

**T.C.
OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**REKABET HUKUKU' NUN LOJİSTİK
SEKTÖRÜNE YANSIMALARI**

Cem Serim TAMER

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
HUKUK ANABİLİM DALI
EKONOMİ HUKUKU PROGRAMI**

**DANIŞMAN
YRD. DOÇ. DR. İLHAN YİĞİT**

İSTANBUL, Haziran 2016

**T.C.
OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**REKABET HUKUKU' NUN LOJİSTİK
SEKTÖRÜNE YANSIMALARI**

Cem Serim TAMER

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
HUKUK ANABİLİM DALI
EKONOMİ HUKUKU PROGRAMI**

**DANIŞMAN
YRD. DOÇ. DR. İLHAN YİĞİT**

İSTANBUL, Haziran 2016

T.C.
OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

REKABET HUKUKU' NUN LOJİSTİK
SEKTÖRÜNE YANSIMALARI

Cem Serim TAMER
(13201512)

YÜKSEK LİSANS TEZİ
HUKUK ANABİLİM DALI
EKONOMİ HUKUKU PROGRAMI

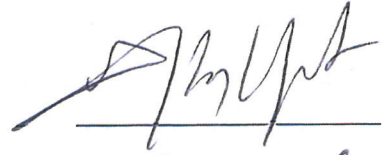
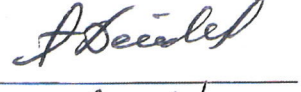
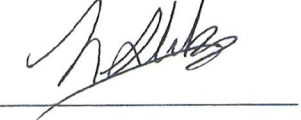
Tezin Enstitüye Teslim Edildiği Tarih : 22.06.2016

Tezin Savunulduğu Tarih : 22.06.2016

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. İlhan YİĞİT

Diğer Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Selami DEMİRKOL

Yrd. Doç Dr. İbrahim AKBEN

ÖNSÖZ

Çalışmalarında bana ışık tutan, yardım ve katkılarıyla beni yönlendiren kıymetli deneyimlerinden faydalandığım danışmanım sayın Hocam Yrd. Doç. Dr. İlhan YİĞİT'e teşekkürü bir borç bilirim.

Engin hukuk bilgisiyle tezime çok değerli katkıda bulunan sayın Hocam Doç. Dr. Selami DEMİRKOL' a müteşekkirim.

Bu akademik çalışmamı yakından takip eden, bu süreçte hep desteğini gördüğüm sayın Hocam Yrd. Doç. Dr. İbrahim AKBEN 'e katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Tezimin lojistik bölümünde engin bilgisinden faydalandığım sayın Hocam Yrd. Doç. Dr. Emre ÇAKMAK 'a teşekkürlerimi arz ederim.

Tez yazımı, uzun ve zahmetli bir süreçtir. Desteklerini her zaman hissettiğim aileme ve engin sağduyusu ile bana esin kaynağı olan Ceren UĞUR' a da teşekkür ediyorum.

Bu tez yazımının benzer çalışma yapacak olanlara da katkı sağlaması dileğiyle.

Cem Serim TAMER

İstanbul, 2016

İÇİNDEKİLER

SAYFA NO

ÖNSÖZ	i
İÇİNDEKİLER	ii
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
KISALTMALAR.....	vii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
TABLO LİSTESİ	x
BÖLÜM 1. GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 2. LOJİSTİK KAVRAMI VE LOJİSTİK SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ.....	2
2.1. LOJİSTİK KAVRAMI VE KAPSAMI	2
2.2. TÜRKİYE’DE LOJİSTİK SEKTÖRÜ	11
2.2.1. Ulusal Ulaştırma Mevzuatı	12
2.2.2. Mevzuata Uygun Taşımacılık Faaliyeti Yapılması ve Yasaklar	15
2.2.3. Sınırlamalar, Kısıtlamalar ve Geçici Düzenlemeler	16
2.2.4. Yük, Eşya ve Yolcu Taşımacılığı Yapanların Mesleki Faaliyet Alanı İle İlgili Alması Zorunlu Yetki Belgeleri.....	16
2.2.5. Ulusal Taşıma Kuruluşları	18
2.2.6. Türkiye’de Lojistik Sektörü Kuralları	20
2.2.7. Türkiye’de Lojistiğin Güçlü ve Zayıf Yönleri.....	20
2.3. DÜNYADA LOJİSTİK SEKTÖRÜ	21
2.3.1. Uluslararası Ulaştırma Mevzuatı	22
2.3.2. Uluslararası Taşımaların Kapsamı.....	23
2.3.3. Uluslararası Taşıma Yetkisi.....	23
2.3.4. Uluslararası Taşıma Kuruluşları	24
2.3.5. Dünya’da Lojistik Sektörünün Gelişimine Etkili Unsurlar	27
2.3.6. Küresel Lojistik Performans Endeksi ve Dünyada Lojistik Sektörüne İlişkin Genel Değerlendirme	27

2.3.7. Lojistik Sektöründe Gelişmiş Ülke Örnekleri: Almanya ve Singapur	30
2.3.8. Lojistik Sektöründe Gelişmekte Olan Ülke Örneği: Çin	31
2.4. LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜ AÇISINDAN ÖNEMİ	31
2.5. LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE TALEP KOŞULLARI	36
2.6. LOJİSTİK YÖNETİMİNİN BAŞARIYLA UYGULANDIĞI ŞİRKETLERDE VERİMLİLİK	41

BÖLÜM 3. GENEL OLARAK REKABET VE REKABET

HUKUKU	42
3.1. REKABETİN TANIMI VE REKABET PİYASALARI	42
3.1.1. Rekabetin Önemi	42
3.1.2. Piyasalar ve Rekabet	44
3.1.2.1. Tam Rekabet Piyasası	45
3.1.2.2. Tam Rekabet Piyasasında İşletmelerin Korunması	46
3.1.2.3. Türk Rekabet Hukukunda	47
3.1.2.4. ABD Rekabet Hukukunda	48
3.1.2.5. Avrupa Birliği Hukukunda	49
3.1.3. Eksik Rekabet Piyasaları	50
3.1.3.1. Monopol (Tekel) Piyasalar	50
3.1.3.2. Oligopol Piyasalar	51
3.1.3.3. Monopolcü Piyasalar	51
3.2. REKABET HUKUKU	52
3.2.1. Rekabet Hukuku Hakkında Genel Bilgiler	52
3.2.2. Rekabet Politikası	53
3.2.3. Rekabet Hukuku'nun Gerekliliği	54
3.2.3.1. Rekabet Hukukunun Haksız Rekabetten Farkı	55
3.2.3.2. Rekabet Hukukunun Rekabet Yasağından Farkı	55
3.2.3.3. Rekabet Düzenlemelerine Duyulan İhtiyaç	57
3.2.4. Türkiye'de Rekabet Hukuku	58
3.2.4.1. Türkiye'de Rekabet Hukukunun Düzenlemeleri	59
3.2.4.2. Türkiye'de Rekabet Hukuku Mevzuatı	61
3.2.4.3. Türkiye'de Rekabet Hukuku Kuralları	62
3.2.4.4.1. Rekabete Aykırı Anlaşma, Karar ve Eylemlerin (İşbirliklerinin) Yasaklanması	64
3.2.4.4.2. Hakim Durumun Kötüye Kullanılması	64
3.2.4.4.3. Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasının Yasaklanması	66
3.2.4.4.4. Hakim Durumun Tespit Edilmesi	67
3.2.4.4.5. Teşebbüsün ve Rakiplerinin Pazar Payı	68
3.2.4.4.6. Teşebbüs Birleşme ve Devralmalarının Denetimi	69

3.2.4.4.7. Devlet Yardımlarının İzlenmesi ve Denetlenmesi	71
3.2.4.4.8. Hukukî Tekeller ve İmtiyazlar	73
3.2.5. ABD ve Avrupa Birliği'nde Rekabet Hukuku.....	75
3.2.5.1. Amerika Birleşik Devletleri'nde Rekabet Hukuku	76
3.2.5.2. Avrupa Birliği'nde Rekabet Hukuku	77
3.2.5.3. Avrupa Birliği Rekabet Hukuku'nun Amacı	78
3.2.5.4. Avrupa Birliği Rekabet Mevzuatı	78
3.2.6. Gümrük Birliğinin Rekabet Kuralları	80

BÖLÜM 4. LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE REKABET HUKUKU SORUNLARI VE ANKET

ÇALIŞMASI..... 83

4.1. LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE REKABET GÜCÜ ANALİZİ 83

4.1.1. Lojistik Sektöründe Rekabet Gücü Analizi	83
4.1.2. Lojistik Sektörünün Karşılaştığı Sorunlar	84
4.1.3. Araştırma Bulguları	87

BÖLÜM 4. SONUÇ 112

KAYNAKÇA 115

EKLER..... 124

ÖZET

REKABET HUKUKU'NUN LOJİSTİK SEKTÖRÜNE YANSIMALARI

Lojistik sektörü her geçen daha da fazla gelişim gösteren bir sektör haline gelmiş olup, artan rekabet içerisinde işletmelerin hassasiyetle üzerinde durdukları bir konu haline gelmiştir. İşletmeler açısından büyük önem arz eden bu konu, onların piyasadaki yerini belirlemede de öncü faktörlerden birisi haline gelmiştir. Rekabet çerçevesi içerisinde bu denli önem arz eden bu faaliyet etik değerlerin yanı sıra rekabet hukukuna da uygun gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu konuyu ele aldığımız çalışmanın ilk bölümünde lojistik kavramı üzerinde durarak lojistik sektörüne dair detaylı bilgiye yer verilmiş, Türkiye’deki lojistik sektörü, bu sektördeki mevzuatlara ve uygulamalara değinilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde rekabet hukuku kavramı ele alınarak rekabet hukukunun kapsamı, gereklilikleri, uygulanabilir alanları, Avrupa Birliği’ne üye ülkelerdeki, Amerika’daki ve ülkemizdeki rekabet hukuku düzenlemelerine değinilmiştir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise lojistik sektöründe karşılaşılan rekabet hukuku sorunlarına değinilmiş, ampirik çalışma gerçekleştirilerek analiz sonuçlarına yer verilmiş ve çalışma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Lojistik, Rekabet Hukuku, Rekabet Piyasaları, Teşebbüslerin Haksız Rekabet Sorunları

ABSTRACT

REFLECTIONS OF COMPETITION LAW IN THE LOGISTICS SECTOR

Logistics sector has become a sector showing a continuous growth performance and attracted great attention of companies operating in an environment subject to fierce competition. This sector that is of critical importance for the enterprises serves as a factor determining their position in the market. Logistics activities having such level of importance in terms of competition must be carried out in compliance with the codes of conduct as well as the competition law. Detailed information is given on the logistics sector, a description is provided for the logistics and Turkish logistics sector, legislations and practices in this sector are addressed in the first part of the present study focusing on this subject.

The second part of the present study focuses on competition law providing particular information on scope of the competition law, the relevant requirements, fields of application and regulations of the United States, Europe Union member states and our country on competition.

The third and final part of the study describes the competition law problems encountered in the logistics sector and the study is concluded upon giving results of the empirical analysis carried out.

Key Words: Logistics, Competition Law, Competitive Markets, Unfair Competition Problems of Enterprises

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
BOTAŞ	: Boru Hatları İle Petrol Taşıma Anonim Şirketi
CLEAT	: Avrupa Freight Forwarder ve Lojistik Birliği
CLM	: Lojistik Yönetim Konseyi
CSCMP	: Tedarik Zinciri Profesyonelleri Konseyi
DTD	: Demiryolu Taşımacılar Derneği
DTO	: Deniz Ticaret Odası
EFTA	: Avrupa Serbest Ticaret Birliği
ELA	: Avrupa Lojistik Birliği
FIATA	: Uluslararası Freight Forwarder Dernekleri Federasyonu
FONASBA	: Uluslararası Gemi Acenteleri ve Komisyoncuları Derneği Federasyonu
GAD	: Gümrüklü Antrepocular Derneği
GSYİH	: Gayrisafi yurt içi hasıla
IAPH	: Uluslararası Limanlar ve İskeleler Birliği
IATA	: Uluslararası Havayolu Taşımacılar Birliği
ICAO	: Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü
ICHCA	: Uluslararası Kargo Taşımacılık Koordinasyonu Birliği
IMO	: Uluslararası Havayolu Denizcilik Örgütü
IRU	: Uluslararası Karayolu Taşıma Birliği
LİM-DER	: Türkiye Liman İşletmeleri Derneği
LODER	: Lojistik Derneği
ODY	: Orta Düzey Yönetici
OKK	: Ortaklık Konseyi Kararları
PTT	: Posta ve Telgraf Teşkilatı
RAYDER	: Raylı Ulaşım Sistemleri Derneği
RODER	: Ro-Ro Gemi İşletmeleri ve Kombine Taşımacılar Derneği
TCDD	: Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
UBAK	: Ulaştırma Bakanlığı Avrupa Konferansı
UIC	: Uluslar arası Demiryolu Birliği
UIRR	: Avrupa Road Rail Birliği
UND	: Uluslararası Nakliyeciler Derneği
UTİKAD	: Uluslar arası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği
ÜDY	: Uluslararası Nakliyeciler Derneği
WCO	: Dünya Gümrükleri Örgütü



ŞEKİL LİSTESİ

	<u>SAYFA NO</u>
Şekil 2.1. Lojistiğin Yedi Doğrusu	4
Şekil 2.2. Bilgi'nin ve Malın Akış Şeması.....	5
Şekil 2.3. Dünya Geneline Ulaştırma Hizmetleri GSYİH'sının Toplam Hizmetler GSYİH'ya Oranı	29



TABLO LİSTESİ

SAYFA NO

Tablo 2.1.	Yetki Belgeleri.....	17
Tablo 2.2.	Yıllar İtibariyle Büyüme Rakamları	22



BÖLÜM 1. GİRİŞ

Sanayi Devrimi ile birlikte Dünya hızlı bir teknolojik ve ekonomik gelişim süreci içerisine girmiştir. Bu gelişim süreci ile birlikte kapitalist düzen oluşmuş ve rekabet artmıştır. Tüketiciler bilmektedir ki ihtiyacı olan ürün ya da ürünlerin ikamesini kolayca bulması mümkündür. Üreticiler ve satıcılar da bu düzenin bilincindedir ve bu sebeple müşteri memnuniyetini ön planda tutmaktadır. Müşteri memnuniyetinin sağlanması adına da ürün kalitesinin yanında hizmet kalitesinin de arttırılmasına yönelilmiştir. Hizmet kalitesinin arttırılmasına yönelik çalışmaların başında da lojistik faaliyetlerinin geliştirilmesi gelmektedir.

Lojistik alanında yapılan çalışmalar, lojistik faaliyetler sonucunda oluşan maliyetlerin işletmelerin toplam maliyetleri içerisinde önemli bir orana sahip olduğunu göstermektedir. Artan yoğun rekabet koşullarında sürdürülebilir rekabet üstünlüğünü sağlayabilmenin en önemli yolu maliyetlerin minimize edilmesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasıdır.

Şüphesiz maliyetler minimize edilirken de etik değerlerin yanında hukuki sınırlamalarada uygun hareket edilmesi gerekmektedir. Bu alandaki usulsüzlüklerin son bulması adına “Rekabet Hukuku” esas alınmıştır. Rekabet Hukuku ile birlikte işletmeler belirli sınırlamalar ve değerler içerisinde rekabet eder, yaptırımında bulunur hale bürünmüştür. Şüphesiz bugün bile usulsüz davranışlarda bulunan işletmeler mevcuttur, bunlar için de denetim ve cezai yaptırım gücü arttırılmaktadır. Başta Amerika Birleşik Devletleri’nde akabinde ise Avrupa’nın öncü ve Avrupa Birliği’ne üye ülkelerinde ilerleme gösteren bu hukuki düzenlemeler ülkemizde de hızla faaliyet alanını genişletmiştir.

