı durumlarda kısmi çelişki içine girebilir (Atiyas, 2000: 30–35). Firmaların içsel büyümeleri rekabet açısından bir zıtlık oluşturmazken, dışsal büyüme sürecinin, rekabet ve toplumsal açıdan fayda ve sakıncalarının çok iyi değerlendirilmesi gerekmektedir. Diğer taraftan Enformasyon ve İletişim Teknolojilerinin yarattığı fırsatlar, firmalar arasında kurulacak ağlar ve bilgi akışının artması ve bilginin en başta kendisinin önemini arttığı ağ ekonomisi, firmaların ölçek avantajı ve piyasa hâkimiyeti olmadan da yenilik yapmada başarılı olabilecekleri bir ekonomik ortamdır. Ayrıca uygulanacak diğer rekabet ve teknoloji eksenli politikalarla KOBİ'lerin de yenilik ve toplumsal refahın artmasında önemli rol oynayacakları göz ardı edilmemesi gereken bir konudur.

Rekabet politikasının hemen her ülke için geçerli olan ortak amaçları yanında, farklı ülkelerde bu amaçlar yanında farklı bir takım amaçların da belirlenmesi, rekabet po-

litikasının ruhuna aykırı düşmemektedir. Örneğin AB rekabet politikası, üye devletler arasında mal, hizmet, sermaye ve işgücünün serbestçe dolaştığı bir tek pazar oluşturma yönündeki politik amacı da içermektedir (OECD, 2005: 14).

Rekabet politikasının oluşturulmasında karşılaşılan en önemli sorun, rekabet politikasında politik sürecin belirleyici olmasıdır. Güçlü firmaların ya da tekelci firmaların politikacıları etkileyebilmeleri, rekabet politikasının oluşturulması sürecini olumsuz etkilemekte ve rekabet politikasından beklenen toplumsal faydanın olumsuz etkilenmesine neden olabilmektedir (Okur, 1993: 55).

Rekabet Politikasının Araçları

Rekabet politikası araçları ülkeden ülkeye, kurumsal yapıya ve uygulamaya bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir. Ancak üç genel rekabet politikası aracı söz konusudur: yasaklayıcı önlemler, ekonomik gücün kötüye kullanmanın önlenmesi ve piyasa yapısının değiştirilmesine yönelik düzenlemeler (Erkan, 2001: 190).

Yasaklayıcı önlemler olarak, rekabete aykırı anlaşma ve uyumlu eylemlerin denetimi ile birleşme ve devralmaların kontrolü yoluna gidilir. Kötüye kullanmanın önlenmesinde, hâkim durumun ve ekonomik gücün kötüye kullanılması engellenir (Kaldırmacı, 2003:107). Piyasa yapısının değiştirilmesine yönelik olarak da , rekabetçi olmayan piyasa yapıları, doğrudan ve dolaylı

araçlarla rekabetçi olma yönünde yönlendirilir (Erkan, 2001: 190).

Yasaklayıcı önlemler, rekabeti sınırlayıcı davranış biçimlerini yasaklayarak rekabeti korumayı amaçlar. Bu nedenle; kartel oluşturmak, füzyona gitmek, piyasada paralel davranışa gitmek, rakibi önleyici ve piyasadan atmaya yönelik davranışlar, yasaklanır. Bu türden davranışların yasaklanarak rekabeti kısıtlayıcı durumları ortadan kaldırmaya yönelik politikalar, rekabetin nedenlerine yönelik ve dönem başı (ex ante) politikalarlardır (Erkan, 2001: 190).

İşletmeler arasındaki kimi anlaşmalar rekabeti bozmaktadır. Firmaların kendi aralarındaki rekabetten dolayı oluşan rekabetçi fiyatlardan, tüketicilerin yararlanmalarını engellemek amacıyla firmalar, fiyat düzeylerini birlikte belirleyebilmektedirler. Böyle bir anlaşma fiyatların artmasına neden olurken (ya da en azından düşmesini de engellerken), fiyatlar piyasada gösterge olmaktan çıkarak rekabetin fonksiyonlarının işlememesine ve piyasa sisteminin aksamasına neden olmaktadır. Piyasadaki bir grup firma arasındaki “sınırlayıcı anlaşma” olması, diğer firmalar arasındaki rekabeti de olumsuz etkileyebilecektir (AKTD, 2006: 4). Rekabeti sınırlayıcı anlaşmalar yatay anlaşma ve dikey anlaşma şeklinde olabilmektedir. Yatay anlaşma daha çok fiyat belirleme ve çıktı düzeyi ile piyasaların paylaşımı gibi konularda görülmektedir. Fiyatların yükselmesi ve kalitenin düşmesine yol açan dikey anlaşmalar ise, dağıtım kanalla-

rını kontrol etmektedir. Dikey anlaşmalar sonuçları bakımından yatay anlaşmalardan daha karmaşıktır (Wise, 1998: 17). Potansiyel rekabeti ortadan kaldırabilen böyle bir durumda firmalar, dinamik yapılarından uzaklaşarak atalet içinde ürün kalitesinin iyileştirilmesi, yeni ürünler ve maliyet düşürücü yöntemler gibi arayış içine girmeyeceklerdir. Bu ise toplumsal refah kaybı anlamına gelecektir.

Rekabet hukuku, firmalar arasındaki bu türden sınırlayıcı anlaşmaları yasaklayarak piyasadaki fiyatların rekabetçi fiyat düzeyinde belirlenmesini hedeflemektedir. Böylece piyasada rekabetçi fiyatlardan tüketiciler fayda sağlarken, firmalar da daha verimli olmaya çalışacak ve maliyetlerini düşürme ve/veya yeni ürünler üretme yönünde yenilik arayışına girerek dinamik bir rekabet yarışında yerlerini alabileceklerdir.

Rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar; fiyatın, rekabet fiyatının üzerinde oluşmasından dolayı, kaynakların etkin kullanılmaması ve refahın azalması sonucunu doğururlar. Bu nedenle her ülkede bu tür uyumlu davranışlar cezalandırılmaktadır. Ancak uygulamada fiyat belirleme anlaşmalarına ülkeler arasında farklı yöntem ve farklı mücadele yöntemleri geliştirilmiştir. Avustralya, AB ve ABD gibi ülkelerde bu tür eylemler “**per se illegal**” (kendiliğinden kanuna aykırı)” görülerek adli cezalar uygulanırken, Kanada’da fiyat belirleme anlaşmalarının aynı zamanda pazarın önemli bir bölümünü etkilemesi sonucunda ancak adli cezalar ve-

rilmektedir. Buna karşın İspanya, İngiltere ve İsveç’te fiyat belirleme anlaşmalarına “**rule of reason**” (makul, hoşgörülebilir olma)” kuralı uygulanmaktadır (Aktaş, 2003: 33).