BÖLÜM 2. LOJİSTİK KAVRAMI VE LOJİSTİK SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ

Lojistiğin geçmişi insanlığın geçmişi kadar eski olmakla birlikte, İlkel insanın uygulamış olduğu lojistik destek faaliyetleri, teknolojinin katkı sağladığı olanaklar ile biçimsel anlamda değişikliğe uğrarken, teknolojik gelişmenin çok geride olduğu zamanlarda, günümüz koşullarında bile gerçekleştirilmesi zor düşünülebilen, başarılı lojistik uygulama örneklerine tanık olmak mümkündür. Lojistik kelimesinin, tarihsel gelişimine bakıldığında zaman, askeri kökenli bir anlamıdır. Lojistik tanımı, küreselleşme, tedarik zinciri yönetimi ve kaynak yönetimi tanımları ile birlikte ele alınmaktadır. Türkiye 'de günden geçtikçe hızlı bir şekilde gelişim gösteren sektörlerdendir. Dünya mal ticaretindeki büyüme, üretimin küreselleşmesi, malların müşteriye gönderilmesi sırasında yolda geçen zamanın önemi, taşıma şekli ve depolanması bu sektöre olan ilgiyi daha da artırmıştır. Ayrıca, küreselleşmeye bağlı tarihsel süreç, lojistik hizmetlerin yapısını da değiştirmiştir. Lojistik hizmetler artık tedarik hizmetlerini, gümrükleme hizmetlerini, depo yönetimini, paketleme hizmetini, elleçlemeyi, etiketlemeyi, dış ticaret ve sigorta danışmanlıklarını da içine katmaktadır.¹

2.1. LOJİSTİK KAVRAMI VE KAPSAMI

Lojistik kelimesi Yunanca hesap yapmada yetenekli anlamını ifade eden lojistikos kelimesinden türetilmiştir. Yunanca logistikos sonraları Avrupa dillerine Latince logisticus olarak çevirisi yapılmış, ilk defa 1840 yılında Fransız Akademisi tarafından taşımacılık şekillerini birleştiren ve koordine eden manasına gelen logistique olarak

¹ WEB _1, (2016), R. Yatar, <https://recep-yatar.wordpress.com/2016/04/23/gecmisten-gunumuze-lojistik-kavrami-ve-lojistik-yonetimi/>, 17/05/2016.

tanımlanmıştır. Osmanlı'da lojistik hizmetleri derbendcilik, köprücülük, gemicilik, meremmetçilik isimleriyle başlamıştır. ²

Uluslararası Nakliyeciler Derneği ÜDY 3 eğitim kitabında lojistiğin iş hayatı alanındaki tanımını; “tedarik zincirinin bir parçası olarak değerlendirilmekte ve hammadde, yarı-mamul, mamul ve ilgili bilgilerin öğretim noktasının başından tüketim noktasına kadar, müşteri gereksinimlerini karşılamak amacıyla, etkin ve düşük maliyetli bir şekilde akış ve depolanması süreçlerinin, planlanması, uygulanma ve kontrol edilmesi olarak tanımlanmaktadır.” Show dünyasında tanımında “Bir performansın başarıyla planlanması ve gerçekleştirilmesi için ihtiyaç duyulan eleman tesis ve faaliyetler ağıının bütünü” şeklinde ifade etmiştir.³ Oxford Üniversitesi, sözlüğünde lojistik kelimesi ise; ‘Askerlik biliminin personel, teçhizat, malzeme taşıma, bakım ve sağlanması ile ilgili bir dalı’ olarak tarif edilmektedir.⁴

Avrupa Lojistik Birliği (ELA) tarafından yapılmıştır. ELA’ya göre lojistik; “insanların ve/veya malzemelerin faaliyet ve yerleştirilmelerinin ve bu tip faaliyet ve yerleştirmelerle ilgili destek etkinliklerin, belirli amaçlara ulaşmak üzere organize olmuş bir sistem dahilinde planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesi” şeklinde ifade edilmiş olup,⁵ Ülkemizde lojistik alanında yer edinmiş en önemli organizasyonlardan bir tanesi olan, LODER’in tanımına göre ise, “Tedarik zinciri içindeki temel lojistik faaliyetlerinden birkaçının (ardışık olarak en az üç farklı faaliyet -örneğin depolama, nakliye ve stok yönetimi) konusunda uzman lojistik şirketlerin tarafından üstlenilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Basit ve kısa bir lojistik tanımı yapılacak olursa, hammadde, ürün yada eşyaların taşınması, stoklanması, depolanması, depolarda bekletilmesi veya zamanında sevkiyatlarının yapılması faaliyet bütünüdür.”⁶ Lojistik, 1950’lerden sonra iş hayatına uyum sağlamış olup, Dünya çapında tedarik, taşıma ve malzeme ihtiyacının artması bunun başlıca sebebi olarak ifade edilmektedir. Bu sistemde doğruluk kritik bir faktördür, Bu bakımdan Yedi D’lerin (Seven Rights: yedi doğru) ifadesine göre lojistik yedi öğeden meydana gelmiş ve bir sonuç olup şu şekilde sıralanmıştır;

² WEB_2, (2013), Akandere Gökhan, *Lojistik Köylerin Etkin Yönetimi: Konya İline Yönelik Bir Model Önerisi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, S.5, Konya, (<http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1676/331865.pdf?sequence=1>, 06/05/2016.

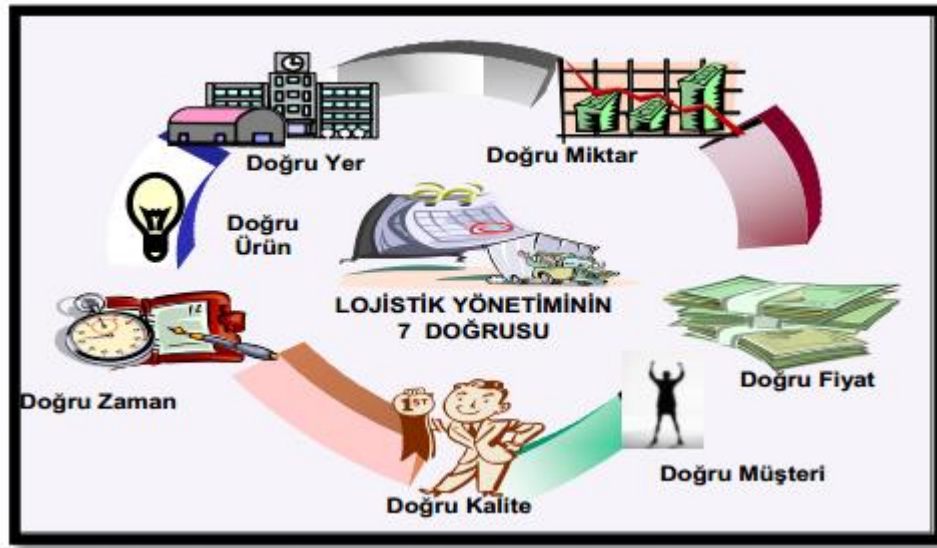
³ Uluslararası Nakliyeciler Derneği, Üdy 3 Eğitim Kitabı, No: 6

⁴ WEB_3, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Lojistik>, 07/05/2016.

⁵ WEB_4, www.elalog.org, 07/05/2016.

⁶ WEB_5, www.loder.org, 07/05/2016.

1. Doğru kalitede,
2. Doğru miktarda,
3. Doğru ürünün,
4. Doğru yerde,
5. Doğru zamanda,
6. Doğru maliyet/fiyatla,
7. Doğru müşteri için kullanılabilirliğinin sağlanmasıdır.⁷



Şekil 2.1. Lojistiğin Yedi Doğrusu

Kaynak: Akandere Gökhan, 2013: 10

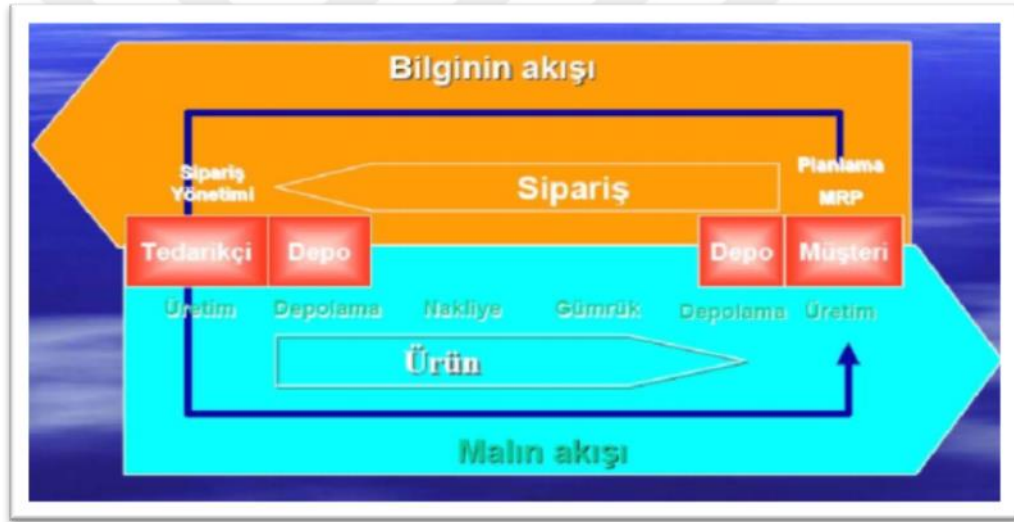
Bunun yanı sıra, lojistik için yönetilmesi gereken bir süreç olarak ifade edilebilir. Aslında lojistik, önceleri nakliyecilik, uluslararası nakliyecilik, gümrük, kurye, kargo, yurtiçi taşıma gibi ifadelerle sahip taşımacılık firmalarının, işlerini daha profesyonelce yapmalarının bir durumudur. Firmalar artık, işlerinin daha kapsamlı, sadece tek bir branş üzerinde değil birçok branşı beraber yaptıkları için isimlerinin arkasına lojistik ifadesini almaktadır.⁸

Ayrıca, Lojistik sektöründe genel olarak kullanılan lojistik tanımlarından bir tanesi de, daha önce Lojistik Yönetim Konseyi (CLM) adıyla faaliyet göstermiş, 2004 yılında Tedarik Zinciri Profesyonelleri Konseyi (CSCMP) ismini kazınmış olan kurum tarafından gerçekleştirilmiştir. Tedarik Zinciri Profesyonelleri konseyinin 1985 yılında

⁷ Shapiro, Roy D abd Heskett James L. (1985). *Logistic Strategy*, Minnesota; West Publishing Company, 6.

⁸ WEB_6, (2002), Ali Tulgar, <http://logisticus.blogcu.com/lojistik-sektorunun-daha-hizli-ilerlemesi-icin-lojistik/2769186>, 05/10/2015.

yapmış olduğu bu ifadeye göre; lojistik; müşterilerin gereksinimlerini karşılamak gayesiyle her çeşit ürün, hizmet ve bilgi akışının, ham maddenin, yarı mamulün, üretimi tamamlanmış ürününün başlangıç noktasından ürünün tüketildiği nihai noktaya kadar olan tedarik zinciri içindeki hareketinin, etkili ve verimli, maliyetlerin minimuma azaltılmış bir şekilde her iki yöne doğru planlanması, uygulanması, taşınması, depolanması ve kontrol altında tutulma hizmeti olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, hem üretim hem de hizmet sektöründe mal ve hizmetlerin akışını ifade eder.⁹ Yapılan bu ifade, hammadde, yarı mamul yahut mamullerin birbirileri arasında belirli mesafeler varolan tedarik noktaları ve pazarlar (müşteriler) arasında taşınması gerektiğini ve teşebbüslerin bu akışı faal bir şekilde teşebbüsün ve müşterilerin beklentileri doğrultusunda ayarlamaları gerektiğini vurgulamaktadır.¹⁰ Konu hakkında verilen bu ifade aşağıda şekil 2.2’de gösterilmektedir.



Şekil 2.2. Bilgi'nin ve Malın Akış Şeması

Kaynak: Tanyaş, 2005: 4

Şekilden de anlaşılacağı üzere, küresel ekonomilerde üreticilerin yaklaşık olarak aynı maliyetlerle üretim yapabilmeleri sebebi ile rekabetin birinci koşulunun maliyetlerden farklılık yaratacak ve ürünlerin sunum kalitesini arttırarak müşteri isteklerinin daha

⁹ WEB_7, www.cscmp.org, 05/10/2015.

¹⁰ Coyle, J.J., Bardi, E.J and Langley, J.C., (2003). *The Management of Business Logistics*, West Publishing Company, USA.

fazla karşılamaya imkan sağlayacak lojistik faaliyetlerde başarılı olmak olduğu inkar edilemez¹¹.

Lojistiğin amacı; teşebbüsün devamlılığını devam ettirebilmesi bakımından organizasyonu kalite, fiyat, zaman ve hizmet gibi hayati önem taşıyan piyasa değişkenliklerine karşı dayanıklı hale getirmektir. Bunun nazarında, lojistik modern anlamda “akış”, “pazar” ve “zaman yönelimli” düşünülmektedir. Satışların artırılması, hizmet seviyesinin iyileştirilmesi ve verimliliğin artırılmasına lojistik büyük destek olmaktadır. Ayrıca, türlü alanlardan oluşan bir faaliyetler bütünü niteliğinde olup ilgili bölümlerin ortaklaşa işbirliğini gerektirmektedir. Son olarak, Tasarım ve pazarlamanın lojistik faaliyetlerine en büyük etkisi ise, malzeme gereksinimi ve dağıtım ihtiyaçları, özet olarak “akış yönetimi” üzerine olmaktadır.¹²

Lojistiğin işletme yönetiminde önem kazanmasının sebepleri ise;

- Taşıma mesafelerinin ve katlanılan masrafların artması,
- Çoğu alanda zirveye ulaşan üretim teknolojilerinin işletme lehine daha da geliştirilebilecek niteliğe sahip olmamasından ötürü yönetim kademesindekilerin minimum maliyet gayesiyle lojistiğe yönelmesi,
- Malzeme gereksiniminin planlanması, tam zamanında tedarik ve kanban (Tam Zamanında Üretim ortamında malzeme hareketlerinin kontrolü aracılığıyla kullanılan bir çizelgeleme yaklaşımı) vb. sistemlerinin yaygın biçimde kullanılmasıyla stok sayılarının azaltılması,
- Değişen pazar koşullarında artan talebi karşılama zorunluluğunun artması,
- Bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve haberleşme sistemlerinin gelişmesi,
- Çevreyi koruma amacıyla kullanılmış malzemelerin yeniden kullanılmak üzere işlenmesi,
- Uluslararası üretim ve satış firmalarının çoğalması¹³

Dünya üzerindeki gelişmiş ülkelerin tamamının entegre olduğu günden güne gelişen lojistik sektörü, Türkiye’de de 1980’lerle 1990’lı yıllar arasında kara, hava, deniz, demiryolu ve kombine taşımacılık alanlarındaki yatırımlarla alt yapısını oluşturmuş, 1990’lı yıllarda da atılıma geçmiştir.

¹¹ Tanyaş, M., (2005). Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi, Ders Notu, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, s.4.

¹² WEB_8, Göztepe Nakliyat Evden Eve Taşımacılık Ltd. Şti., <http://goztepenakliyat.com.tr/lojistikte-amac/>, 17/10/2015.

¹³ Ciravoğlu, G., (2006). *Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamaları ve Performans Üzerine Etkilerinin Analizi*, Trakya Üniv, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye, 40.

Dünyadaki benzer uygulamalara paralel biçimde hizmetlerini çeşitlendiren ve uzmanlaştıran Türkiye’de yerleşik lojistik sektörü, 2000 yılının başına gelindiğinde, emekleme devresini geride bırakarak, yerli ve uluslararası şirketlerde işbirliğine giden, yurtdışı bürolar açan hizmetlerinin kalitesini sürekli artıran, dinamik bir sektör haline gelmiştir.