Fiyat belirlemeye yönelik olarak yapılan yatay birleşmeler ve dikey birleşmeler şeklindeki anlaşmaların rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadığı yönündeki görüşler farklılık göstermektedir. Bu yönde farklı ülkelerde farklı uygulamalar yapıldığı gözlenirken, farklı iktisat ekollerinde de konuya yine farklı yaklaşımlar söz konusudur. Yatay ve dikey anlaşmalardan hangisinin fiyat belirlemeye yönelik rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar kapsamına girmesi gerektiği yönünde tartışmalar söz konusudur. Özellikle Chicago Okulu, sadece yatay birleşmelerin rekabeti kısıtlayıcı anlaşma kapsamında olması gerektiğini savunduğu görülmektedir. Dikey anlaşmalara ise “**rule of reason**” kuralının uygulanması gerektiğini ileri sürmektedirler. Dikey birleşmelerin ekonomik etkinliği arttıracığı yönündeki görüşlere rağmen, bu tür birleşmelerde ekonomik etkinlik ile rekabeti kısıtlama arasında ince bir çizgi bulunduğu belirtilmektedir. En azından uygulamada bu tür birleşmelerin çok dikkatli incelenmesi gerektiği belirtilmektedir (Aktaş, 2003: 33).

Firmaların birleşmeleri bazı durumlarda piyasa üzerinde olumlu etki yaratabilir. Özellikle yeni ürün ya da üretim süreçleri konusunda Ar-Ge faaliyeti yapma konusun-

da birleşmeler bir sinerji yaratabilir. Diğer taraftan birleşmeler üretim, yönetim ve satış maliyetlerinin de düşmesini sağlayabilir. Bu tür etkiler rekabetin daha yoğun bir hale gelmesine ve bundan da tüketicilerin kâliteli, düşük fiyatlı ürünler veya yeni ürünler şeklinde faydalanmalarını sağlar. Ancak birleşmeler diğer taraftan piyasada hâkim duruma gelmeyi sağlayabileceğinden, bu hâkim durumun kötüye kullanılmasını rekabet politikası yasaklamıştır (AKTD, 2006: 6).

Birleşme ve devralmaların kontrolü diğer iki araçtan farklılık göstermektedir. Diğer iki araç piyasada var olan rekabeti bozucu davranışları engellemeye çalışırken, birleşme ve devralmaların kontrolü gelecekte olası rekabeti bozucu davranışları engellemeye yöneliktir. Birleşmeler genel olarak üç farklı türde gerçekleşmektedir.

Birincisi aynı piyasa ve aynı üretim düzeyindeki yatay birleşmelerdir. Bu birleşmeler, firmaların etkinliklerini arttırma ve pazar payını arttırma amacıyla yapılan birleşmelerdir.

İkincisi, üretim ve pazarlamanın farklı düzeylerindeki üretim ve pazarlamanın daha az masrafla daha etkin gerçekleşmesi amacıyla yapılan dikey birleşmelerdir.

Üçüncüsü ise farklı ya da ilgisiz sektörlerdeki firmaların karşı karşıya oldukları riskleri azaltmak ya da farklı alanlara genişlemek için yaptıkları birleşmelerdir.

Birleşme ve devralmalara nasıl bakılaca-

ğı yönünde tartışmalar olsa da, firmaların yeni yatırım yerine dışsal olarak büyümesinin nedeni farklı güdüler olabilir. Özellikle yatay birleşmeler konusunda bir taraftan iktisadi etkinlik artarken diğer taraftan da kartel oluşumuna karşı çıkan yasanın bu gibi durumlarda kartelleri içselleştirebileceği yönünde kaygıları öne çıkmaktadır (Aktaş, 2003: 35–36).

Ekonomik gücün kötüye kullanımının önlenmesine yönelik araç, rekabet sınırlamalarının nedenlerini ortadan kaldırmaya yönelik bir araç değildir. Rekabet politikasında, piyasa gücü ve rekabetçi olmayan piyasa yapılarının varlığı kabullenilmekle birlikte, bunun kötüye kullanımının önlenmesi için, gözetim ve denetimi yoluna gidilmektedir. Ekonomik gücün kötüye kullanımının önlenmesi, rekabet bozucu durumu nötrleştirici nitelikte olan bir rekabet politikası aracıdır (Erkan, 2001: 190).

Rekabet politikası, rekabet hukuku aracılığıyla teşebbüslerin hâkim durumlarını kötüye kullanmalarını yasaklamaktadır. Burada yasaklanan durum hâkim durum değil, hâkim durumun kötüye kullanılmasıdır (Sayhan, 2004: 23). Firmalar, piyasada etkin bir güç elde etmek, büyümek ve piyasa paylarını arttırmak amacı taşırlar. Bu amaçın kendi başına rekabet politikası açısından bir sakıncası da yoktur. Ancak piyasada elde edilen bu hâkim durumun rekabeti önleme yönünde kullanılması halinde, “hâkim durumun kötüye kullanılması” söz konusu olur ve rekabet politikası, bu durumu

ortadan kaldırmayı amaçlar. Eğer firma davranışlarında piyasadaki rakip firmaların, ara malı sağlayan firmaların ve tüketicilerin tepkilerini dikkate almadan faaliyette bulunabiliyorsa, bu durumda söz konusu firmanın hâkim durumda olduğu kabul edilir (AKTD, 2006: 5). Hâkim durumda olan bir firma gelirini artırmak, rakiplerini zayıflatarak veya eleyerek ve yeni girenlere piyasaya girme hakkı vermeyerek piyasadaki nüfuzunu pekiştirmek için bu konumunu kötüye kullanmayı deneyebilir. Bu durumda hâkim durumun kötüye kullanılması söz konusu olduğundan rekabet hukuku bunu yasaklamıştır. Hâkim durumun kötüye kullanılması piyasada fiyatların yükselmesine, arzın kısılmasına neden olarak rekabetin aksamasına yol açmakta ve bundan bir bütün olarak toplum zarar görebilmektedir (Wise, 1998: 18).

Pazarda tekel veya hâkim durumda olmak “per se illegal” görülmemektedir. Rekabetin kısıtlanması açısından hâkim durumun belirlenmesi çok zor bir konudur. Ülkeler arasında farklılıklar olsa da hâkim durum sayılıp sayılmama açısından yaklaşık oranlar söz konusudur. Pazar payı %30’dan az ise hâkim durum olamayacağı birçok ülkede kabul edilmiş bir orandır. Buna karşın pazar payının %60-70’i aşması durumunda ise hâkim durumun mutlak surette varlığından bahsedilmektedir.

Hâkim durumun belirlenmesinin zorluğu yanında hangi davranışların hâkim durumun kötüye kullanılması sayılacağı konu-

sunda da tam bir netlik yoktur. Piyasaya girişleri engellemek, rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırmak, ayrımcılık, yıkıcı fiyat, hammaddelerin veya dağıtım kanallarının öncelikli kullanımı ve rakibin girmemesi için tüketicilerin veya tedarikçilerin bağlanması gibi davranışlar, hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmektedir. Hâkim durumdaki firmaların gelişmekte olan ülkelerde rekabet sürecine daha fazla zarar verdiği ileri sürülmektedir. Çünkü bu ülkelerde hakim durumun elde edilmesi ya devlet politikalarının bir sonucu ya da özel rant mekanizmasının bir sonucu olabilmektedir. Oysa gelişmiş ülkelerde hâkim durum piyasada rekabet sürecinin sonucunda elde edilmektedir. Dolayısıyla gelişmekte olan ülkelerdeki bu tür firmaların verimsizdirler ve mevcut durumlarının devamı için doğal olmayan engeller yaratmak ya da devletin yarattığı engellerin devamını sağlama yönünde davranarak rekabeti engellemek istemler (Aktaş, 2003: 34).

Hâkim durum rekabet politikası açısından değerlendirildiğinde; bir taraftan rekabeti engellerken diğer taraftan da maliyetlerin azalması ya da yeni ürünlerle tüketicilere farklı alternatifler sunularak refahın artması gibi bir ikilem yaratmaktadır. Rekabet politikasının dar anlamda amacı rekabetin korunması olarak bakıldığında, bu tür hâkim durumun rekabeti olumsuz etkilediği ve engellenmesi gerektiği düşünülebilir. Ancak rekabet politikasının daha üst ve genel amacı toplumsal refahın artması olduğu

düşünüldüğünde, rekabetin kısmen, geçici olarak aksamasına rağmen toplumsal refahın artması tercih edilir bir durumdur. Böyle bir trade off durumu kabul edilebilir görülmektedir (Pitofsky, 2001: 2).

Firmanın piyasada hâkim durumunun kötüye kullanılmasını tespit etmek için tüketici refahının tehdit altında olup olmadığına bakılabilir (Harvard Law Review, 2001: 1637). Diğer taraftan firmaya hâkim durumu sağlayan mülkiyet hakkı ise rekabet politikasınca değil, ülkelerin kendi yasama meclislerince sağlandığı göz ardı edilmemelidir. Eğer fikri mülkiyet hakları çok geniş haklar içeriyorsa ve bu durum toplumsal refah kaybına neden oluyorsa, gerekli düzenlemelerin meclis tarafından yapılması gerekmektedir (Posner, 2000: 5).

Piyasa yapılarının değiştirilmesi politikası ise, piyasada egemen olan rekabeti bozucu yapıya, devletin müdahale ederek değiştirmesine yönelik önlemleri kapsar. Böylece monopol ve benzer piyasa güçlerinin egemen olduğu durumlar, rekabetçi bir piyasa yapısına dönüştürülür. Bu türden önlemler, piyasada rekabeti bozucu yapının varlığının kabulünden sonra söz konusu nedenlerin ortadan kaldırılmasına yönelik olduğu için dönem sonu (ex post) niteliği taşıyan bir politikadır. Piyasa yapısını değiştirmeye yönelik araçlar, füzyon kontrolü ve füzyonun dağıtılması gibi doğrudan doğruya olabileceği gibi ek vergiler, sübvansiyonlar gibi dolaylı araçlarla da piyasa yapısının değiştirilmesi de söz konusu olabilir

(Erkan, 2001: 190-191).

BİLGİ TOPLUMU VE AĞ EKONOMİSİNE DÖNÜŞÜMDE REKABET POLİTİKASI

Rekabet Teorisi ve Politikası, Sanayi Ekonomisi içinde doğup gelişmiştir. Bu yüzden daha çok sanayi ekonomisinin işleyişine ve orada görülen piyasa aksaklıklarının giderilmesine odaklanmıştır. Oysa, insanlığın bilgi toplumuna dönüşümüyle birlikte yeni bir ekonomik yapı ve sistem oluştu. Bu yeni yapının özelliklerine bağlı olarak piyasada etkinliği sağlama amacı doğrultusunda rekabet teorisi ve politikası da yeni bir değişim süreci yaşamaktadır. Çalışmanın bu bölümünde bilgi toplumuna geçiş süreci ve bilgi toplumunun ekonomik yapılanmasının özellikleri incelenerek bu değişim sürecinde rekabet politikasında yaşanan değişimler ele alınacaktır.

Bilgi Toplumu ve Ağ Ekonomisi

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere gelişmiş Avrupa Ülkeleri ve daha sonra diğer ülkeleri de etkisi altına almaya başlayan toplumsal bir dönüşüm süreci görülmeye başlandı. Yaşanan bu toplumsal dönüşüm, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecidir. 18. yy.'daki buhar teknolojisi; üretim, ulaşım, enerji gibi ekonominin hemen tüm alanlarına uygulanmasıyla başlayan süreçte tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişi sağlamıştı. 20. yy.'ın ikinci yarısında başlayan dönüşümde

ise Enformasyon ve İletişim Teknolojilerinin (IT) benzer bir rolü ile bilgi toplumuna geçiş süreci başlamıştır. IT denildiğinde, ilk olarak bilgisayarlar olmak üzere mikro elektronik, biyo teknoloji, robotlar, iletişim teknolojileri ve yeni malzemeler ve bu teknolojideki yaşanan son derece hızlı gelişmeler anlaşılmaktadır.

IT'nin yarattığı bu dönüşüme sanayi sonrası toplum, bilgi çağı, bilgi toplumu gibi farklı isimler verilmiştir. Sosyal bilimciler ve iktisatçılar yaşanmakta olan bu dönüşümü, kimi zaman tarihsel süreci bir bütün olarak, kimi zaman da ekonominin yapısında görülen değişimler temelinde açıklamaya çalışmışlardır. Örneğin A. Toffler (1996, 26–27), insanlık tarihinin dönüm noktalarını açıklarken, fiilen yaşanmakta olan süreci bilgi çağı olarak adlandırmaktadır. M.U. Porat, istatistiksel olarak iki sektörlü model çalışmasında bilgi toplumunu, sanayi sonrası toplum olarak adlandırmıştır (Dura ve Atik, 2002: 43–44). Yine J. Naisbitt (Naisbitt ve Aburdene, 1985: 3–5)'in istatistiksel olarak aktif nüfusun dağılımını temel alan ve aktif nüfusun büyük bölümünün hizmet sektöründe istihdam edilmesi bulgularına ulaşmasıyla yaşadığımız çağı bilgi toplumu olarak kabul etmektedir. Y. Masuda (1990: 3–10), maddi mallar yerine enformasyon mallarının ağırlıklı olarak üretildiği ekonomiyi enformasyon ekonomisi olarak kabul etmektedir. D. Bell (1973: 123–127)'in ise toplum yapısında meydana gelen değişimleri inceleyerek şu anki toplumu kapitalist

ötesi toplum olarak yorumlaması, artık bilgi toplumuna geçildiğinin genel kabul gören bir görüş olduğunu göstermektedir. Bilgi ve entelektüel sermayenin önemi nedeniyle ulaşılan yeni uygarlık düzeyini, H. Erkan (1998)'da bilgi toplumu olarak ele almaktadır. Kavram son zamanlarda zaten “knowledge society-bilgi toplumu” olarak kullanılır oldu.

Enformasyon ve İletişim Teknolojilerindeki gelişme, toplumsal sistemin dört alt sistemi olan ekonomik, sosyal, politik ve kültürel alt sistemleri etkileyerek bu dönüşümü sağlamıştır (Erkan vd., 1996: 12). Bilgi toplumunun ekonomik yapılanması konusunda çalışma yapan iktisatçılar, söz konusu ekonomik yapılanmayı farklı şekillerde farklı adlarla tanımlama yoluna gitmişlerdir: Bilgi çağı ekonomisi; enformasyon ekonomisi, bilgi ekonomisi, e-ekonomi, ağ ekonomisi gibi farklı adlarla ifade edilmektedir (Harvard Law Review, 2001: 1628–1630).