Lojistiğin faaliyet alanı ve rolü özellikle son yıllarda dikkat çekici bir boyutta değişmiştir. Lojistik geleneksel olarak, üretim ve pazarlama gibi işletme fonksiyonlarını destekleyici bir rol üstlenmiştir. Son yıllarda ise, çok daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaya başlamış ve rekabet avantajı elde etmede kilit bir unsur olarak bilinmeye başlamıştır. Ticari yönden pazar ve sevkiyat alanı sınırlarının genişlemesi sonucunda pek çok işletmede lojistik olgusuyla daha yakından ilgilenmeye başlamıştır.¹⁴ Lojistik çeşitli alanlardan oluşan bir faaliyetler bütünü olup, söz konusu bölümlerin ortaklaşa işbirliğini gerektirir.¹⁵ Lojistik faaliyetler, işletme faaliyetlerine değer katmasının yanında işletme etkinliğinin artırılmasına yardımcı olarak müşteri değeri yaratılması ve bütünsel olarak işletmenin başarısının tesis edilmesinde çok önemli bir pozisyona gelmiştir. Pazarda olan değişimle birlikte rekabet, tedarik zincirleri ve lojistik faaliyetleri arasında yaşanan rekabete dönüşmüştür. Bu sebeple işletme amaçlarının başarılı bir biçimde yerine getirilmesi büyük ölçekte tedarik zinciri yönetimi ve lojistik yönetimi faaliyetlerine bağlıdır. Lojistik, tedarikten başlayıp alıcıya kadar uzanan kanal içerisinde ürün veya hizmetlerin akışı ile ilgili pek çok faaliyeti kapsar.¹⁶ Bu faaliyetler şöyle sıralanabilir:

- **Tedarik (Satın Alma):** Lojistik faaliyetlerden biri olan tedarik, işletmenin ihtiyaç duyduğu hammadde, malzeme, yarı mamul, hazır parça vb. bileşenlerin en uygun zamanda ve en uygun miktarda temin edilmesiyle ilgilidir.¹⁷
- **Üretim Planlama:** Üretim planlama, etkin bir stok kontrolü için tahminle yakından ilişkilidir. Tahmin yapılır yapılmaz, eldeki mevcut stoklar ve kullanım oranı değerlendirilerek, üretim yöneticileri pazarın ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik birimleri belirleyecektir. Üretim planlama kapasite yönetimi, yerleşim

¹⁴ Baki, Birdoğan. (2004). *Lojistik Yönetimi ve Lojistik Sektör Analizi*, Volkan Matbaacılık, I. Baskı Trabzon, 176.

¹⁵ WEB_1, (2016), Recep Yatar, <https://recepyatar.wordpress.com/2016/04/23/gecmisten-gunumuze-lojistik-kavrami-ve-lojistik-yonetimi>, 23/04/2016.

¹⁶ Kayabaşı, A., Özdemir A.(2008), *Üretim İşletmelerinde Lojistik Yönetimi Faaliyetlerinde Performans Yönetimine Bakış: Beklenti-Fayda Farkı Analizi Uygulaması*, 196.

¹⁷ Güven, T., Çoban G., (2011), *Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Bir Firmada Fabrika İçi Lojistik Sürecinin İyileştirilmesi*, Dokuz Eylül Üniv., Endüstri Mühendisliği Bölümü.

düzeni, imalat programı, kaynak planlama, söz konusu işin denetimi gibi konularla yakından bir ilişki içindedir.¹⁸

- **Pazarlama (Satış):** Lojistik hizmetlerin iç ve dış hedef pazarlardaki satışlarını ve pazarlarını geliştirmek, müşteri ihtiyaçlarını ve gereksinimlerini karşılamak, yüksek müşteri tatmin seviyesi ve düzeyi yaratmak maksadıyla; yeni hizmet seçenekleri oluşturma, doğru hizmeti sunma, hizmetleri ve hizmet anlayışını geliştirme, hizmet tanıtımı, fiyatlandırma, tutundurma, fiziksel dağıtım, akış kontrolü, piyasa hizmet gereksinimlerinin saptanması ve karşılanması vb. gibi faaliyetleri içeren etkenlerdir. kurumsal amaçların gerçekleştirilmesi ve kurum beklenti düzeyinde kar, fayda ve değer maksimizasyonu yaratmak için, iki veya daha fazla taraf arasında gerçekleşen bir proaktif hizmet-para değişim ve mübadele sürecidir.
- **Stok Yönetimi (Envanter Yönetimi):** Stok yönetimi, stoktaki dalgalanmaları ve stok maliyetlerini azaltmak, tüketici ya da müşteri taleplerini zamanında karşılamak ve malların olası değer kayıplarını önlemek amacıyla yerine getirilen tüm faaliyetleri içerir. Stok yönetimi; hammadde, yarı mamul ve mamullerin stoklanmasıyla ilgili faaliyetlerin düzenlenmesini, stok maliyetlerinin düşürülmesini, kayıp ve zararların etkin bir biçimde yönetilmesini içeren bir süreçtir.
- **Nakliye:** Nakliye, ürünün üretim noktasından tüketim noktasına doğru fiziksel hareketidir. Yani; hem tedarikçiden fabrikaya, fabrikadan depoya, depodan depoya taşımayı hem de depodan müşteriye teslimatı içeren bir süreçtir.
- **Depolama:** Lojistikte depo; hammadde, yarı mamul ve mamullerin çeşitli amaçlarla değişik dönemler için tutulduğu (geçici olarak) sabit bir noktadır. Depoların büyüklüğü ve sayısı, stok hacmini ve taşıma yöntemini etkiler. İşletmeler depolama faaliyetleriyle üretim maliyetlerini düşürebilirler ve talepteki aşırı dalgalanmalara karşı kendilerini koruyabilirler.
- **Paketleme:** Paketleme; hammadde, yarı mamul ve mamullerin depolanması ve taşınması esnasında zarar görmemesi için yapılan kaplama veya sarmalama faaliyetleridir. Paketleme, söz konusu ürünleri hasardan korumak ve satışları artırmak açısından önemli bir role sahiptir. Paketleme; malın niteliğine, taşıma araçlarının özelliğine, aracı işletmelerin çalışma tarzlarına ve onların depolama

¹⁸ Bulut, Z., (2004), İşletmeler Açısından Kapasite Planlaması ve Kapasite Planlamasına Etki Eden Faktörler, *Mevzuat Dergisi*, Sayı 80, Yıl 7.

özelliklerine, dağıtım kanalının uzunluğuna ve iklim koşulları gibi faktörlere bağlı olarak değişiklik gösterir. Örneğin; karayolu taşımacılığında koruyucu ambalajın kamyon boyutlarına uydurulması gerekir. Paketleme ürün içeriğini ve çevreyi korur; taşımayı, depolamayı, satışları ve kullanımı kolaylaştırır; satış ve maliyetleri etkiler.

- **Elleçleme (Malzeme Aktarımı):** Üretimde kullanılan malzemelerin; üretim öncesinde, üretim sırasında ve üretim sonrasında yer değiştirmeleriyle ilgili olan hareketlerine elleçleme (malzeme aktarımı) denir. Elleçleme durum ve şekilleri ne olursa olsun, malzemelerin hareketleri, yüklenmesi, boşaltılması, istiflenmesi, depolanması gibi faaliyetlerin toplamıdır. Elleçleme, asıl olarak stokların fiziksel transferiyle ilgilidir ve bu transferler genellikle elle yapılır. Ayrıca otomatik sistemler de kullanılmaktadır. Lojistik sistemlerde elleçleme; istifleme, yükleme, boşaltma, yerleştirme, çekme, indirme, tartma, bohçalama, balyalama, aktarma gibi faaliyetleri içerir ve genellikle depolama tesisleri içinde ve hareket (taşıma) esnasında gerçekleşir.
- **Sipariş İşleme:** Siparişlerin zamanında karşılanması, hem rekabet açısından hem de müşteri bağlılığı ve kar açısından büyük bir öneme sahiptir. Sipariş işleme, müşteri siparişlerinin istenilen yerde ve zamanda teslim edilmesiyle ilgili faaliyetleri içeren bir süreç olup, bazı ek maliyetler gerektirse bile ulaştırma maliyetlerini azaltabilir. Sipariş işleme süreci, artık internet üzerinden verilmektedir.
- **Müşteri Hizmeti:** Müşteri hizmeti yönetimi, müşteri odaklı bir anlayış olup, lojistik faaliyetlerle yakın ilişki içerisindedir. Ulaşım, depolama, stokla ilgili kararlar müşteri hizmet ihtiyaçlarıyla yakından ilgilidir. Müşteri tarafından doğru ürünün, doğru yerde ve doğru zamanda alınması lojistikte çok önemlidir. Müşterilere yönelik daha iyi dağıtım hizmetlerinin, hem rekabet hem de ekonomik üstünlük sağladığı tüm işletmelerce benimsenmiştir. Örneğin; kimi ürün türleri için demiryolu taşımacılığı yerine havayolu taşımacılığının kullanılması müşteri stoklarının daha düşük düzeyde tutulmasını sağlayarak hizmet düzeyini yükseltir.
- **Yer Seçimi:** Fabrika veya depo yerinin seçimi lojistik açıdan son derece önemlidir. Yer seçimiyle ilgili kararlar ulaşım maliyetlerini, stok ihtiyaçlarını ve müşteri hizmetlerini etkileyeceğinden dolayı son derece önem arz etmektedir.

- **Diğer Faaliyetler:** Parça ve hizmet desteği, geri dönen malzemelerin elleçlenmesi, atıkların geri kazanımı ve imha edilmesi, hem ticaret hem de sanayi işletmelerinin lojistik faaliyetlerinde önemlidir.¹⁹

Malzeme nakli planlamasında, lojistikte çalışmaların daha verimli yürütülmesini ve standartlara uymayı kolaylaştıran prensiplere göre hareket edilir. Bu prensipler şunlardır:

1. Taşımada kullanılan makinelerin sayıca mümkün olduğu kadar az fakat sürece uzun taşıma yapmaları sağlanmalıdır,
2. Bir defada taşınan miktar standart boyutlarda ve mümkün olduğu kadar büyük tutulmalıdır,
3. Büyük ağırlıkların taşınmasında mekanizasyona gidilmelidir,
4. Aynı işi yapan çeşitli taşıma makineleri performanslarına ve birim taşıma maliyetlerine göre kıyaslanmalıdır,
5. Mevcut taşıma araçlarının yenilenmesi kararı yeni araçlarla sağlanacak tasarrufun yapılan yatırımı makul bir süre içinde karşılaması şartı göz önüne alınarak verilmelidir,
6. Alınacak taşıma makinelerinin değişik işlerde kullanılabilir, yani evrensel olmalarına dikkat edilmelidir,
7. Taşıma hızları, emniyet ve maliyet faktörleri elverdiği ölçüde yüksek olmalıdır,
8. Taşıma makinesinin kendi ağırlığının taşıdığı yüke oranı küçük olmalıdır.
9. Taşıma esnasında; sürtünme, kavrama, tutma vb. faaliyetlerde kaybolan enerji minimum olmalıdır,
10. İşçinin ve taşınan malzemenin güvenliği için gerekli önlemler alınmalıdır.
11. Taşımalar, köşeli ve zikzaklı hareketlerden kaçınarak yapılmalıdır,
12. Taşıma araçları, bunları kullanan kişilerde aşırı yorgunluk yaratmayacak biçimde dizayn edilmelidir,
13. Taşınan toplam miktar artıkça birim taşıma maliyeti düşmelidir,
14. Taşınan toplam miktar, fabrikada elverişli alanın ve kullanılan araçların kapasitelerini aşmamalıdır. Aksi takdirde birim taşıma maliyeti artar,

¹⁹ Şen, İ, (2014), Lojistik Faaliyetlerin Yönetimi ve Maliyetleme Yaklaşımları, *Çankırı Karatekin Üniv., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 84-86

15. Mümkin hallerde taşımaların yerçekimi veya diğer doğal hareket kaynaklarından yararlanarak yapılması düşünülmelidir.²⁰

2.2. TÜRKİYE’DE LOJİSTİK SEKTÖRÜ

Gelişmekte olan ülkeler arasında en canlı ekonomilerden biri olan Türkiye, Asya ve Avrupa kıtalarını birbirine bağlayarak arasında doğal bir köprü görevi görmektedir.²¹

Hizmet sektörlerinden biri olan lojistiğin, ülkemizde turizmden sonra en çok gelişme gösteren ikinci sektördür. Dünyanın belki de en stratejik konumlarından birinde yer alan ülkemiz, bugün iki kıtayı birbirine bağlamasının yanında dört mevsim ulaşım imkân veren yapısı sayesinde çok uygun bir lojistik üs konumunda yer almaktadır.

Türkiye konumu itibariyle bugün dünya lojistik sektörünün yarısından fazlasını oluşturan ve birden çok pazara erişim imkânı sağlayan özel bir konumda yer almaktadır. Gayri Safi Yurt içi Hasılası 27 trilyon Amerikan dolarına ulaşan bu iki kıtanın ortasında yer almak ülke adına önemli bir lojistik avantajını da beraberinde getirmektedir.²²

Türkiye’nin lojistikte küresel pazardaki konumuna bakıldığında, 160 ülkenin katıldığı Dünya Bankası Küresel Lojistik Performans Endeksi’nin 2014 verilerine göre Türkiye, 30’uncu sırada yer almaktadır. 2000’li yıllardan itibaren ülkemizin stratejik konumunu iyi değerlendirilmesiyle birlikte hızla aşama kaydedilen lojistik sektörü, ABD’nin hala gerisinde olmasına rağmen Avrupa ülkelerine yakın bir seviyede gelişimini süratle sürdürmektedir.²³

Ülkenin sahip olduğu coğrafi özelliklerin çok modlu taşımacılığa elverişliliği sayesinde bu alanlara yapılan ve halen yapımı süren altyapı faaliyetleriyle birlikte sektörde markalaşma çabasında olan, bilinirliğini ve küresel gücünü artıran Türkiye, sahip olduğu stratejik konumun da etkisiyle Avrupa kıtasının lojistik üssü olmaya aday bir ülkesidir.²⁴

²⁰ WEB_9, (2015), Serkan, Serkan, <http://documents.tips/documents/tersane-ueretimyoenetimi.html>, 07/06/2015.

²¹ Trakya Kalkınma Ajansı (2014), Eskişehir Lojistik Zirvesi.

²² Kaya S., Çevik S., (2010), *Türkiye’nin Lojistik Potansiyeli ve İzmir’in Lojistik Faaliyetleri Açısından Durum (swot) Analizi*, İzmir Ticaret Odası, Ar-Ge Bülten, 27.

²³ DÜNYA Gazetesi, Eylül 2015.

²⁴ Daşkan, E., (2016), *Türkiye’de Lojistik Sektörünün Gelişi ve Gelecek Öngörülleri*, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Tartışma Metinleri, 6.

2023 hedefi çerçevesinde bakıldığında lojistik altyapısının geliştiriliyor olması Orta Avrupa, Doğu Avrupa ve Batı Asya’da üretim ve dağıtım için bölgesel bazda bir merkez olma yolunda emin adımlarla ilerlemektedir.²⁵

2.2.1. Ulusal Ulaştırma Mevzuatı

Ülkemizde ulaştırma faaliyetleri Ulaştırma Bakanlığı tarafından düzenlenir. İçişleri Bakanlığı, Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı da sorumluluk alanlarında yapılan ulaştırma hizmetlerini düzenlemek için Ulaştırma Bakanlığının onayı ile düzenleme yapmaktadır. Ulaştırma Bakanlığı kuruluş yapısı itibari ile: kara, deniz, hava ve demir yolları ulaşımı ve haberleşme alanlarında beş ana dalda hizmet vermektedir. Kara ulaşımı ile ilgili görevler şunlardır; Ulaştırma Bakanlığına bağlı Kara Ulaştırma Genel Müdürlüğü tarafından yapılmaktadır. Bu gaye ile yayımlanmakta olan yönetmelikler Karayolu Genel Müdürlüğü tarafından hayata geçirilmektedir. Uluslararası ulaşım anlaşmaları da Ulaştırma Bakanlığı tarafından uygulamaya konulur.