Ağ ekonomisinde faaliyette bulunan örgüt yapılarını tanımladığımızda, büyük ölçüde bu ekonomiyi de tanımlamış olabiliriz. Bu nedenle ağ örgütler ya da diğer adıyla şebeke örgütler, “temelde çekirdek teknoloji ve süreçlere odaklanan ve bu çerçevede tedarikçiler, dağıtım işletmeleri ve/veya rakiplerle kurulan stratejik işbirlikleri ve ortaklıklar (Bolat, 2005: 90)” ya da “bir mal veya hizmeti üretebilmek için yapılması gereken iş ve faaliyetleri ve bunun için gerekli olan kaynakları tek bir işletmenin bünye-

sinde toplamak yerine farklı işletmelere dağıtmış organizasyon şeklidir (Koçel, 1998: 283)” diye tanımlanabilmektedir.

Ağ ekonomisi ise, işletme içi ve işletmeler arasında temel yeteneklere odaklı örgüt yapılanmalarından oluşan ve bilginin temel üretim faktörü, üretim süreçlerinde kullanılan teknoloji ve üretim süreci sonunda ürün olarak yer aldığı, yenilik yaratmanın öncelikli işletme stratejisi olduğu, işletmeler arasında işbirliğinin esas alındığı bir ekonomi olarak tanımlanabilmektedir. Ağ ekonomisinde piyasa yapısı dinamik ve değişken rekabet piyasası özelliği göstermektedir. Bu durum, tam rekabetin statik bakış açısından aksak rekabet olarak görülürken, yenilikçi-dinamik etkin rekabet açısından, içerik, işleyiş ve işlev olarak farklıdır. Zira yeniliğin yarattığı aksaklık, verimlilik ve kalite artışı olarak refah artışına yol açmaktadır. Yeniliklerin radikal yenilik veya artımsal yenilik olmasına bağlı olarak da dinamik rekabet piyasaları kendi içinde şekillenerek monopol ya da monopollü rekabet benzeri piyasalara dönüşebilmektedir. Zira, radikal yenilik şeklinde bir ürün ya da süreç yeniliği yapan firma, söz konusu yenilik aracılığıyla piyasada yenilik monopolü oluşturmaktadır. Ancak yapılan yenilik türü artımsal ürün yeniliği ise piyasa yapısı monopollü rekabet piyasasını andırmaktadır. Şayet, piyasada kurulan ağ işbirlikleri bir tek ürünün üretilmesine yönelik kurulan ağ işbirliği ise piyasa bu kez monopol piyasasına dönüşmektedir. Buna karşılık, ay-

nı ya da benzer malların üretiminde birden fazla ağ işbirlikleri kurulması söz konusu olduğunda ise monopollü rekabet piyasasına benzer bir piyasa yapısı oluşmaktadır. Ancak, bilgi çağının yenilikçi-dinamik piyasa yapısında yenilikler ile piyasalara giriş çıkışlar süreklilik göstermekte ve dinamik bir yapı sergilerken piyasaya, kalıcı ve statik bir yapı değil; aksine yarattığı tepki esnekliği ile piyasaya esneklik ve değişkenlik getirmektedir. Burada rekabet, yenilik temelinde ve yeniliğin yarattığı dinamizm süreci içinde işlemektedir. Birçok piyasada azalan verimler yerine artan verimler ilkesi geçerlilik kazanmaktadır. Üretim sürecinin başlangıcında yüksek sabit maliyetlerin varlığı ve üretimde yoğun bilgi kullanımı ve değişken maliyetlerin görece öneminin azlığı, marjinal maliyetlerin giderek azalmasına neden olmaktadır.

Ağ ekonomisinin temel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Tapscott, 1996, 43–72):

-Ağ ekonomisinin temelini bilgi oluşturmaktadır. Ekonomik değer yaratmanın temelinde bilgide yatmaktadır. Ayrıca bilgi ekonomisi bilginin iletişim ağları üzerinden ışık hızıyla hareket ettiği dijital bir ekonomidir.

-Ağ ekonomisinin moleküler yapıları, dijital teknolojinin katkısıyla ağ yapıları içinde sinerjik etkinin doğmasını sağlamaktadır.

-Ağ ekonomisi sürekli yenilikler getiren bir ekonomidir. Sürekli yeniliklerin kayna-

ğını oluşturan bilgi ise ağ ekonomisinde örgütsel öğrenme sürecinde ortaya çıkmaktadır.

Ayrıca ağ ekonomisinde yenilikçi teknolojik gücü bilgisayarlar oluşturmakta ve bilgisayarlar zihinsel emeğin ikamesinde kullanılmaktadır. IT malları, bu dönemin üretimdeki temel özelliklerini yansıtan mallardır. Ağ ekonomisinin girişimcisi yenilikçi girişimcidir (Erkan, 1998: 103).

Ağ ekonomisinde firmalar rekabeti, fiyat eksenli rekabetten yenilik eksenli rekabete taşımışlardır. Yenilik kimi zaman üretilen ürünlerde (ürün ve süreç yeniliği), kimi zaman endüstri ilişkilerinin değişen doğasına paralel olarak işbirliği şeklinde (ortaklaşa rekabet) ortaya çıkmaktadır. Ancak şurası hemen vurgulanmalıdır ki; bu farklı yaklaşımların özü, hepsinin de yeniliği temel almalarıdır.

Geleneksel olarak rekabet, daha çok fiyatlar üzerinden yapılan, maliyetlere ve verimliliğe dayalı bir rekabet anlayışıdır. Ancak sadece verimliliğe odaklanma, işletmenin bir anlamda esneklik kaybetmesine, konjonktürel dalgalanmalara karşı katı bir yapı içinde başarısız kalmasına neden olabilmektedir. Diğer taraftan maliyetlere odaklanma ise işletmeye bir noktaya kadar avantaj sağlarken belirli bir eşikten sonra maliyetleri daha da aşağı çekmek mümkün olamamaktadır. Oysa, ağ ekonomisinde bilginin temel üretim faktörü olması nedeniyle, yeni bilgi kullanı-

mına dayalı olarak üretilen kısmen (artımsal yenilik) ya da tamamen farklı yeni mallar (radikal yenilikler) üretimiyle, yeni bir rekabet anlayışı yaratmaktadır. İlk olarak Edward De BONO (2000)'nun ortaya koyduğu Rekabet Üstü Olma (Sur-petition), rakiplerden farklı olarak rekabeti daha üst bir çizgiye taşımayı hedefleyen ve piyasada var olmayan tamamen farklı bir ürün ve değer üretmeye dayalı yenilik eksenli rekabettir. Özellikle ağ ekonomisinde müşteri isteklerinin ön plana çıkmasıyla beraber, müşterilerin ihtiyaçlarına yönelerek bu ihtiyaçları önceden görüp yeni bir ürün üreterek rekabetten galip çıkma yoluna gidilmektedir.

Bir diğer yenilik odaklı rekabet türü ise ortaklaşa rekabettir (Coopetition). Adam Brandenburger ve Barry J. Nalebuff (1998) tarafından ortaya konan bu yaklaşım, bir yönetim stratejisi niteliğindedir. İşletmelerin bilgi ve diğer kaynaklarının sınırlı olmasından yola çıkan bu görüşe göre; firmalar, “benim şirketim seninkini alt eder” yerine “bizler sizin karşınızdayız” şeklinde bir slogan ile birbirleriyle, bir taraftan rakip iken, diğer taraftan belirli alanlarda, belirli konularda ortaklığa gitmektedirler (Brandenburger ve Nalebuff, 1998'den aktaran Bullinger ve Fischer, 2003: 16). Böylelikle işletmeler kaynaklarını ve bilgilerini birleştirerek, sinerjiye dayalı bir yenilik yaratmakta ve bu işbirliği sonucunda her iki taraf da kazançlı çıkmaktadır.

Ağ Ekonomisinde Rekabet Politikası

Ağ ekonomisinde rekabet politikasının amacı, piyasada dinamik etkinliği sağlamak ve yenilikçi rekabeti koruyup geliştirmektir. Ancak rekabet ve rekabet politikasının en temel amacı, etkinlik aracılığı ile toplumsal refahın artmasına katkıda bulunmaktır. Bu çerçevede rekabet politikası araçlarının uygulanmasında da kısmi değişimler gündeme gelmektedir.

Ağ ekonomisinde hâkim durumun kötüye kullanılması ile ilgili iktisatçılar farklı görüşlere sahiptirler. Müdahale yanlısı görüşe göre; firmaların ağ ekonomisi özelliği nedeniyle ürettikleri ürünlerde hâkim duruma gelmeleri, piyasaya yeni girişleri engellemekte ve dolayısıyla rekabeti aksatmaktadır. Bu nedenle anti-tröst yasaları uygulanmalıdır. Diğer bir görüşte ise müdahaleye karşı çıkılmaktadır. Ağ ekonomisinin kendi doğası ile mevcut durumun kendiliğinden ortadan kalkacağını ve yenilikler aracılığı ile piyasaya yeni girişlerin olacağı savunulmaktadır. (Hahn, 2001: 41).

Ağ ekonomisinde özellik IT ürünlerinde ölçek ekonomileri, çok güçlü bir etkiye sahiptir. Maliyetlerin büyük bir bölümü, sabit maliyetler ve ilk üretim maliyetlerinden oluşmaktadır. Üretim arttıkça maliyetler büyük bir hızla azalmaktadır. IT ürünlerinin bu özelliği, piyasada firmaların kolaylıkla monopol gücü ya da monopole benzer bir güç elde etmelerine yol açmaktadır (Shapiro, 1999:4). Dolayısıyla bu tür ürün-

lerin yer aldığı piyasalarda fiyatlar, hızla düşebilmektedir. Fiyatların hızla düşmesi ve yüksek sabit maliyetlerin varlığı nedeniyle piyasaya girişlerin engellenerek hâkim durumun kötüye kullanılması gibi bir durum ortaya çıkmaktadır. Ancak ağ ekonomisine özgü üretim sürecinin özelliği nedeniyle bu durumun hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmesi doğru değildir. Burada ölçek ekonomisine bağlı olarak fiyatların düşmesi ve bunun sonucunda oluşan yenilikçi-dinamik rekabet piyasaları, rekabeti bir ölçüde aksatmış olsa bile sonuç itibarıyla düşen fiyatlardan ve artan üretim miktarından tüketiciler olumlu bir biçimde yarar sağlayacakları için rekabet politikasının en genel amacıyla örtüşen bir durum söz konusu olmaktadır. Geleneksel anlamda maliyetler, firmanın gücünün bir göstergesidir ve marjinal maliyetin üstünde bir fiyatı belirleyebilen firmanın piyasa gücü olduğu kabul edilebilir. Ağ ekonomisinde ise marjinal maliyetin ötesinde, firma yaptığı yüksek yatırımları da fiyata yansıtmak isteyecektir (Hahn, 2001, 37). Fiyatlar marjinal maliyetlerin üstünde belirlendiği için firmanın piyasada hâkim durum elde etmeye çalıştığı yönünde bir endişenin doğması yanlış olabilecektir. Ayrıca monopolü rekabet benzeri yenilikçi-dinamik rekabet piyasalarında firmaların monopol benzeri bir güç elde etmek için sürekli olarak ürün yeniliklerine (artımsal yeniliklere) başvurmaları, tüketici refahının artmasına katkı sağlayacak ve dinamik bir yenilik re-

kabeti ortaya çıkacaktır. Piyasada yaşanan bu rekabet durumu rekabet üstü olarak adlandırılmak durumundadır.

Antitröst durum değerlendirmesi yaparken uzun ve kısa dönemli etkileri iyi değerlendirmek gerekmektedir. Kısa dönemde piyasaya girişlerin engellendiği bir ortamda uzun dönemde teknolojik gelişmeler bunu azaltabilmekte ve müşterilerin refahını olumlu etkileyebilmektedir (Mendez ve González, 2002,14). Kısa dönemde firmaların elde edebilecekleri aşırı kârlar uzun dönemde teknoloji alanına yapılacak yatırımlar ve bunun sonucunda geliştirilebilecek yeni teknolojiler sayesinde üretim maliyetlerinin daha da düşmesi ve / veya ürün yenilikleri sonucunda tüketici refahının artmasına katkıda bulunabilecektir.

Ağ ekonomisinde yüksek sabit maliyetler ve değişken maliyetlerin görece öneminin düşüklüğü nedeniyle fiyat maliyet karşılaştırması yapmak bu ekonomide güçleşmektedir. Ayrıca sanayi ekonomisinde anlaşmalar, rekabet politikasının dikkatle izlediği bir konu iken ağ ekonomisinin önemli özelliklerinden biri rakiplerin aynı zamanda bazı alanlarda ortaklık kurmalarıdır. Bu nedenle sanayi ekonomisinden farklı olarak ağ ekonomisinde uyumlu davranışlar ve anlaşmalar yaratacakları sonuçlar itibarıyla değerlendirilmesi gereken bir konudur. Sonuçlardan kastedilen ise ağ ekonomisinin yenilikçilik özelliğidir. Firmaların bu tür eylemleri sonucunda yenilik getirip getirmediikleri ve bunların tüketici ve toplum

refahına yansımaları dikkate alınmalıdır. Bu tür eylemler bir yenilik yaratma amacı taşıyor mu? Bunun sonucunda toplumsal refah artacak mı? gibi sorular sorulmalıdır. Ağ ekonomisinde eskiden olduğu gibi, genel kabul gören rekabet politikası kuralları yerine, her bir olayı kendi içinde inceleyip münferit kararlar vermek daha uygun düşebilmektedir (Hahn, 2001: 36–41).