3 Eylül 2004 günü Resmî Gazete’de yayımlanıp yürürlüğe girmiş olan Karayolu Taşımacılık Faaliyetleri Meslekî Yeterlilik Eğitimi Yönetmeliği, hem eğitim alacakların bununla birlikte eğitimi vereceklerin niteliklerini, sorumluluklarını ve yetkilerini tarif ederek, verilecek Meslekî Yeterlilik Belgelerini sınıflandırma yapmıştır. Ülkemizdeki ulaştırma mevzuatının temelini var eden 4925 sayılı “Karayolları Taşıma Kanunu” ile iki yönetmelik olan “Karayolları Taşıma Yönetmeliği” ve “Karayolu Taşımacılık Faaliyetleri Mesleki Yeterlilik Eğitimi Yönetmeliği” ve son olarak genelgeler olmaktadır.²⁶

Türkiye’de posta taşımacılığı alanında lojistik hizmeti veren bir idare olan P.T.T. İdaresi de kanunla düzenlenmiş ve mevzuata tabi kılınmıştır. Söz konusu kanunda idare, açık ve kapalı mektupların, kartların, gazetelerin ve belli zamanlarda çıkan dergilerin, kitapların, her türlü basılmış kağıtların, küçük paketlerin, değer konulmuş mektupların ve kutuların, değer konulmuş veya değer konulmamış posta kolilerinin ve tebliğ kağıtlarının kabul edilmesi, taşınması ve dağıtılması; bedelleri postanelerde ödenen posta bonolarının ve posta ve telgraf havalelerinin düzenlenmesi, gerektiğinde posta merkezlerine gösterilmek ibraz için “kimlik kartı” verilmesi, olanağa sahip yerlerde ve demiryolları, denizyolları ve havayolları iş alanları dışında kendi taşıtlarıyla yolcu ve

²⁵ TÜSİAD, (2014), *Türkiye’de Kombine Taşımacılığın Fırsatları*, Yayın No. TÜSİAD-T/2014-12/565, 30.

²⁶ Yeni Ümit Eğitim Kurumları, Ulaştırma Mevzuatı Bölüm 1.

bagaj taşınması, posta çekleri işlemleri ve Bankalar Kanunu hükümleri dairesinde her türlü işlerin yapılması amacıyla “Posta Biriktirme Sandığı” kurulması görevlerini üstlenmiştir.²⁷

Demiryolu ulaşımının Türkiye’de yaklaşık 1.196 km’si hızlı trenler için olmak üzere yaklaşık 12 bin kilometre uzunluğa sahip demiryolu ağı bulunmaktadır ve bu hatlar TCDD tarafınca işletilmektedir. Ülkemiz çeşitli projeler için demiryolu sistemini modernleştirmeyi tasarlamaktadır ve 1 Mayıs 2013 tarihli 28634 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Demiryollarında Serbestleşme Kanunu” ile bu sektörde yeni bir atılım gerçekleştirmiştir. Demiryollarının 2023 yılına kadar geliştirilmesi amacıyla, 45 milyar dolarlık bir bütçe ayrılmıştır. Sonuç olarak modernleşen demiryolu teknolojisiyle birlikte hizmet kalitesi de artacak ve hızlı yolcu trenleri ile ulaşım yaygınlaşacaktır. Ayrıca TCDD’nin yıllık yük taşıma miktarı yaklaşık olarak 25 milyon ton olup, bunun sadece 3 milyon tonu uluslararası taşımacılık alanında gerçekleşmektedir.²⁸

“Deniz alacaklarına dair gemilerin sigortalandırılması ve denetlenmesi hakkında Yönetmeliğin amacı, Türk Bayrağı taşıyan gemiler ile bayrağına bakılmaksızın Türk deniz yetki alanında bulunan liman tesislerine gelen veya bu liman tesislerinden ayrılan gemilerin deniz alacaklarına ilişkin sigortalandırılması ile ilgili yükümlülükler ve denetimlere yönelik usul ve esasları belirlemektir.²⁹ Bu yönetmeliğin kapsamı ise, 300 GT ve üzerindeki Türk Bayrağı taşıyan gemiler ile bayrağına bakılmaksızın Türk deniz yetki alanında bulunan liman tesislerine gelen veya bu liman tesislerinden ayrılan gemileri kapsar. ³⁰ Bu Yönetmelik, 14/4/1341 tarihli ve 618 sayılı Limanlar Kanunu, 10/6/1946 tarihli ve 4922 sayılı Denizde Can ve Mal Koruma Hakkında Kanun ile 10/8/1993 tarihli ve 491 sayılı Denizcilik Müsteşarlığının Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname hükümlerine dayanılarak hazırlanmıştır.”³¹

Havayolu taşımacılığı ticari hava taşıma işletmeleri yönetmeliğinde madde 1 ‘e göre” Türk Sivil Havacılık Kanunu esas alınır. Yönetmeliğin amacı, iç ve dış hatlarda tarifeli

²⁷ Posta Tüzüğü, Yayımlandığı Resmi Gazetenin Tarihi 12/4/1973, No: 14505.

²⁸ WEB_10, (2016), Yıldırım, Z., Doc Player, <http://docplayer.biz.tr/12574670-Turkgye-lojgstgk-sektorunde-demiryolu-tagimaciliginin-mevcut-durumuna-glggkgn-bgr-analgz.html>, 12/02/2016.

²⁹ Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü Mevzuat Bilgi Sistemi, Deniz Alacaklarına İlişkin Gemilerin Sigortalandırılması ve Denetlenmesi Hakkında Yönetmelik, Resmi Gazete Tarihi: 14.11.2010 Resmi Gazete Sayısı: 27759 Madde 1.

³⁰ Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü Mevzuat Bilgi Sistemi, Deniz Alacaklarına İlişkin Gemilerin Sigortalandırılması ve Denetlenmesi Hakkında Yönetmelik, Resmi Gazete Tarihi: 14.11.2010 Resmi Gazete Sayısı: 27759, Madde 2.

³¹ Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü Mevzuat Bilgi Sistemi, Deniz Alacaklarına İlişkin Gemilerin Sigortalandırılması ve Denetlenmesi Hakkında Yönetmelik, Resmi Gazete Tarihi: 14.11.2010 Resmi Gazete Sayısı: 27759 Madde 3.

ve/veya tarifesiz seferlerle ücret karşılığında yolcu ve yük veya sadece yük taşımak üzere kurulmuş veya kurulacak ticari hava taşıma işletmelerine ruhsat verilmesi, verilen ruhsatın askıya alınması veya iptal edilmesine ilişkin usul ve esasları düzenlemek ve bu işletmelerin, sahiplerinin ve personelinin taşınması gereken nitelikleri, görevlerini ve sorumluluklarını belirlemektir.”³²

Aynı yönetmeliğin ikinci maddesinde “Bu Yönetmelik; ticari hava taşımacılığı yapmak üzere kurulacak işletmelerle bu işletmelerde görev yapan/yapacak yönetici ve teknik personeli ve bu işletmelerde pay sahibi olan gerçek ve tüzel kişileri kapsar.”³³

Üçüncü maddesinde ise “Bu Yönetmelik, 14/10/1983 tarihli ve 2920 sayılı Türk Sivil Havacılık Kanununun 18 inci, 19 uncu, 20 nci, 21 inci, 22 nci, 23 üncü ve 24 üncü maddelerine ve 10/11/2005 tarihli ve 5431 sayılı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanunun 4 üncü maddesine dayanılarak hazırlanmıştır.”³⁴

Son etkinliğin gerçekleştiği yol ise boru hattı taşımacılığıdır. Boru hattı mevzuatı Boru Hatları ile Petrol Taşıma A.Ş. Genel Müdürlüğünce, toplum arasında Botaş olarak bilinen kurum tarafından gerçekleştirilir.

Bu Yönetmeliğin amacı, “18/4/2001 tarihli ve 4646 sayılı Doğal Gaz Piyasası Kanunu ve 4/12/2003 tarihli ve 5015 sayılı Petrol Piyasası Kanununa tabi faaliyetler kapsamına giren BOTAŞ’a ait ham petrol ve doğalgaz, boru hattı tesislerinin ulusal ve/veya uluslararası standartlara uygun olarak tasarımı, inşası ve güvenli işletilmesine ilişkin usul ve esasları belirlemektir.”³⁵

Bu Yönetmeliğin kapsamı olan madde 2 ‘de ise, “Doğal Gaz Piyasası Kanunu ve Petrol Piyasası Kanununa tabi faaliyetler kapsamına giren; BOTAŞ’a ait ham petrol ve doğal gazın (LNG dâhil) iletimi ve depolanmasına ait tesislerin tasarımı, inşası ve güvenli işletilmesine dair gerekli çevre ve teknik güvenlik kuralları ile boru hatları güzergâhı boyunca oluşan imar planlama çalışmaları, yapılaşma, tesis kurma, ruhsatlandırma gibi durumlar için dikkate alınması gereken emniyet veya yaklaşım mesafelerini kapsar.” İfade edilmiştir.³⁶

³² Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliği, Resmi Gazete, 16 Kasım 2013, Sayı: 28823, Madde 1.

³³ Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliği, Resmi Gazete, 16 Kasım 2013, Sayı: 28823, Madde 2.

³⁴ Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliği, Resmi Gazete, 16 Kasım 2013, Sayı: 28823, Madde 3.

³⁵ Boru Hatları ile Petrol Taşıma A.Ş. Genel Müdürlüğü (BOTAŞ) Ham Petrol ve Doğal Gaz Boru Hattı Tesislerinin Yapımı Ve İşletilmesine Dair Teknik Emniyet ve Çevre Yönetmeliği, Resmi Gazete 4 Temmuz 2014, Sayı: 29050 Madde 1.

³⁶ Boru Hatları ile Petrol Taşıma A.Ş. Genel Müdürlüğü (BOTAŞ) Ham Petrol ve Doğal Gaz Boru Hattı Tesislerinin Yapımı Ve İşletilmesine Dair Teknik Emniyet ve Çevre Yönetmeliği, Resmi Gazete 4 Temmuz 2014, Sayı: 29050 Madde 2.

Son olarak Posta Kanununun 30 kilo sınırı getirmesinden dolayı lojistik şirketler yetki belgesi almak mecburiyetinde kalmıştır. Ancak bu madde C2 belgesi ile ters düşmekte olduğundan akıllarda soru işareti bırakmıştır. Sonuç olarak 30 kilo ile 300 desimetreküpe kadar olan gönderiler Posta Kanununca değerlendirilecek olması nedeniyle lojistik şirketler açısından bir yetki belgesi sıkıntısını doğurmuştur.³⁷

2.2.2. Mevzuata Uygun Taşımacılık Faaliyeti Yapılması ve Yasaklar

- Gerçekleşecek olan işlemin kapsamına uygun yetki belgesine sahip olunmadan, muhtevası bu yönetmelikte izah edilen herhangi bir işlem gerçekleştirilemez.
- Yetki belgesi sahipleri, kazanmış oldukları yetki belgesinin kapsamı haricinde herhangi bir işlemde bulunamazlar.
- Taşıt belgesine kayıt edilmeyen araçlar, bu Yönetmelik kapsamındaki işlemlerde kullanma yetkileri yoktur.
- Bir yetki belgesi sahibinin araç belgesine sözleşmeli olarak kayıtlı taşıtların sahipleri kendi nam ve hesabına taşıma işlemi gerçekleştiremez ve gönderenlere / yolculara taşıma faturası yerine geçen belge düzenleyemez.
- Yolcu taşımacılığında komisyonculuk yapılması yasaktır.
- F, G, H çeşidi yetki belgesi sahipleri C1 ve K2 yetki belgesi sahipleriyle anlaşma yahut sözleşme yapamazlar.
- Posta Telgraf Teşkilatı İşletmesi Genel Müdürlüğü (PTT)'nin tekelinde bulunmakta olan gönderiler, yalnızca PTT aracılığı ile toplanmakta ve dağıtılmaktadır. Bu gönderiler, yetki belgesi sahipleri tarafından kendi nam ve hesaplarına toplanması ve dağıtılması yasaktır.
- Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu ile Seyahat Acenteleri Yönetmeliği hükümleri uyarınca, kurulmuş seyahat acenteliği belgesine sahip olanların, gerçekleştirecek taşıma yurtiçi ise B2 yada D2, uluslararası ise sadece B2 yetki belgesi alarak taşıma yapmaları yahut yaptırmaları zorunludur.
- Bir araç belgesine kayıtlı olmayan taşıtların terminallere, yükleme ve boşaltma noktalarına girişlerine ve çıkışlarına, sınır kapılarından ise çıkışlarına izin verilmesi yasaktır.

³⁷ Yücel, A., (2014), PTT'nin Posta tekeli Genişliyor, Sektör Şaşkın, *Dünya Gazetesi*.

- Yetki belgesi sahipleri, sahip oldukları yetki belgesi kapsamına giren hizmetlerini, hizmetin ifasını imkansız kılan mücbir sebepler dışında yapmaktan kaçınamazlar.

2.2.3. Sınırlamalar, Kısıtlamalar ve Geçici Düzenlemeler

Bu yönetmelik kapsamı uyarınca işlemde bulunanların sayısı, yolcu ve eşya taşıma kapasiteleri ile bu durumdaki potansiyel, yetki evraklarında kayıtlı taşıtların durumu, haksız rekabetin önlenmesi, kamu yararının gözetilmesi, atıl kapasite oluşumunun ve kaynak savurganlığının önlenmesi, güvenlik yahut buna benzer sebeplerle;

Bakanlık, yetki belgelerinin verilmesi ve/yada sayısında, taşıt sayıları ve/yahut miktarlarında, taşıma hatlarında yada güzergahlarında kısıtlamalar, kısaltmalar ve/yahut belirli bir zamanla kısıtlı düzenlemeler gerçekleştirebilmektedir.

Bakanlık, konu hakkındaki Yönetmelik kapsamındaki işlemlerle ilgili pazardaki fiyatların; ülke ekonomisi ve/yada kamu yararı karşısına sonuç vermesi yahut rekabet ortamının bozulması durumlarında belirli bir zamanla kısıtlı taban ve/yada en yüksek ücret tarifesi uygulaması koyabilmektedir.³⁸

2.2.4. Yük, Eşya ve Yolcu Taşımacılığı Yapanların Mesleki Faaliyet Alanı İle İlgili Alması Zorunlu Yetki Belgeleri

Karayolu taşıma yönetmeliği kapsamında faaliyet yapan teşebbüslerin faaliyetine göre yetki belgesi alma zorunluluğu vardır. Karayolu Taşıma Yönetmeliğine göre 37 adet farklı çeşit yetki belgesi söz konusudur. Bunlar; A1, A2, B1, B2, B3, C1, C2, C3, D1, D2, D3, F1, F2, G1, G2, G3, G4, H1, H2, K1 belgesi, K2 belgesi, K3, L1, L2, M1, M2, M3, N1, N2, P1, P2, R1, R2, T1, T2, T3 'dür. Her bir belgenin kazanımı ile ilgili Türkiye Cumhuriyeti Ulaştırma Bakanlığı'nın belirlemiş olduğu bazı maddeler vardır. Belge talep etmiş gerçek yada tüzel kişiler belgelerin alım kıstaslarını elde etmeleri halinde talep ettiği belgeleri alabilirler. Bunun haricinde yetki belgelerinin geçerlilik süresi 5 yıldır. Eğer yetki belgesi sahibi teşebbüsler faaliyetine devam etmek istiyorsa yetki belgesini süresi içinde yenilemeleri şarttır. Süresi için yenilenmeyen yetki belgeleri ve eki belgeler iptal edilmektedir. Yetki Belgesi elde ederek faaliyet gösteren bir işletme yetki belgesi alma şartlarını kaybetmiş ve yerine getiremiyor ise yetki

³⁸ Uluslararası Nakliyeciler Derneği, *Üdy 3 Eğitim Kitabı*, No: 6.

belgesi iptal olmadan yetki belgesini başka bir belgeye dönüştürebilme imkanı vardır. Yetki belgesi sahibi gerçek ve tüzel kişiler; unvan, adres, vergi numarası, ortaklık, hisse devri (halka açık sermaye şirketlerinde hamiline yazılı hisse devirleri hariç), sermaye miktarı, yönetici, acentelik sözleşmeleri ve taşıtlara ilişkin değişiklikleri, değişikliğin meydana geldiği tarihten itibaren 60 gün içinde Bakanlığa bildirmek ile yükümlüdürler.³⁹ Aşağıda yetki belgelerinin neler olduğu ayrıntılı bir şekilde kaleme alınmıştır.