Kısacası, statik tam rekabet kavramını referans alan “aksak rekabet” durumları yerine, Shumpeterci, dinamik yenilik sürecini temel alan ağ ekonomisinin rekabet ortamı birbirinden tümüyle ayrı tutulmalıdır. Yenilikçi durumunun yarattığı aksaklık, süreç içinde yenilenme yaratırken, statik durumun yarattığı aksaklık bir bozulmayı ortaya koymaktadır. Esasen, Schumpeter’in “yaratıcı yıkım süreci” olarak adlandırdığı yenilik süreci ile ilgili görüşlerini ileri sürmesinden sonra, özellikle 1960 ve 1970’li yıllarda Harvard Okulu’nun endüstri iktisadı alanında yapılan bilimsel çalışmalarda hangi piyasa yapılarında yeniliklerin daha hızlı geliştiği tartışıla geldi. Bu yaklaşımlarda, aksak rekabet piyasaları olan monopolü rekabet ve geniş oligopollerin, yeniliğin en hızlı ortaya çıktığı piyasalar olduğu, yapılan teorik ve uygulamalı araştırmalarda ortaya kondu (Evans ve Hughes, 2003: 23). Ancak bu dönemde bilgi çağının ağ ekonomisi anlayışı henüz yeterince netleşmediği için yenilikçi-dinamik rekabet süreci hala bir “aksaklık” olarak algılanı geldi. Oysa, bilgi toplumunun ağ ekonomi-

si içinde yenilikçi-dinamik durum, bir aksaklık değil, işleyen ve ilerleyen sürecin belli bir görünümüdür. Dolayısıyla bu süreçte, alışlagelmiş anlayış içinde piyasa yapılarının “aksak” olarak algılanmaları, rekabet otoritelerinin rekabetin aksadığı yönünde bir fikre kapılarak hemen önlem almaya yönelmeleri doğru bir tavır olmayıp, yeni rekabet mantığını yeterince algılamamış olmaktan kaynaklanmaktadır. Burada dinamik piyasalar dikkatlice izlenerek sonuçlarının toplum refahını hangi yönde etkilediği dikkate alınmak suretiyle değerlendirilmeli ve yeniliğin yarattığı esneklik ve dinamizm dikkate alınmalıdır.

Piyasada hâkim duruma gelme, hemen etkinliğe zarar verebileceği endişesi ile engellenmek yerine, dinamik yenilikçilik merceğinden değerlendirilerek bir sonuca ulaşılmalıdır. Düşünsel ve şekli model piyasa olan tam rekabet piyasası ile bir yenilikçi-dinamik rekabet piyasalarının karşılaştırması yapıldığında; bu piyasalarda firmalar, tam rekabete göre kaynakları daha etkin kullanarak daha düşük fiyattan ürünü piyasaya sunabilmekte ve daha etkin olabilmektedir. Öyleyse tam rekabet piyasası, her zaman etkinliği garanti edememektedir.

Amaç kaynakların etkin kullanımı ve toplum refahının sağlanması ise, yenilikçi-dinamik rekabet piyasalarının bu amaçlarla her zaman çatışmadığı, aksine hizmet ettiği görülür.

Ağ ekonomisinin temel özelliği ağ etkin-

liğinin varlığıdır. Geleneksel ekonomide ürünün kendine özgü değeri tüketici faydasının ana kaynağı iken ağ ekonomisine özgü ürünlerde ağ ekonomisi içindeki tüketici ve firmalarla bütünleşmiş ürünler değer yaratmaktadır. Bu tip ağlarda tek bir ürün ya da hizmet yalnız başına ya çok az ya da hiçbir fayda sağlamamaktadır. Fakat diğer ürünlerle birleştiğinde bir değer yarattığı görülmektedir. Daha da önemlisi ağ ürünlerini (ister ikame isterse tamamlayıcı ürünler olsun) kullananların sayısı arttıkça tek tek kullanıcıların faydası da artmaktadır. Bu tip etkiler özellikle yazılım, telefon, faks gibi IT ürünlerinde ortaya çıkmaktadır. Ağ ekonomisi ürünlerinin diğer bir özelliği, ürünler arasında güçlü tamamlayıcılık özelliğinin olmasıdır. Bilgisayar ürünlerinde yazılım ve donanım ürünleri, bu tür özelliğe iyi bir örnektir. Tamamlayıcılık, bir ürünün kullanımının diğer ürünün kullanımını gerektirmesi durumudur. Ağ ekonomisine özgü olan IT ürünleri, yüksek tamamlayıcılık özelliği taşımaktadır. Ağ ekonomisinin tamamlayıcılık ve ağ etkisi özelliği, anti-tröst uygulamaları açısından önemli olmaktadır. Anti-tröst uygulamaları ve sonuçları itibarıyla değerlendirildiğinde ağ ekonomisinin bu özellikleri, yoğunlaşmış piyasalarda tüketicilere daha fazla fayda sağlamaktadır. Ağ ekonomisi özelliği taşıyan monopollü rekabet piyasaları, ürünler arasındaki tamamlayıcılık ve ağ etkisini içselleştirerek tüketicinin faydasına sunmaktadır. Bu bakımdan tüketiciler açısından piyasalardaki

yoğunlaşma refah artışı anlamına gelebilecektir. Bununla birlikte bu tip ürünlerin söz konusu özelliklerinden yararlanma, tüketicilerin ilave değiştirme maliyetlerine katlanmasına da yol açabilmektedir (Röller and Wey, 2002: 12–14).

Üretim ve tüketimde tamamlayıcılığın olduğu bir ortamda birleşmeler, etkinliği artıracığı için kabul edilebilir (Mendez ve González, 2002: 14). Ağ ekonomisine özgü özellikle IT ürünlerinde tamamlayıcılık özelliği birden fazla ürünün birlikte kullanımını gerektirdiği için bu tür ürünleri üreten firmaların birleşmeleri ya da birleşme benzeri işbirliklerine gitmeleri durumu toplum açısından kabul edilebilir görülebilir. İşbirliği sonucunda en azından toplumun belirli bir kesiminde refah artışı öngörülebiliyorsa ya da ürünlerin üretim maliyetleri ve/veya ürün özellikleri olumlu anlamda değişecekse piyasadaki bu tür işbirlikleri kabul edilebilir bir durum olarak değerlendirilebilir.

Ağ ekonomisinde bu tip yoğunlaşmalara karşı rekabet otoriteleri, rakiplerin bütünlüştürmüş firmalar arasındaki ağa erişim hakkının olup olmadığına göre karar verebilmektedir. Özellikle ABD’de rekabet otoriteleri de bu yönde kararlar vermektedir. Söz konusu ağa erişim hakkı sağlanmazsa rekabetin aksadığı yönünde kararlar çıkmaktadır (Shapiro, 1999: 9).

Hızlı teknolojik değişme ve küreselleşme süreci, firmaların daha gelişmiş ürünler sunabilmek amacıyla gittikçe artan ölçüde

stratejik işbirlikleri yapmalarına neden olmaktadır. Rekabet hukuku açısından ise bu tür işbirlikleri, otoritelerin karşısına bazı zorluklar çıkarmaktadır. Çünkü bu gibi durumlarda işbirliğinin gelecekteki kapsamı tam olarak bilinmemektedir. Ayrıca işbirliğinin etkilerinin taraflar ile mevcut ve potansiyel rakipler üzerindeki uzun vadeli etkilerinin ne olacağı konusu da belirsizlik içermektedir (Çınaroğlu, 2003: 49). Ağ ekonomilerinde sıklıkla görülmeye başlanan stratejik işbirliği anlaşmaları, tarafların tercihlerinin yakınlaşmasını ve amaçlarında birlik sağlanmasını, dikey birleşmelerde olduğu kadar mümkün kılmamaktadır. Dolayısıyla, ortaklar tek bir teşebbüs gibi davranmadıkları için rekabeti sınırlayacak bir güç elde edilmesi veya kullanılması güçleşmektedir (Besanko ve Diğ., 2000: 187-189). Rekabet ve işbirliği, birbirinin varlığını pekiştiren, güçlendiren ve yeniliğin faydasını arttıran iki unsurdur (Evans ve Hughes, 2003, 23). Değişen rekabet anlayışında firmalar birbirilerinin hem rakibi hem de ortağı olabilmektedir. Firmalar, yeni ürün geliştirme ya da yeni üretim süreçleri geliştirme aşamasında kaynaklarının yetersiz olduğu durumlarda diğer firmalarla belirli alanları kapsayan işbirliğine gidebilmektedirler. Bu işbirliği rekabetin aksaması anlamına gelmemelidir. İşbirliği içinde yeni bir ürünün tanıtılması veya farklı bir üretim sürecinin piyasaya sunulması tüketici ve toplum refahının artmasına hizmet etmektedir. Böylece ortaklaşa rekabet kavra-

mı gündeme gelmektedir.