Tablo 2.1. Yetki Belgeleri

Belge Türü	Belge Tanımı	ÜDY Üst Düzey Yönetici Belgesi	ODY Orta Düzey Yönetici Belgesi
A TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
A1	Otomobille Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığı	x	İstihdam zorunlu
A2	Otomobille Uluslararası Yolcu Taşımacılığı	x	İstihdam zorunlu
A3	Oto kiralama İşletmeciliği	x	İstihdam zorunlu
B TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
B1	Otobüsle Uluslararası Tarifeli Yolcu Taşımacılığı	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
B2	Otobüsle Uluslararası Tarifesiz Yolcu Taşımacılığı	X	İstihdam zorunlu
B3	Otobüsle Uluslararası ve Yurtiçi Kendi Personelinin Taşınması	X	X
C TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
C1	Kendi işigali ile ilgili Uluslararası ve Yurtiçi Eşya Taşımacılığı	X	X
C2	Uluslararası ve Yurtiçi Ticari Eşya Taşımacılığı	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
C3	Uluslararası ve Yurtiçi Ev/Büro Eşyası Taşımacılığı	X	İstihdam zorunlu
D TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
D1	Otobüsle Şehirlerarası Tarifeli Yolcu Taşımacılığı	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
D2	Otobüsle Yurtiçi Tarifesiz Yolcu Taşımacılığı	X	İstihdam zorunlu
D3	Otobüsle Yurtiçi Kendi Personelinin Taşınması	X	X
F TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
F1	Yurtiçi Yolcu Taşıma Acenteliği	X	İstihdam zorunlu
F2	Uluslararası ve Yurtiçi Yolcu Taşıma Acenteliği	X	İstihdam zorunlu
G TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
G1	Yurtiçi Eşya Taşıma Acenteliği	X	İstihdam zorunlu
G2	Uluslararası ve Yurtiçi Eşya Taşıma Acenteliği	X	İstihdam zorunlu
G3	Yurtiçi Kargo Acenteliği	X	İstihdam zorunlu
G4	Uluslararası ve Yurtiçi Kargo Acenteliği	X	İstihdam zorunlu
H TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
H1	Yurtiçi Eşya Komisyonculuğu	X	İstihdam zorunlu
H2	Uluslararası ve Yurtiçi Eşya Komisyonculuğu	X	İstihdam zorunlu

³⁹ WEB_11, TUGEM, <https://www.tugem.com.tr/yetki-belgeleri>, 07/04/2016.

Tablo 2.1'in devamı

Belge Türü	Belge Tanımı	ÜDY Üst Düzey Yönetici Belgesi	ODY Orta Düzey Yönetici Belgesi
L TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
L1	Yurtiçi Lojistik İşletmeciliği	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
L2	Uluslararası ve Yurtiçi Lojistik İşletmeciliği	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
M TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
M1	İl İçi Kargo İşletmeciliği	X	İstihdam zorunlu
M2	Yurtiçi Kargo İşletmeciliği	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
M3	Uluslararası ve Yurtiçi Kargo İşletmeciliği	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
N TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
N1	İl İçi Nakliyat Ambarı İşletmeciliği	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
N2	Yurtiçi Nakliyat Ambarı İşletmeciliği	X	İstihdam zorunlu
P TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
P1	İl içi Dağıtım İşletmeciliği	X	İstihdam zorunlu
P2	Yurtiçi Dağıtım İşletmeciliği	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
R TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
R1	Yurtiçi Taşıma İşleri Organizatörlüğü	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
R2	Uluslararası ve Yurtiçi Taşıma İşleri Organizatörlüğü	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
T TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
T1	Büyükşehir Belediye Sınırları İçinde Yolcu Terminali İşletmeciliği	İstihdam zorunlu	İstihdam zorunlu
T2	Büyükşehir Belediye Sınırları Dışında Yolcu Terminali İşletmeciliği	X	İstihdam zorunlu
T3	Eşya Terminali İşletmeciliği	X	İstihdam zorunlu
K TÜRÜ YETKİ BELGESİ			
K1	Yurtiçi Ticari Eşya Taşımacılığı	X	İstihdam zorunlu
K2	Kendi İhtigali ile ilgili Yurtiçi Eşya Taşımacılığı	X	X
K3	Yurtiçi Ticari Ev/Büro Eşyası Taşımacılığı	X	İstihdam zorunlu

Kaynak: Yeni Ümit Kurumları, Belge Tanıtımı

2.2.5. Ulusal Taşıma Kuruluşları

Ülkemizde bazı taşıma kurum ve kuruluşlarını vardır. Bunlar;

Ulaştırma Bakanlığı: Wikipedia tanımına göre “Türkiye Cumhuriyeti Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Ulaştırma ve Haberleşme iş ve hizmetlerinin, karayolu yapımı ve teçhizatı ile ilgili hususlar hariç ve Karayolları Genel Müdürlüğü Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun Hükümleri saklı kalmak üzere teknik, ekonomik ve sosyal ihtiyaçlara, kamu yararına ve milli güvenlik amaçlarına uygun olarak kurulmasını, geliştirilmesini ve bu hizmetlerin birbirini tamamlayıcı şekilde

yürütülmesini sağlayacak esasları tespit etmek, uygulanmasını takip etmek ve denetlemek görevi ile yükümlü olan bakanlıktır.”⁴⁰

Denizcilik Müsteşarlığı: Ülkemizde denizcilik sektörü ile ilgili çalışmaların, ülke gereksinimlerine uygun olarak yönetimi ve hizmetlerin geliştirilmesini sağlamak gayesiyle Başbakanlığa bağlı olarak “Denizcilik Müsteşarlığı” kurulmuştur. Denizcilik Müsteşarlığı ulusal ve uluslararası düzeyde ülkemizi temsil etmekte, düzenleme, belgelendirme, izin verme görevlerini yapmaktadır. Lojistik sektöründe şemsiye görevi yapan bir devlet otoritesi niteliğindedir.⁴¹

Lojistik Derneği (Loder): Lojistik Derneği, 2001 tarihinde kurulmuştur. Kurumsal üyeliğin değil sadece bireysel üyeliğin söz konusu olduğu, mesleki ve sektörel gelişimi hedefleyen bir dernek vasfındadır.

Tahminen 750 üyesi arasında lojistik hizmet alan ve veren şirket profesyonelleri, akademisyenler, bilişimciler, sektörel ekipman satış şirketi profesyonelleri ve silahlı kuvvetler mensupları derneğin üyeleri konumundadır.⁴²

Uluslar arası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD): Ülkemizde ve uluslar arası alanda kara, hava, deniz, demiryolu, kombine taşımacılık ile lojistik hizmetler üreterek taşıma organizasyonunu üstlenen 400 üzeri firmayı aynı bünye altında toplayan bir sivil toplum örgütüdür. UTİKAD üyelerinin büyük bir bölümünün faaliyet kapsamı, Türk Ticaret Kanunu’nun 808-815. maddeleri tarafından “taşıma işleri komisyoncuları ve acenteleri “ olarak tanımlanmaktadır.⁴³

Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND): UND, 1974 yılında Türkiye kara nakliye sektörünün her türlü sorununu ulusal ve uluslararası platformda çözmek gayesiyle bir araya gelen sektör temsilcileri tarafından bir meslek örgütü vasfıyla kurulmuş olup, 65 çalışanı ve 437 gönüllü çalışma grubu üyesi hizmet üretmektedir.⁴⁴

Yukarda kaleme alınan ulusal kuruluşların haricinde, gümrük müsteşarlığı, hazine müsteşarlığı, dış ticaret müsteşarlığı, karayolu genel müdürlüğü, kara ulaştırma genel müdürlüğü, sivil havacılık genel müdürlüğü, TCDD genel müdürlüğü, kıyı emniyet genel müdürlüğü, DHMİ genel müdürlüğü, PTT genel müdürlüğü, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Ro-Ro Gemi İşletmeleri ve Kombine Taşımacılar Derneği

⁴⁰ WEB_12, Wikipedia, https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye_Cumhuriyeti_Ula%C5%9F%C4%B1rma,_Denizcilik_ve_Haberle%C5%9Fme_Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1, 10/03/2016.

⁴¹ WEB_13, Nenedir, <http://nenedir.com.tr/denizcilik-mustesarliginin-gorevi-nedir/>, 10/03/2016.

⁴² WEB_14, Loder, Loder Site, <http://www.loder.org.tr/kurumsal.aspx>, 10/03/2016.

⁴³ WEB_15, Utikad, Utikad, <http://www.utikad.org.tr/sayfalar.asp?page=12>, 10/03/2016.

⁴⁴ WEB_16, Und, Und, <http://www.und.org.tr/tr/8/hakkimizda>, 10/03/2016.

(RODER), Raylı Ulaşım Sistemleri Derneği (RAYDER), Demiryolu Taşımacılar Derneği (DTD), Deniz Ticaret Odası (DTO), Gümrüklü Antrepocular Derneği (GAD), Türkiye Liman İşletmeleri Derneği (LİM-DER) yer almaktadır.

2.2.6. Türkiye’de Lojistik Sektörü Kuralları

Mevzuatımızın ikinci kısmında yer verilen Taşımada Genel Kurallar Kısım altında madde 4’de genel kuralda, ”taşımalar; ekonomik, seri, elverişli, güvenli, çevreye kötü etkisi en az ve kamu yararını gözeterek tarzda serbest rekabet ortamında gerçekleştirilmelidir.”

Bunun yanı sıra, Taşımacılık, acentelik ve taşıma işleri komisyonculuğu ile nakliyat ambarı ve kargo işletmeciliği yapılabilmesi için Ulaştırma Bakanlığından yetki belgesi alınması zorunludur.

Yetki belgesi alma zorunluluğu kısmı madde 5 ‘de “Taşımacılık, acentelik ve taşıma işleri komisyonculuğu ile nakliyat ambarı ve kargo işletmeciliği yetki belgesi alınabilmesi için taşıma işleri işletmecilerinin meslekî saygınlık, malî yeterlilik ve meslekî yeterliliğe sahip olması gerekmektedir. Bu maddeye ilişkin usul ve esaslar yönetmelikle belirlenir. 18.1.1954 tarihli ve 6224 sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu hükümleri saklıdır.” değinilmiştir.

Taşıma işleri işletmecilerinin sayısı, yolcu ve eşya kapasitesi, taşıtların durumu, güvenlik veya benzeri nedenlerle Bakanlık, yetki belgelerinin verilmesinde sınırlamalar ve yeni düzenlemeler getirebilir.

Tehlikeli yük taşıyan taşıtlar ve bunların bağlı olduğu taşımacılar, taşıyacakları yüklerin özelliğine uygun olduğunu gösteren bilgi ve belgelere dayanarak birinci fıkrada belirtilen yetki belgesinden ayrı olarak ilgili mercilerden ayrıca izin almakla yükümlüdürler.⁴⁵

2.2.7. Türkiye’de Lojistiğin Güçlü ve Zayıf Yönleri

Her Ülkede Lojistik sektöründe muhakkak güçlü ve zayıf yönler mevcuttur. Ülkemizde Lojistiğin güçlü ve zayıf yönleri ise, büyük lokal iş potansiyelinin var olması, kara nakliyesinde boş kapasite mevcut olması; bu hususta maliyetin düşmesine sebep olmaktadır, Altyapı potansiyelinin yeterliliği, Taşıtların Avrupa standartlarına

⁴⁵ Karayolu Taşıma Kanunu, Kanun No.4925, Yayımlandığı Resmi Gazete: Tarih: 19/7/2003 Sayı: 25173.

göre teçhiz edilmesi ve Hizmet Kalitesinin ve nakliye verimliliğinin günden güne artırılması kuvvetli yönleridir, zayıf yönleri ise, üretim ölçekleri düşüktür, kalifiyeli eleman özellikle yönetici eksikliği vardır. İthalat ve ihracat formaliteleri çok fazla olup, bilgi teknolojisi kullanım oranı azdır. Son olarak Eldeki mevcudun modernize edilmemesi ülkemizdeki lojistiğin zayıf yönlerine örnek gösterilebilir. Elbet de bu örnekler çoğaltılabilir fakat en önemli kıstasları bunlardır.⁴⁶

2.3. DÜNYADA LOJİSTİK SEKTÖRÜ

Küreselleşmenin etkilerinin sonuna kadar hissedildiği ve dünyanın diğer bir ucundan sipariş edilen bir ürünün artık saatlerle denilebilecek sürelerde evimize ulaşması kuşkusuz bunun en büyük kanıtıdır.

Dünyada lojistik sektörüne bakıldığında; 2013 yılında, 17,4 trilyon dolarlık ticaret hacminin oluştuğu dünya ekonomisinde, lojistik sektörü hacminin 6, 4 trilyon dolar olarak gerçekleştiği görülmektedir. Sektörün bu potansiyeli başta Amerika, Avrupa ve Asya-Pasifik olmak üzere birbirine denk hacme sahip bölgelere ayrılmaktadır.

Dünyada gerçekleşen lojistik yatırımların gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payı %14'tür. Dünya geneli incelendiğinde, gelişmiş ülkelerdeki yatırım payı %27,50'lerde iken gelişmekte olan ülkelerde ise bu oran sadece %3,60 seviyesindedir. Gelişmiş ülkelerin lojistik yatırım payı yaklaşık olarak 8 kat fazladır.

2009-2013 döneminde, sektördeki yıllık büyüme oranları, gelişmiş ülkelerde %5-12 arasında seyrederken, gelişmekte olan ülkelerde ise bu oran %15-25 düzeyine çıkmıştır. 2008 krizi sonrası dönemde, Kuzey Amerika lojistik sektörünün, Avrupa'ya göre daha iyi bir performans gösterdiği söylenebilir. Sektörün Avrupa'daki büyüme ortalaması yıllık %8, 5 iken, Kuzey Amerika'da aynı dönemde %13, 40 seviyesinde bir büyüme yaşanmıştır. Asya ülkelerinin ise krizden fazla etkilenmediği ve lojistik sektörünün bu bölgede yıllık %20 büyüdüğü gözlemlenmiştir.

Küresel olarak ele aldığımızda lojistiğin pazar payı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde de değişim göstermektedir. Ülkelerin ekonomik olarak büyüme tahminleri ele alındığında çoğunlukla gelişmiş değil, daha çok gelişmekte olan ülkelerde daha fazla olduğu görülmektedir. Lojistik anlamda sektörün kalbi ABD'de atmasına rağmen, ucuz işçilik ve daha az maliyet kapsamından dolayı Çin ekonomisi ABD'ninkine oranla 2-3 kat daha hızlı bir büyüme gerçekleştirmiştir.

⁴⁶ Uluslar arası Nakliyeciler Dereği, age, 285.

Bunun sebebi uzak doğu ülkelerindeki ucuz işçilikten ve büyük firma ve fabrikaların üretim tesislerinin uzak doğuda kümelenmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Bu kadar fazla üretim sahasının içerisinde de en önemli unsur bu ürünlerin nakliye, depolama ve lojistiği olacağı için lojistik yatırımlar dünya genelinde uzak doğuya yapılıp olmuş ve Çin'in bugün sektöre hâkim bir ülke haline gelmesini sağlamıştır.

Yıllar itibariyle büyüme rakamlarını ve tahminlerini aşağıdaki tabloda görebilirsiniz.

Tablo 2.2. Yıllar İtibariyle Büyüme Rakamları

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Dünya	5,7	3,1	0,0	5,4	4,2	3,4	3,3	3,4	3,1	3,6	3,8	3,9
ABD	1,8	-0,3	-2,8	2,5	1,6	2,2	1,5	2,4	2,6	2,8	2,8	2,7
Euro Bölgesi	3,0	0,5	-4,6	2,0	1,6	-0,8	-0,3	0,9	1,5	1,6	1,7	1,6
Çin	14,2	9,6	9,2	10,6	9,5	7,7	7,7	7,3	6,8	6,3	6,0	6,1
Türkiye	4,7	0,7	-4,8	9,2	8,8	2,1	4,2	2,9	3,0	2,9	3,7	3,5

Kaynak: IMF

2.3.1. Uluslararası Ulaştırma Mevzuatı

Uluslararası Ulaştırma Mevzuatının Temelini; uluslararası karayolları taşımacılığı yapan araçlarda çalışmakta olan personelin çalışmalarına dair Avrupa Anlaşması-AETR, eşyaların Karayolundan uluslararası nakliyatı için Mukavele Sözleşmesi-CMR, 1975 Uluslararası Tır Mukavelesi ve ilaveleri, Uluslararası ATA mukavelesi, tehlikeli maddelerin uluslararası karayollarında taşınmasına dair Avrupa paktdı.-ADR, Uluslararası Ulaşım Konvansiyonları- Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (BK/AEK), Avrupa Ulaştırma Bakanları Konseyi, (UBAK/CEMT/ECMT), Uluslararası Karayolu Taşımacılık Birliği-International Road Transport Union (IRU), FIATA Taşıma İşleri Komisyoncuları Dernekleri Uluslararası Federsyonu oluşturmaktadır.

Karayolu taşıma ve kanunu ve yönetmeliğine göre uluslararası taşıma; Ülkemizden yahut Ülkemize karayoluyla; Türkiye üzerinden karayoluyla transit, Türkiye'ye demiyorlu, havayolu ve denizyolu ile gelip karayolundan üçüncü devletlere gerçekleştirilen transferlerdir.

Olağan üstü şartlarda gerçekleştirilecek olan düzenlemeler ise, Bakanlık, doğal afet, gerginlik ve savaş hali, zorunlu göç, ekonomik ve siyasi kriz ve benzeri olağan üstü ve zorunlu durumlarda, devletlerin bu hususlardaki durum ve konumları göz önüne

alınarak bu yönetmelikte uluslar arası taşımalar ve faaliyetlerle ilgili kararları ve o devletlere yönelik olarak belirli bir zaman için değişlik yapılabilir yahut kaldırılabilir.

2.3.2. Uluslararası Taşımaların Kapsamı

Uluslararası yolcu ve eşya taşımaları;

1. Başka devletlerden karayolu araçları ile Ülkemize gerçekleştirilen ikili taşımaları,
2. Ülkemizden karayolu taşıtları ile öbür ülkelere gerçekleştirilen ikili taşımaları,
3. Türkiye'ye karayol güzergahı ile yada demiryolu güzergahı ile herhangi bir sınır kapısından giriş yapan yada Türkiye'nin herhangi bir deniz limanına deniz yolu ile gelen yüklü karayolu taşıtlarının, herhangi bir aktarma olmadan gerçekleştireceği transit taşımaları,
4. İndirme, bindirme ve/yahut yükleme, boşaltma yerleri, taşımayı yapan taşıtın ait olduğu devlet haricindeki ülkeler olan üçüncü ülke taşımalarını,
5. Ülkemize demiryolu, denizyolu yada havayoluyla giriş yapan yolcunun, eşyanın ve kargonun varış yerinden karayolu araçları ile üçüncü devletlere gerçekleştirilen taşımalar kapsamaktadır.⁴⁷

2.3.3. Uluslararası Taşıma Yetkisi

Uluslararası taşımamalar kapsamı içerisinde kaleme aldığımız (a), (c), (d), (e) bağlamları kapsamındaki transferler, uluslar arası taşımacılık alanında Bakanlıktan yetki belgesine sahip olmuş bireylerin taşıt dokümanlarında kayıtlı taşıtlar, ikili ve çok yönlü uluslar arası karayolu taşıma anlaşmalarına göre taşıma yapmaya yetkili yada özel izin belgesi kazanmış yabancı plakalı araçlar ile gerçekleştirilebilir. İkinci bir husus, Uluslar arası taşımamalar kapsamında yer alan (b) bendi kapsamındaki transferler, uluslar arası taşımacılık alanında Bakanlıktan yetki belgesine sahip olmuş bireylerin araç bilgilerinde kayıtlı araçlarıyla gerçekleştirilmektedir. Birinci ve ikinci fıkralarda taşıma yetkisi verilen araçların hangi devlet, hangi kara sınır kapısı, deniz limanı, hava limanı yada alanı, demiryolu istasyonu yahut garından taşıma işlemi Bakanlıkça saptanır.

Gerekli durumlarda taşıma kapsamı (b) bendi kapsamındaki transferler için yabancı plakalı araçlara B türü yetki belgesinin koşulları durumunda taşıma izni verilebilmektedir. Bir diğer husus, yabancı plakalı araçlara bu madde uyarınca verilen

⁴⁷ WEB_17, http://www.udybelgesi.com/uye/slaytlar/uluslararasi_ulasirma_mevzuati/uluslararasi_ulasirma_mevzuati.swf, 26/05/2015.

taşıma yetkisi; Ülkemize yada ülkemizden yahut ülkemiz üzerinden taşıma yapma yetkisi veren geçiş belgesi, Ulaştırma Bakanlığı Avrupa Konferansı (UBAK) izin belgesi yada özel yetki belgesine sahip olmadan yararlandırılmaz.

Fakat;

- İtfaiye hizmetleri ile ilgili transferler,
- Cenaze taşımaları,
- Ambulans taşımaları,
- Arıza, kaza ve benzeri durumlardaki taşımalar,
- Kamu hizmeti çerçevesinde gerçekleştirilen posta taşımalar,
- Başta doğal afetler olmak üzere, acil durumlarda ilaç, alet ve tıbbi teçhizatlar ile gerekli diğer malzemelerin taşınmasının gerçekleştirilmesi,
- Diploması esasına göre, taşıma kapasitesi 3, 5 ton yada toplam yüklü ağırlığı 6 ton sınırını aşmayan araçlar ile gerçekleştirilen eşya taşımaları için yabancı plakalı taşıtlardan yukarıda kaleme alınan geçiş/yetki belgelerinden hiçbirisi aranmaz.
- Otomobil taşımaları ve özelliği olan taşımalar için yapım gerçekleştirilmiş özel donanımlı araçlar hariç, taşıma sınırı 10 tonu aşmayan araçlara geçiş belgesi tahsis edilemez.
- Yabancı plakalı araçlar, ülkemiz hudutları dahilinde ki nokta arasında transfer gerçekleştiremezler.
- Ülkemizin taraf olduğu ikili ve çok yönlü uluslar arası anlaşma ve sözleşmelerin kararları gizlidir.⁴⁸

2.3.4. Uluslararası Taşıma Kuruluşları

Uluslararası lojistik sektöründe birçok kuruluş vardır. Bunlar;

Uluslararası Freight Forwarder Dernekleri Federasyonu (FIATA): Fiata International Federation Of Freight Forwarders Associations Zurich / Switzerland. İngilizce olarak “international Federation Of Freight Forwarders Associations “ ifade edilmektedir. Fiata 31 Mayıs 1926 Yılında Viyana’da Avrupanın Onaltı ülkesine ait Forwarder tarafından kurulmuştur. Merkezi Viana’da (avusturya) Bulunan ve Freight Forwarderler topluluğu, dünyanın her yerinde Forwarderlerin tanıtımı ve haklarını korumak için çalışmalar sürdürmektedir. Ayrıca fiata tüm üye ülkelerdeki

⁴⁸ Uluslararası Nakliyeciler Derneği, age, 16-18.

Forwarderlerin oluşturduğu bir özel kurum niteliğindedir. Günümüzde dünyada 1920 üye 132 ülke 90 Organizasyonu Kapsamaktadır. Yaklaşık 35.000 Forwarding Firmasının üye olduğu grup taşıma organizatörü (organizer Of Transport) olarak yaklaşık sekiz Milyon insanı Temsil Etmektedir.⁴⁹

Uluslararası Karayolu Taşıma Birliği (IRU): IRU (International Road Transport Union): Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Birliği), 23 Mart 1948’de kurulmuş olup, 73 ülkeden 169 üyesiyle yerel ve küresel çapta faaliyet gösterir. IRU ulusal dernekler aracılığı ile dünya genelinde karayolu taşımacılığı sektörünü temsil eder. IRU otobüs işletmecilerinden, taksilere ve kamyonlara, büyük taşımacılık filolarından araç sahibi sürücülere kadar bir çok sektörün sorunlarını ve ihtiyaçlarını izah etmektedir. Karayolu taşımacılığını etkileyen kararların alındığı bu uluslararası platformlarda, sektörün çıkarlarını savunur. Mesleki standartların geliştirilmesi sağlamakla birlikte karayolu taşımacılığının güvenlik düzeyinin ve çevrenin korunmasına da katkı sağlamaktadır. IRU ayrıca, araçların çıkış yaptıkları hudut kapısında denetimi sağlandıktan sonra nihai noktasına kadar, yol boyunca geçiş yapılan diğer sınır kapılarında başka kontrollerin yapılmasına gerek duyulmadan geçiş yapabilmeleri olanak sağlayan TIR sisteminin de uluslararası garantörü niteliğindedir.⁵⁰

Uluslararası Havayolu Denizcilik Örgütü (IMO): Uluslararası Denizcilik Örgütü, IMO İngilizce “International Maritime Organization” olarak ifade edilmektedir. 1948 yılında Birleşmiş Milletler denizcilik konferansında kurulması öngörülen ve on yıl sonra Hükümetler Arası Deniz Danışma Örgütü İngilizce “Inter-Governmental Maritime Consultative Organization”ismi ile kurulmuş olan ve 1982 yılına kadar bu adıyla, Birleşmiş Milletler bünyesinde bir "danışmanlık" birimi olarak faaliyet gösteren ajanstır.⁵¹

Uluslararası Havayolu Taşımacılar Birliği (IATA): Güvenli, emniyetli ve ekonomik hava ulaşımı sağlayabilmek gayesiyle havayolları arası bir kuruluş olarak 1945 yılında Havana, Küba şehrinde kurulmuştur. İlk kuruluş zamanında IATA'nın 31 ülkeden 57 üyesi varken, bugün ise dünya genelinde 140 ülkeden 270'in üzerinde üyeye

⁴⁹ WEB_18, http://www.lojistikci.com/?page_id=114, 10/03/2016.

⁵⁰ WEB_19, <http://und.org.tr/tr/5600/uluslararasi-karayolu-tasimaciligi-birligi-iru-nedir-> 10/03/2016.

⁵¹ WEB_20, https://tr.wikipedia.org/wiki/Uluslararası%C4%B1_Denizcilik_%C3%96rg%C3%BCt%C3%BC10/03/2016.

sahiptir. Modern IATA, ilk uluslararası tarifeli uçuşun yapıldığı, 1919 yılında kurulan "International Air Traffic Association"un devamıdır.⁵²

Avrupa Lojistik Derneği (ELA): Batı Avrupa'daki tüm ülkelerin ulusal organizasyonlarından oluşan ve amacı, Avrupa'daki endüstriyel ve ticarî sektörlerle lojistik hususlarında destek veren, lojistik eğitim ve bunun gibi konularda standartları oluşmasını sağlayan bir sivil toplum örgütüdür.⁵³

Dünya Gümrükleri Örgütü (WCO): Dünya Gümrük Örgütü (DGÖ), ulusal gümrük idarelerinin etkili ve verimli çalışmalarını sağlamak ve geliştirmek amacıyla kurulmuş olup bağımsız, hükümetler arası bir kurumdur. GATT'ın ortaya koymuş olduğu gümrük hususlarını tetkik etmek için 1947 yılında kurulmuştur. 13 Avrupa ülkesinin oluşturmuş olduğu bu Çalışma Grubu'nun çalışmaları 15 Aralık 1950 tarihinde Brüksel'de imzalanmıştır. Gümrük İşbirliği Konseyi'ni kuran Sözleşme ile 4 Kasım 1952 tarihinde neticelenmiştir. Kurucu Sözleşmesini ilk olarak onaylayan Türkiye, Gümrük İşbirliği Konseyi ilk toplantısını aralarında ülkemizin de bulunduğu 17 kurucu üyenin katılımıyla 26 Ocak 1953 tarihinde Brüksel'de gerçekleştirmiştir. Şimdi, Dünya Gümrük Örgütü, uluslararası ticaretin %98'ini gerçekleştiren 180 üyeye sahip bir kurumdur.⁵⁴

Bu kurumların haricinde Avrupa Freight Forwarder ve Lojistik Birliği (CLEAT), Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO), Avrupa İntermodel Taşımacılık Derneği (EIA), Avrupa Road Rail Birliği (UIRR), Uluslar arası Demiryolu Birliği (UIC), Uluslar arası Gemi Acenteleri ve Komisyoncuları Derneği Federasyonu (FONASBA), Uluslar arası Limanlar ve İskeleler Birliği (IAPH), Uluslar arası Kargo Taşımacılık Koordinasyonu Birliği (ICHCA), Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA) kurumları vardır.

⁵² WEB_21, Altuntaş Gültekin, İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Yüksek Okulu, Uluslararası Sivil Havacılık Örgütleri slaytı, <http://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=12&ved=0ahUKEwjomoKh3NvMAhWsE5oKHcAhAloQFghbMAs&url=http%3A%2F%2Fwww.gultekinaltuntas.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2012%2F11%2FUluslararası-Sivil-Havacılık-Örgütleri.ppt&usq=AFQjCNFeHWJZqyfnO0-wWS0ALGNLLmxFNA> 10/03/2016.

⁵³ WEB_22, <http://www.spenak.com/soezluek.Avrupa%20Lojistik%20Derneği.1294.html>, 10/03/2016.

⁵⁴ WEB_23, AB ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü resmi, <http://ab.gtb.gov.tr/uluslararasi-orgutler/dunya-gumruk-orgutu>, 10/03/2016.

2.3.5. Dünya’da Lojistik Sektörünün Gelişimine Etkili Unsurlar

Lojistik hizmetlerde dış kaynak kullanımı özellikle, dünyanın küreselleşmesi boyutunda büyük bir önem arz eder hale gelmiştir. Bugün küresel bir dünyanın varlığından bahsedebiliyorsak, dünya üzerindeki ülkelerin her birinin komşu ülkeleri veya onlara uzak olan ülkelerde yaşanan ekonomik sarsıntılar, resesyon ve buhranlardan etkilenebilir duruma gelmişse bunda dış kaynak ve pazar kullanımının etkisi büyüktür.

Talep ve arzın en büyük birleştirici unsuru olan lojistik sektörü gelişimini; ülkelerin artan ekonomik faaliyet alanlarına, istihdam gücüne, hammadde işleye bilirlilik potansiyellerine, alternatif ulaşım yollarının çokluğuna borçludur. Bugün lojistikteki en büyük amaç mal akışını arz edenden talep edene süratle aktarmak ise tüm bu saymış olduğumuz bileşen parçalarının her saat diliminin en aza indirgenmesi sürecinde etkisi tartışılmaz biçimde önem arz etmektedir.