Dikey birleşmeler, ağ ekonomisinin önemli bir özelliği olarak ortaya çıkmaktadır. Bu özellik pazar paylarında ve kârların dağılımında eşitsizliği beraberinde getirirken, piyasaya girişin serbest olması durumunda bile yeni girişlerin piyasa yapısının önemli ölçüde değişmemesine neden olabilmektedir. Özellikle IT ürünlerinde değiştirme maliyetlerinin tüketiciler açısından önemli olmasından dolayı piyasada ilk olma ve standartları belirleme firmalar açısından büyük önem taşımaktadır (Mendez ve González, 2002: 12). Dikey birleşmeler, üretimin ilk aşamasından ürünün tüketiciye ulaşması aşamasına kadar birçok evredeki farklı firmaların birleşmeleri sonucu piyasaya yeni girişleri engelleyebilmektedir. Ancak yaygın görüş olarak dikey birleşmelerin etkinliği artırdığından dolayı her zaman ve her koşulda rekabeti aksatan bir durum olarak görülmemesi gerektiğidir.

Schmalensee ve Varian'ın dinamik rekabetin ölçümüne dayalı olarak "bırakınız yapsınlar" ilkesini temel alan yaklaşımda, rekabet politikasına konu olan her olayın ayrı ayrı incelenmesi önerilmekte ve rekabeti aksattığı düşünülen durumların fayda ve sakıncaları her olayın kendi özelinde değerlendirilmesi gerektiği ileri sürülmektedir (Mendez ve González, 2002:13). Nitekim Avrupa Birliği'nin yeni rekabet politikasının temel anlayışına göre ise; rekabet politikası, piyasa gücünün yenilik düzeyini azaltıp azaltmadığını, fiyatları yükseltip yükselt-

mediğini, çeşitlilik, kalite ve çıktı düzeyini azaltıp azaltmadığıyla ilgilenmektedir (Glauder, 2001: 536). Dolayısıyla rekabet politikasında yeni yaklaşımlar, önceden ne yapılacağı kesin olarak belirlenmesi yerine, daha esnek bir şekilde, konunun değişik boyutları birlikte dikkate alınarak, doğabilecek sonuçlara göre bir politik uygulamaya yönelme eğilimindedirler.

SONUÇ

18. yüzyılda Sanayi Devriminin gerçekleşmesiyle birlikte üretimdeki makineleşme, kimi sektörlerde işletmelerin bir kısmının aşırı derecede büyümesine yol açmıştır. Ekonomiye müdahalenin gereksiz görüldüğü bu dönemde işletmelerin büyümesi, güç dengesizliklerine yol açarken beraberinde toplumsal sorunları da doğurmuştur. Ortaya çıkan bu sorunların çözümü için piyasa mekanizmasının işleyişini aksatmadan rekabet politikası ile müdahale yoluna gidilmiştir. Günümüzde de ağ ekonomisine geçişle birlikte oluşan/oluşabilecek güç dengesizliklerini önlemek için yine rekabet politikasından yararlanılmaktadır. Ancak söz konusu politikanın işleyişi, ağ ekonomisinin özelliğine bağlı olarak daha esnek bir yapıya kavuşmaktadır.

Ağ ekonomisiyle birlikte ekonominin genel karakteristiklerine uygun olarak rekabet politikasının temel amacının toplumsal refahın sağlanması ve kaynakların etkin kullanımını olduğu ilkesi esas alınmaktadır. Rekabet politikasının katı ve esnek olmayan

uygulama biçimi yerine; her olayı kendi özelinde değerlendirmenin ve esnek bir politika uygulamanın daha doğru olacağı yönünde bir görüş birliği oluşmaktadır.

Yenilikler (özellikle radikal yenilikler), firmaya piyasada geçici monopol gücü kazandırarak piyasa gücünün tek bir firma elinde yoğunlaşmasını sağlamaktadır. Yenilik monopollerini tüketici refahının artmasına fiyat (süreç yeniliği) ve ürün (ürün yeniliği) bazında katkı sağlamaktadır. Ancak söz konusu yenilik monopolünün ne kadar süreceği, fikri mülkiyet hakları ile de yakından ilgilidir. Diğer taraftan monopol hârinin yüksek olması, taklitçi firmaların piyasaya girmesi ve diğer firmaların yeni ürün geliştirmeleri ile yaratıcı yıkım sürecinin işlemesine ve dinamik bir piyasanın oluşmasını sağlayacaktır.

Ağ ekonomisinde işletmelerin birleşmeden daha çok, “birleşme benzeri” yapılara gittikleri görülebilmektedir. Birleşme benzeri yapılar, işletmeler arasındaki ağ örgütlenmelerine dayanmakta ve bu örgütlenme, belirli koşullar ile sınırlanırken temel amaç etkinliğin sağlanması olduğu için

doğrudan rekabeti aksattığı da söylenemez.

Ağ ekonomisinde sınırlı alanlarda görülen uyumlu eylem ya da davranışlar ise, küresel rekabet ortamının işletmelerin rekabet anlayışlarının değişmesinin bir sonucudur. Firmalar mutlak anlamda rakip olmadıkları için daha etkin bir rekabeti sağlamak için zaman zaman işbirliği yapmaktadırlar. Yapılan bu işbirliklerinin etkinliği ya da toplumsal refahı azalttığını da söylemek mümkün değildir.

Piyasada işletmenin hâkim duruma gelmesi, kimi işletmelerin birleşme ya da ağ ekonomisine özgü birleşme benzeri yapılara yönelmeleri, piyasada etkinliği arttırmaktadır. Ayrıca birbiri ile rakip olan işletmeler, rekabeti farklı alanlara taşıyabilmek için kimi zaman uyumlu eylemlerin içine de girebilmektedirler. Bu tür davranış veya eylemler, rekabetin aksatılması amacı yerine piyasada yenilik eksenli rekabete yönelik olarak daha yoğun bir rekabet anlayışının ya da rekabetin daha yukarılara, rekabet üstüne taşınması olarak değerlendirilmelidir.