2.3.6. Küresel Lojistik Performans Endeksi ve Dünyada Lojistik Sektörüne İlişkin Genel Değerlendirme

Sektörden sektöre, üründen ürüne değişse de ortalama olarak bir ürünün satış fiyatının yüzde 4 ile 20’sini lojistik giderleri oluşturur. Lojistik giderleri; Kuzey Amerika’da GSMH’nin %10’u; Avrupa’da %11’i, Türkiye’de ise tahminen %13’üdür.⁵⁵ Buna göre Türkiye’deki potansiyel lojistik pazarının 90-100 milyar dolar olduğu, başta Uluslararası Taşımacılık ve Gümrük olmak üzere dış kaynak kullanımının %50 olduğu varsayımıyla mevcut Pazar büyüklüğü 50-55 milyar dolar olduğu söylenebilir. Ayrıca Türkiye lokasyon olarak da Orta Doğu, Türk Cumhuriyetleri ve Avrupa arasında bir aktarma merkezi ve köprü oluşturmaktan kaynaklanan avantajlı konumu ile birçok otorite tarafından lojistik üssü olma iddiası veya ideali ile tanımlanmaktadır. Ancak fiziksel ve kurumsal altyapı eksikliklerimiz vardır.⁵⁶

1996 yılında yürürlüğe giren Türkiye ile AB arasındaki Gümrük Birliği anlaşması ve Türkiye’nin olası AB üyeliği sektörde yeni yatırımları teşvik edecek önemli fırsatlardır. Taşımacılık hâlihazırda Türkiye’nin AB’ye uyum süreci gündeminde yer alan beş

⁵⁵ WEB_24, Select Advanced Solutions, (2015), Dünyada ve Türkiye’de Lojistik Sektörü, <http://www.selectbilisim.com/dunyada-ve-turkiyede-lojistik-sektoru/>, 10/03/2016.

⁵⁶ WEB_25, Muazzez Babacan, http://www.okan.edu.tr/uploads/pages/tez-proje-yazim-kurallari/sbe_tez.pdf, 10/03/2016.

önemli başlık arasındadır. AB'ye uyum süreci altyapı, araçlar ve çevre standartları ile uyumu, lojistik ağın geliştirilmesini ve dış ticaret politikalarının iyileştirilmesini kapsamaktadır.

O tarihten bugüne yapılan atılımlar ve lojistik alt yapının yenilenmesi, geliştirilen duble yollar ve yeni otoban yapımları sayesinde ayrıca konum itibariyle bir liman ülkesi de olmanın verdiği avantajı kullanarak ülkemizin lojistik performansı belirgin ölçüde aşama kaydetmiştir. Bunun yanı sıra, yüksek hızlı tren yolları yapılmış ve mevcut demiryolu ağı yenileme sürecinden geçmektedir. Önemli ticaret yolları üzerinde olan ülkemiz, Orta Asya ile Avrupa'yı bağlamak için Bakü-Tiflis-Ceyhan demiryolu inşaatı devam etmektedir. Asya ile Avrupa'yı bağlamak için farklı taşıma modları ile bağlantılar da yapım aşamasındadır veya bitmiş durumdadır. Üçüncü Köprü ve Marmaray gibi yatırımlara örnek gösterilebilir.

Sektörün tümünü kapsayan araştırmaların sayısının az olmasıyla beraber Dünya Bankası'nca hazırlanan ve 155 ülkenin lojistik performanslarının incelendiği "The Logistics Performance Index (LPI)" raporu ciddi veriler içermektedir. Raporda aşağıdaki altı ölçüte göre puanlama yapılmaktadır;

- Gümrüklerin ve diğer sınır işlemlerinin etkinliği,
- Ticaret ve taşımacılık altyapısının lojistik açıdan kalitesi,
- Uluslararası sevkiyatların düzenlenmesinin kolaylığı ve maliyeti,
- Lojistik hizmetlerin kalitesi ve lojistik yetkinlik,
- Sevkiyatların takibi ve izlenebilmesi,
- Sevkiyatların alıcıya zamanında ulaşması.

TSPB tarafından açıklanan rapora göre, dünya ekonomisine ilişkin beklentiler güçlenmektedir ve bu beklentinin küresel etkilerle 2013, 2014 ve 2015 yıllarında farklılık gösterdiği gözlemlenmektedir. Dünya GSYİH büyüme oranı 2013 yılında %3,0 olarak gerçekleşirken, bu oran 2014 yılında bu oranın %3,6'ya ve 2015 yılında ise %3,9'a ulaşarak yükseliş göstermiştir.⁵⁷

Türkiye'de küresel krizin etkilerinin yoğun hissedildiği 2009 yılının ardından, 2010 ve 2011 yıllarında oldukça yüksek oranlı büyümeler elde edilmiştir. 2012 yılında ise uygulanan politikalarında etkisiyle GSYİH büyüme gerilemiştir. 2011 yılında elde edilen %8,8'lik büyüme oranı, gelişmekte olan ülkeler için gerçekleşen %6,4'lük büyüme oranının üzerinde iken, 2012 yılındaki %3,2'lik büyüme, aynı yılda gelişmekte

⁵⁷ IMF, World Economic Outlook Raporu, 2014.

olan ülkeler için gerçekleşen %5,1'in altında kalmıştır. 2011 yılındaki yüksek oranlı büyümenin ardından, 2012 yılında hız kesen GSYİH büyüme oranı, 2013 yılında %4,19'a çıkmıştır. 2014 yılında bu oranı %2,9 olurken 2015 yılında ise %4 olmuştur.⁵⁸

Yıllar	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ulaştırma GSYİH/ Toplam Hizmet GSYİH	24,75%	24,41 %	24,01 %	23,64 %	24,16 %	24,21 %	23,86 %	23,79 %	24,26 %

Şekil 2.3. Dünya Geneline Ulaştırma Hizmetleri GSYİH'sının Toplam Hizmetler GSYİH'ya Oranı

Kaynak: Diyarbakır Lojistik Merkezi Raporu, 2008

2007'den beri iki yılda bir yayınlanmakta olan Lojistik Performans Endeksi, Dünya Bankasının Uluslararası Ticaret Birimi tarafından oluşturulan dünya çapında 1000'den fazla lojistik profesyonelinin katkısı ile oluşturulan bir rapor niteliğine sahiptir. Dünya Bankası tarafından yayınlanan Lojistik Performans Endeksi göstergeleri, pek çok ülke ile gümrüklerdeki hız ve iş akışına ilişkin karşılaştırma yapma imkanı sağlamaktadır.

2014 Lojistik Endeksi raporunda, Almanya dünyanın en iyi lojistik endeksin sahip ülke olarak yer alırken, Somali en düşük performansa sahip ülkedir. Daha önceki 2012 yılında ki raporda da yer aldığı gibi bu raporda da en iyi performans gösteren ülkeler gelir düzeyinin yüksek olduğu ülkeler olarak yer alması dikkat çekmiştir. 2012 yılındaki raporda gelişmekte olan ülkelerin de bu raporda performanslarını artırdığı gözlenmiştir.

2012 yılında yayınlanan Dünya Lojistik Endeksinde 3,51'lik genel lojistik puanı ile 27. sırada yer alan Türkiye, 2014 yılında 160 ülke arasında 3,50'lik genel ortalaması ile otuzuncu sırada yer almıştır.⁵⁹

Özetlenecek olursa ülkelerin lojistik performanslarının, o ülkenin ekonomik düzeyi ile doğru bir orantısı olduğu açıkça görülmektedir. Lojistik anlamda bu sektörün payını artırabilmek için tam istihdam seviyesinde çalışma ve faaliyetler yürütülmesi esastır.

⁵⁸ TOBB, *Türkiye Ulaştırma ve Lojistik Meclisi Sektör Raporu*, 2011.

⁵⁹ WEB_26, Uluslararası Nakliyeciler Derneği, (2014), Uluslararası Nakliyeciler Derneği, <http://www.und.org.tr/tr/14901/dunya-bankasi-kuresel-lojistik-performans-endeksi-2014-yayinlandi;-turkiye-160-ulke-arasinda-30.-sirada>, 10/05/2016.

2.3.7. Lojistik Sektöründe Gelişmiş Ülke Örnekleri: Almanya ve Singapur

Lojistik sektörü denince akla ilk gelen ve sektörde lider konumda yer alan ülkelerin başını kuşkusuz Almanya ve Singapur çekmektedir. İngiliz Sanayi Devriminin ardından 1960'lara gelindiğinde dünya genelinde İngiltere'nin sanayi konusunda ilerlemede ulaşılacak son nokta olduğu düşüncesini Almanların ağır sanayi hamlesi boşa çıkartmıştır.

Dünyanın en gelişmiş sanayisi bugün Almanya'dadır ve ihracatta Çin'den sonra dünya sıralamasında ikinci olmasına rağmen nüfus ve coğrafya ölçütlerine göre bir karşılaştırma yapıldığında ortaya çıkan veri dünyanın gerçek ihracat şampiyonu Almanya'dır. Almanya, lojistik sektöründe çok elverişli bir saha avantajına sahiptir.⁶⁰

Asya-Pasifik Bölgesi'nin dünya ekonomisi ve ticaretindeki yeri ve önemi her geçen gün artarken, Singapur, Asya-Pasifik bölgesinde ve özellikle Güneydoğu Asya'da çok önemli bir ticaret merkezi konumunda bulunmaktadır. Singapur ekonomik olarak çok kısa bir süre içerisinde çok önemli bir dünya limanı ve serbest ticaret merkezi dünyanın önemli petro-kimya ve elektronik üreticilerinden bir tanesi, bölgede başarılı bir finans ve bankacılık merkezi, gelişen ticaret koşullarına uyum ve hızlı adaptasyon kabiliyetinin de etkisi ile dünya genelinde çok önemli bir transit ticaret merkezi konumu olmuştur.

GSYİH'nin üç katı oranında ticaret hacmine sahip olan ve dışa açıklık açısından dünyadaki en liberal ülkeler arasında yer edinen Singapur, ithalatının yaklaşık yarısını re-eksport yolu ile bilhassa bölge ülkelerine ihraç etmektedir başta Güneydoğu Asya ülkeleri olmak üzere bölgeye yönelik ihracatın geliştirilebilmesi için Singapur'un lojistik imkanları ile güçlü ekonomik ve ticari bağları, Türkiye bakımından önemli bir fırsat oluşmuştur.

Singapur, coğrafi konumu, doğal korunaklı limanı ve 19. yüzyılın başından bu yana deniz ticaretinde kazanmış olduğu deneyim açısından Uzakdoğu'nun en büyük deniz ticaret merkezlerinden bir tanesi olmuştur. En Başta ASEAN ülkeleri olmak üzere, Çin ve Hindistan ile kurmuş olduğu ticari ilişkiler sebebi ile ülke, dünyanın en hareketli limanına sahip olmuştur.⁶¹

⁶⁰ WEB_27, Ekinci K., (Türk Dış Ticaret Vakfı) Türk Dış Ticaret Vakfı, <http://www.tdv.org.tr/ozgun+fikir+yarismasi+mansiyon.html>, 10/03/2016.

⁶¹ Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (2014), Singapur Ülke Bülteni, 9.

2.3.8. Lojistik Sektöründe Gelişmekte Olan Ülke Örneği: Çin

İhracattaki büyüme oranları ve ihracat rakamlarına dikkat edildiği zaman lider ülke olarak Çin Halk Cumhuriyeti çıkmaktadır. Çin ekonomisinin bu denli büyümesi ve ihracat rakamlarına göre önde olması çok eskilere dayanmamaktadır. 1970'lerin sonlarında ideolojik siyasetin piyasalar üzerindeki baskısının yavaşça ortadan kaybolması ayrıca yerli ve yabancı sermayeye verdiği teşvikler, kur politikaları gibi kamu politikaları Çin'in bugünkü gücüne ulaşmasındaki en büyük etkenler olarak izah edilebilir. Bunun yanı sıra 1978 sonrası kapitalist dış pazara açılma politikaları ile Çin Hükümetleri sistemli şekilde iş bölümünü sektörler düzeyinde ülke çapında gerçekleştirmişlerdir.⁶²

2.4. LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜ AÇISINDAN ÖNEMİ

Lojistik faaliyetler, hizmet operasyonları, operasyon faaliyetleri, dışarıya yönelik lojistik işlemler, siparişlerin işlenmesi, müşterilere mal gönderilmesi, pazarlama, satış, promosyon faaliyetleri, müşteri servisleri, personelin eğitimi ve benzeri bu gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, dolayısıyla farklı bir şekilde, farklı bir şey veya faaliyetin sunulması rekabetin kendisi olarak tanımlanabilmektedir.

Rekabet kavramı ile ilgili tanımlar üç açıdan incelenmektedir:

1. Rekabet analizinde ele alınan gözlem biriminde ülke, sektör veya firma şeklindeki farklılaşmalar,
2. Politika önerimi, sektör verimlilik artışı, ihracat performansı gibi amaçlarla yapılan analizler,
3. Mal ve mal grupları için yapılan analizler.

Rekabet kavramının tek bir kavramsal temelini olmaması, bu kavramın ülke, sektör ve firma ölçeğinde uluslararası platformda tanımını etkilemekte ve dolayısıyla ilgili bulunduğu değişkenlerin farklılık göstermesine yol açmaktadır.⁶³

Rekabet, doğrudan doğruya veya dolaylı olarak işletmenin pazarına mal veya hizmet sunmaya çalışan işletmelerin faaliyetlerin bütünüdür. Genel anlamda rekabeti iki temel

⁶² WEB_27, Ekinci K., (Türk Dış Ticaret Vakfı)Türk Dış Ticaret Vakfı, <http://www.tdv.org.tr/ozgun+fikir+yarismasi+mansiyon.html>, 10/03/2016.

⁶³ Saraçoğlu B., Köse N., (2000), *Bazı Gıda Sanayilerinin Uluslararası Rekabet Gücü: Makarna, Bisküvive Un Sanayi*, Gazi Üniv, Proje Raporu, 1.

faktörün belirlediği söylenebilmektedir. Bunlar: içinde bulunulan pazarın yapısı ve pazardaki davranışlardır.⁶⁴

Kalıcı olabilmek için, sadece rekabet etmek yeterli olmamaktadır, rekabeti yaratmak şarttır. Yani sadece rekabet eden değil, rekabet yaratan bir konuma sahip olmak da günümüz koşullarının en önemli talebi haline gelmiştir.⁶⁵

Küreselleşmenin sonucu olarak günümüzde kilit kavramlar haline gelen rekabet esneklik ve yüksek kalite standartları, işletmeleri stratejik düşünmeye ve davranmaya zorlamaktadır. Her canlı organizma gibi yaşamak ve ayakta kalmak zorunda olan işletmelerin başarısı sadece yapı, stratejiler ve teknoloji gibi unsurlara bağlı kalmamaktadır. Günümüzde işletmelerde başarı, rakiplerden farklı ve özgün bir rekabet yolu bulabilmelerine bağlıdır.⁶⁶

Geçmiş yıllardaki çevre koşulları 21. yüzyıldaki ortama göre göreceli olarak daha durağan ve tahmin edilir nitelikteydi. O dönemlerde değişim, birçok endüstri dalında doğrusal olarak algılanmaktaydı. Başlıca rakipler, genellikle küresel olanlar değil yerli olanlardı; işletmeler hiyerarşik olarak yapılandırılıyordu ve bu yapı, seçim ve terfi uygulamaları ile destekleniyordu.

Günümüzde ise; ürünlerin yaşam süreçleri kısaltmakta, veriler artmakta, bu verileri bilgiye dönüştürme ihtiyacı artmakta ve değişimin şekli ve oranında farklılıklar meydana gelmektedir.

İşletmelerin içerisinde bulunduğu rekabet ortamı günümüzde yirminci yüzyıla kıyasla daha dinamik ve karmaşıktır. Yaşadığımız yüzyılda ekonomik, sosyal ve teknolojik alanda meydana gelen gelişmeler, pazarların küreselleşmesine, uluslararası rekabetin değişmesine yol açmış bulunmaktadır. Bu nedenle işletmeler, bu rekabet ortamında etkili stratejiler geliştirmenin ve rekabet üstünlüğü elde etmenin yollarını aramaktadırlar.

Firmalar uluslararası piyasalarda faaliyet göstermekte ve rekabete etmektedirler. Bu açıdan rekabet gücünü belirleyen faktörlere firma açısından bakabilmek mümkün olmaktadır. Bu şekilde düşünüldüğünde ise, rekabet gücünün belirleyicileri firma içi etkenler ve firma dışı etkenler olarak ikiye ayrılabilir.

⁶⁴ Ofluoğlu, G., (2006), Küreselleşme Sürecinde İşletmelerde Dış Çevrenin Analizi, Zonguldak Karaelmas Univ., İ.İ.B.F. *İşletme Bölümü Dergisi*, 14.