KAYNAKÇA

- Aktaş, C. (2003), **Gelişmekte Olan Ülkelerde Rekabet Politikası: Bir Çerçeve Çalışması**, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri, No:28, Ankara.
- AKTD (2006), **Avrupa Birliği Rekabet Politikası**, Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu (AKTD)Yay., Ankara. <http://www.deltur.cec.eu.int/rpolitika-si2.rtf> erişim: 25.04.2006
- Atiyas, İ. (2000), Rekabet Politikasının İktisadi Temelleri Üzerine Düşünceler, Rekabet Dergisi, Cilt:1, Sayı:1, ss.25–46.
- Bell, D. (1973), **The Coming of Post-Industrial Society-A Venture in Social Forecasting**, Basic Boks Intl. Publ., Newyork, USA.
- Besanko, D. ve Diğerleri (2000), **Economics of Strategy**, 2.B., John Wiley & Sons Publ., New York USA.
- Bolat, T. (2005), “Çok Uluslu İşletmeler ve Şebeke Örgütlenme Modeli”, Oya Aytemiz SEYMEN ve Tamer BOLAT(der.) **Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmecilik**, Nobel Yayın Dağıtım, No. 583-95, 1.B., Ankara, içinde, ss. 89–110.
- Branderburger, A.; B. J. Nalebuff (1998), **Ortaklaşa Rekabet**, Scala Yayıncılık, 1.B., İstanbul’dan aktaran: Bullinger, H.J.; D. Fischer (2003), “Between Collaboration and Competition-The Future of the European Manufacturing Industry”, Peter Sacsenmeier and Martin Schottenloher(Ed.) **Challenges Between Competition and Collaboration**, Springer Verlag, Berlin-Germany, içinde:13–22.
- Çınaroğlu, S. (2003), **Rekabet Hukukunda Dikey Birleşmeler: Etkinlik ve Rekabet**, Rekabet Kurumu uzmanlık Tezi, Ankara.
- Çiftçi, H. (2004), **İktisadi Gelişmede Uluslararası Rekabet ve Ulusal Kurumlar Dinamiği**, Seçkin Yayınları, 1.B., Ankara.
- De Bono, E. (2000), **Rekabet Üstü**, Oya Özel(Çev), Remzi Kitapevi, 2.B., İstanbul.
- Devellennes, M. (1998), “Türkiye’de Rekabet Politikasının Uygulanmasında Avrupa’dan Bir Bakış”, **Türk Rekabet Hukuku ve Rekabet Kurumunun AB ve AB’ye Üye Ülkelerle Mukayesesi Toplantı ve Paneli**, AB Türkiye Temsilciliği, 5 Mart 1998, ss. 12–20.
- Dura, C.; H. Atik (2002), **Bilgi Toplumu, Bilgi Ekonomisi ve Türkiye**, Literatür Yay., İstanbul.
- Erkan, H. ve Diğerleri (1996), **Toplumsal Sorunlara Entegre Sistemler Yaklaşımı: TOPSES**, EĞİAD Yay., Cilt: 1, İzmir.

- Erkan, H. (1998), **Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, No:326, 4.B.
- Erkan, H. (2001), **Sosyal Piyasa Ekonomisi- Ekonomik Sistem ve Piyasa Ekonomisine İşlerlik Kazandırılması**, Konrad Adenauer Vakfı Yay., 5.B., İzmir.
- Evans, L.; P. Hughes (2003), “Competition Policy in Small Distant Open Economies: Some Lessons from the Economics Literature”, **New Zealand Treasury Working Paper 03/31**, December, ss.1-39.
- Fagerberg, J. (1988), “International Competitiveness”, **Economic Journal**, Vol:98, No:391, Jun., ss.355–374.
- Glader, M. (2001), “Innovation Economics and The Antitrust Guidelines on Horizontal Co-operation”, **World Competition 24(4)**, ss.513–540.
- Hahn, R.W. (2001), “A Primer on Competition Policy and the New Economy, **The Milken Institute Review First Quarter**, February, ss.33-41
- Harvard Law Review (2001), “Antitrust and Information Age: Section 2 monopolization Analyses in the New Economy”, **Harvard Law Review**, Vol:114, No:5, ss.1623–1646.
- Janow, M.E. (2003), “What Role For Competition Policy in the WTO?”, A. Appleton (Ed.), **The Next Trade Round**, Kluwer Pub.Forthcoming, içinde, ss.1-25.
- Kaldırımcı, N. (2003), “Rekabet ve Yönetim İlişkisi” **Rekabet-Düzenlemeler ve Politikalar Kongresi**, Muğla, 25–26 Eylül, ss.104–112.
- Karakelle, İ.H. (2003), “Pazara Giriş Engellerine Karşı Rekabet Hukuku ve Politikası” **Rekabet-Düzenlemeler ve Politikalar Kongresi**, Muğla, 25–26 Eylül, ss. 13–21.
- Koçel, T. (1998), **İşletme Yöneticiliği**, Beta Yayınları, 1.B., İstanbul.
- Masuda, Y. (1990), **Managing in the Information Society**, Basil Blackwell Publ., UK.
- Mendez, J.C.; J.L.J. Gonz Ález (2002), “Old and New Ideas in Competition Policy”, **Documento De Trabajo 20013-06**, 15 June, ss.1-26
- Motta, M. (2004), **Competition Policy-Theory and Practice**, Cambridge University Pres, UK, 2004.
- Naisbitt, J.; P. Aburdene (1985), **Re-Inventing the Corporation**, A Warner Communication Company, Newyork, USA.
- OECD (2005), “Competition Law and Policy in The European Union”, **OECD Policy Brief**. OECD.
- Okur, A. (1993), **Tüketicinin Korunmasında Rekabetin Rolü**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), DEÜ SBE, İzmir.
- Pitofsky, R. (2001), “Antitrust and Intellectual Property: At The Heart of The New

Economy Unresolved Issues” **Antitrust, Technology and Intellectual Property Conference**, Berkeley Center for Law and Technology University of California, USA, 2 March, <http://www.ftc.gov/speeches/pitofsky/ipf301.htm> erişim: 13.03.2006,

Posner, R.A. (2000), “Antitrust in the New Economy **Law&Economics Working Paper**, No:106, ss.1–11.

Röller, L.H. ve C. Wey (2002), “Merger Control in the New Economy”, FS Discussion Paper IV 02-02, ISSN Nr. 0722-6748, Berlin, ss.1-31.

Sabır, H. (2002), **Dünya Siyasetinde Küresel Rekabet Sistemi ve Politikaları**, Derin Yay., No. 3, İstanbul.

Sayhan, İ. (2004), “Rekabet Hukukunda Rekabet Düzeninin Korunmasına Yönelik

Düzenleme Bakımından Hukuka Aykırılık”, **Rekabet Dergisi**, Rekabet Kurumu Yay., S:17, Ocak-Şubat-Mart, ss.5-35.

Shapiro, C.,(1999), “Competition Policy In The Information Economy”August, ss.1-25 <http://haas.berkeley.edu/~shapiro> erişim: 12/12/2006

Tapscott, D. (1998), **Dijital Ekonomi- Ağ Üzerindeki Akıl Çağında Umut ve Tehlike**, Çev:Ece Koç, Koç Sistem Yayıncılık, 1.B.

Toffler, A. (1996), **Üçüncü Dalga**, Çev.: Ali Seden, Altın Kitaplar Yayınevi, 3. B., İstanbul.

Wise, M. (1998), “The Role of Competition Policy In Regulatory Reform”, **OECD Journal of Competition Law and Policy**, Vol:1, No: 1.