⁶⁵ Gülşen, G., Gemci, R., Kabasakal, M., (2009), Markalar ve Markalaşma Şartları, Uludağ Univ., *Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 106.

⁶⁶ Gürçay, C., (2001), İşletmelerde Örgüt Kültürü Faktörlerinin Farklı Boyutlarda Oluşmasında Sektörel Farklılığın Etkisi: Hizmet Ve Sanayi Sektörlerindeki Yöneticiler Üzerinde Yapılan Bir Araştırma Sonuçları, *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*.

1. Firma içi etkenler; Kısa veya uzun vadede firma tarafından kontrol edilmeleri, değiştirilmeleri ve geliştirilmeleri mümkün olan faktörler olarak tanımlanabilmektedir. İşgücü maliyetleri, verimlilik, kalite, kazanç, bilim ve teknoloji düzeyi, yönetim, nitelikli işgücü, uluslararası standartlar ve fiyat firma içi etkenleri oluşturmaktadır.
2. Firma dışı etkenler; firma tarafından kontrol edilemeyen faktörlerdir. Devletin ekonomideki yeri ve ekonomiye olan müdahaleleri, altyapı, işgücü piyasalarının esnekliği, dış ticaret politikası, yabancı sermaye, yurtiçi rekabet ortamı, coğrafi konum, ülke imajı, ülke içi talep yapısı, doğal kaynaklar, finans sektörü ve teşvikler (devlet yatırımları) firma dışı etkenleri oluşturmaktadır.

Bu şekilde bir ayırmaya gidildikten sonra, rekabetçi gücü etkileyen firma içi ve firma dışı tüm bu unsurlar tek tek aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir.⁶⁷

Rekabetçi gücü etkileyen firma içi unsurlar;

- Kalite,
- Bilim ve teknoloji,
- İşgücü maliyeti,
- Verimlilik,
- Nitelikli işgücü,
- Yenilikçilik,
- Karlılık,
- Yönetim,
- Uluslararası standartlar,
- Fiyattır.

Rekabetçi gücü etkileyen firma dışı unsurlar ise;

- Devletin rolü,
- Altyapı,
- İşgücü piyasalarının esnekliği,
- Dış ticaret politikası,
- Yabancı sermaye,
- Finans piyasaları,
- Yurtiçi rekabet ortamı,

⁶⁷ İmer, H., (2006), *Avrupa Birliği İle Entegrasyon Sürecinde Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Rekabet Gücü ve Gelişme Olanakları*, Dokuz Eylül Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 14.

- Coğrafi konum,
- Ülke imajı,
- Ülke içi talep yapısı (bilinçli tüketici),
- Doğal kaynaklar,
- Teşviklerdir. (devlet yatırımları)

Geçmiş dönemlerde rekabette kullanılan stratejiler mamulün özellikleri ve fiyatı üzerinde toplanıyorken, günümüzde bu görüş lojistiği içerisinde alacak şekilde genişlemektedir. Günümüzde pek çok işletme, kendileri için rekabete ilişkin önemli üstünlükler yaratmaktadırlar.⁶⁸

Rekabetlerini de tüketiciye daha fazla hizmet sunmakla ve tüketicinin istediği her malı hazır bulundurmakla yapmaktadırlar.

İşletmeler tarafından, stoklama giderleri, işletme içi taşıma giderleri azaltılmak suretiyle rekabetçi bir üstünlük elde edilebilmektedir. Düzenli ve güvenilir bir lojistik sistem pazarlama çalışmalarını kolaylaştırdığı gibi satışların artmasını da sağlamaktadır.

Günümüzde sürekli değişmekte olan pazar şartları, artan rekabet, firmaları etkinlik arayışına itmektedir. İşletme maliyetleri içerisinde en yüksek masraf kalemini dağıtım faaliyetlerinin oluşturması da dikkatleri bu işlev üzerinde yoğunlaştırmaktadır. Çünkü, kanalın etkili olması, üyelerin koordineli ve uyumlu çalışması sonucunda hem pazarlama masraflarından tasarruf sağlanmakta, hem de optimal fayda (yer, zaman, mülkiyet) oluşturulmaktadır.

Porter'a göre rekabet avantajı yakalamanın iki yolu bulunmaktadır: Bunlardan birincisi operasyonel etkinliktir. "Operasyonel etkinlik, aynı şeyi rakiplerden daha iyi yapmaktır". İkinci yol ise; lojistik etkinlik; diğer bir ifadeyle işlemleri daha etkin bir şekilde gerçekleştirmektir.⁶⁹

Lojistik etkinlikle anlatılmak istenen, bir dağıtım kanalında gerçekleştirilmekte olan fiziksel dağıtım faaliyetlerini, dolayısıyla bir kanal içerisinde yer alan faaliyetleri en iyi şekilde gerçekleştirmeye çalışmaktır.⁷⁰

Müşteri, bir ürün veya hizmetten yararlanan nihai tüketici, kullanıcı, fayda sağlayan veya satın alan taraftır. Müşteri; bir hizmetin nasıl, hangi süreç içerisinde, kim tarafından, hangi araçlarla yapılabildiğine değil, kendisine ne şekilde yansıdığına,

⁶⁸ Yurdakul, N., Bat, M., (2011), Şirketler İçin Rekabette Sanal Farkındalık; Arama Motoru Pazarlaması, Gümüşhane Üniv., *İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 50.

⁶⁹ Baş, A., (2012), *Rekabet Analizi ve Strateji Belirleme Süreci*, Stratejik Yönetim Ders Notu, 27.

⁷⁰ Göze, S., (2014), *Türkiye'de Lojistik Hizmetlerindeki Gelişimin Dış Ticaret Üzerine Etkileri*, Afyonkarahisar Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 113.

verilen hizmetten doyum sağlayıp sağlamadığına, verilen hizmetin ihtiyaç ve beklentilerine ne derecede uyduğuna, parasının karşılığını alıp almadığına, verilen sözlerin ve taahhütlerin ne ölçüde yerine getirilebildiğine bakmaktadır.⁷¹

Geçmişte kolaylıkla anlaşılabilen, davranışları önceden tahmin edilebilir olarak tanımlanan müşteriler, günümüzde önemli ölçüde değişimlere uğramışlardır. Bugün müşteri, iyi bir eğitimden geçmiş örgütlerin etkin bir şekilde uğraşmak zorunda kaldıkları başlıca çevresel güçlerden birini oluşturmaktadır. Müşterilerdeki bu değişimler, işletmeleri ortaya çıkan bu güç kaynağının istediği gibi davranmaya zorlamaktadır. Müşterilerdeki bu değişimlere karşı işletmeler önlem almakta, böylelikle işletmeler, "müşteri memnuniyeti başarı kaynağıdır" ilkesiyle çalışmalarını yürütmektedirler.

Günümüz iş hayatına hâkim olan ve işletmeleri yeni arayışlara yöneltten unsurlardan birini de piyasalardaki yıkıcı rekabet unsuru oluşturmaktadır. Rekabet, en son teknolojileri kullanan işletmeleri bile etkilemektedir. Böyle bir piyasada nasıl rekabet etmeli ve rakipleri nasıl yenmeli gibi sorular, birçok işletme yöneticisinin sıklıkla sorduğu sorular arasında bulunmaktadır. Bu rekabet şartları altında, bir adım öne geçebilmeyi başarabilmek için yapılması gerekenin, "ürün odaklı" anlayıştan "müşteri odaklı" anlayışa geçiş olduğu gün geçtikçe artan bir şekilde kabul görmektedir. Çünkü günümüzde yeteri kadar iyi olmak, rekabette üstünlük sağlamaya yetmemektedir. Müşteri beklentileri hızla yükselirken, bunu karşılamak için müşteriye kulak vermek, sürekli öğrenme ve gelişme sağlayarak müşterinin istek ve beklentilerini tatmin etmek gerekmektedir.

Çağdaş müşteri, sadece mevcut olan mal ve hizmetlerden elde edebileceği yararları bakmamakta, daha yüksek bilimsel, teknik ve ekonomik gelişmeler beklemektedir. Dolayısıyla günümüz müşterisinin beklentileri daha fazla ve baskıcı olmakla birlikte, daha gelişmiş bir düzeydedir. Hızla değişen çevresel koşullar ve piyasa koşulları, küresel denilebilecek rakiplerin ortaya çıkması, rakiplerin saldırgan politikaları, müşteri beklentilerinin artması, işletmelerin müşterilere sağladığı hizmet içeriğini derinleştirmektedir. Günümüz pazarında satılmakta olan ürünlerin teknolojik gelişmişliği karşısında müşteri, eskisinden çok daha fazla seçici davranmaktadır. Daha zor tatmin olmakta, aldığı ürünü veya satıcısını kolaylıkla değiştirebilmektedir.

⁷¹ WEB_28, Method Research Company's <http://www.methodresearchcompany.com.tr/mcs-method-customer-satisfaction>, 10/03/2016.

Bu nedenle, müşterinin şu andaki ve gelecekteki ihtiyaçlarını önceden tahmin ederek müşteriyi tatmin edebilen, bu ihtiyaçları yerine getirebilmek için ürün geliştirme, çeşitlendirme vb. yönetim stratejilerini çok hızlı bir şekilde ve rakiplerinden önce uygulamaya koyabilen firmaların, rekabet gücü daima daha yüksek olmaktadır.⁷²

2.5. LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE TALEP KOŞULLARI

Lojistik sektöründe talep koşulları birçok değişken etrafında şekillenmektedir. Bu değişkenler lojistiğin tüm hatları ile kalitesini oluşturan unsurlardır. Bu unsurlarda ki kalite lojistik hizmetinin kalitesini arttırmakta bu da talebi çoğaltmaktadır. Tüketicinin içerisinde bulunduğu koşullar şüphesiz taleplerini şekillendirmektedir ancak artan rekabet koşulları içerisinde tüketicinin tercih edeceği lojistik şirketi, sunulan hizmetin kalitesi sağlanan hizmetler ile doğrudan ilişkilidir.

Müşteri memnuniyeti, müşterinin bir mal veya hizmetten beklediği faydalara, müşterinin katlanmaktan kurtulduğu külfetlere, mal ya da hizmetten beklediği performansa ve sosyo-kültürel değerlere uygunluğuna bağlı bir fonksiyondur.⁷³

Müşteri memnuniyetini ciddi anlamda etkileyen kriterler olarak hizmet verenlerin sağlıklı, temiz, bakımlı, kibar ve saygılı olmaları, bunun yanı sıra ürünlerin beklenen özellikleri, ayrıca moda, antika, reklam gibi özellikler ile mal ya da hizmetin istendiği zamanda (ihtiyaç duyulduğunda), istendiği yerde (şehir içi, şehir dışı, bakkal, süpermarket), uygun fiyatta, uygun ödeme koşullarında bulunması gibi kriterler de sayılabilir.⁷⁴

Ürün ve ürünün kalitesi: Müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerden en önemlisi üründür. Ürün tasarımı, ürün çeşitliliği, ürün tanıtımı gibi konular müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması açısından önem taşır. Ürün geliştirme ve üretim sürecinin her aşamasında müşteri ihtiyaçlarının teknik gereklere dönüştürülmesi ise kalite fonksiyonun temelidir. İlk aşamada üstün bir ürünün özelliklerini belirlemek müşteriden bilgi toplamakla başlar ve bu bilgiler müşterinin ihtiyaç ve beklentilerinin tespitine ışık tutar.

⁷² Acuner, T. (1998), *TKY İnsan Faktörü ve Bir Model Önerisi*, Doktora Tezi, K.T.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü: Trabzon, 10.

⁷³ Bayuk, N., Küçük F., (2007), Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati İlişkisi, Marmara Üniv., *İ.İ.B.F Dergisi*, İstanbul, 286.

⁷⁴ Arslan, M., (2014), *Müşteri İlişkileri Yönetimi Ders Notları*, Harran Üniv., Birecik Meslek Yüksek Okulu.

Dolayısıyla, müşteri açısından önemli ürün özelliklerini belirleme ve ürünü diğer ürünlerle karşılaştırma olanağı sağlanır.⁷⁵

Kalite, memnuniyeti önemli derecede etkileyen bir faktördür. Rekabet ortamındaki işletmeler tüketicinin isteğinin kalite olduğunu göz önüne alarak kaliteyi korudukları sürece başarılı olacaklardır. Tüketiciler kaliteyi yorumlarken ürünün marka ismini, fiyatını, reklâm için harcanan tahmini parayı ve ürün ile ilgili pek çok faktörü göz önünde bulundurmaktadırlar.⁷⁶

Ürün kalitesi, müşteri memnuniyetini önemli derecede etkilemektedir. Yapılan araştırmalara göre kaliteli ürün üreten firmaların karlılığının sıradan ürün üreten işletmelere göre çok daha yüksek olduğu görülmüştür. Müşterilerin isteği kaliteli mal ve hizmet olduğuna göre ve beklentilerin kalite ile doğru oranda arttığı bir ortamda rekabet halindeki firmaların kendilerinde ve ürünlerinde kaliteyi korudukları sürece başarılı olacakları açıkça ortadadır.⁷⁷

Ürün kalitesi normal bir işletmede üretilen mamuller üzerinden değerlendirilir. Hizmet endüstrisinde ise bu kalite verilen hizmetin benzersizliği ve özelliği ile ortaya çıkmaktadır. Özellikle müşteriyle birebir iletişim halinde yürütülen işlerde müşteri ihtiyaçları ve beklentilerine yönelik olarak özenli hizmet vermek müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyecektir.⁷⁸

Müşterilerin Beklentileri: Beklenti, bir ürün veya hizmetin özelliklerine ilişkin ya da gelecekteki bir zamanda tercih edilmesi konusunda oluşan inançlardır. Ürün ve hizmetin algılanan niteliği ve müşterinin kişilik özellikleri onun beklentilerini oluşturan önemli etkenlerdir. Beklentiler, bu iki değişkenin etkileşimi sonucunda belirlenmektedir. Daha sonra hizmetin ele alınmasında veya değerlendirilmesinde de beklentiler, müşterinin davranışlarını büyük ölçüde etkilemektedir.

Müşteri memnuniyeti bir ürün veya hizmetin satın alınması esnasındaki beklentiler ve kullanımı sonucu elde edilen deneyimin bir çıktısı olarak kabul edilebilir. Burada

⁷⁵ Özgül, H., Daulbayeva, A., *Stratejik Bir Araç Olarak Ürün Tasarımı Çalışması*, Ankara Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü.

⁷⁶ Atakan, T., (2006), *Trakya Bölgesinde Tekstil İşletmelerinde Kalite Yaklaşımı ve Müşteri memnuniyeti Analizi*, Doktora Tezi, Trakya Üniv., Fen Bilimleri Enstitüsü, 61.

⁷⁷ Sivri, Ş., 2001. *Müşteri Memnuniyeti /Memnuniyetsizliği ve Buna Bağlı Müşteri Şikayet Davranışları Üzerine Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, İstanbul.26.

⁷⁸ Burucuoğlu, M., (2011), *Müşteri Memnuniyeti ve Sadakatini Arttırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi*, Karamanoğlu Mehmetbey Univ., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 86.

amaç olabildiği kadar müşterinin beklentilerinin karşılanması hatta beklentilerinin üzerindeki değerlerin kendisine sunulmasının sağlanmasıdır.⁷⁹

Müşterilerin mal ve hizmet alımı öncesindeki beklentileri, memnuniyet dereceleri üzerinde önemli rol oynamaktadır. Müşteri, öncelikle algılamalarında kullandığı veya tükettiği mal veya hizmetin kendi beklentilerine uygun olup olmadığına karar vermektedir. Mal veya hizmetin kullanım maksadına uygunluğu ile beklentiler eşitse veya beklentilere kabul edilebilir bir seviyede ulaşmışsa tüketici memnun olabilmektedir. Müşteri beklentilerinin tersinde gelişen olaylar ise tatminsizliği yani dolayısıyla müşteri memnuniyetsizliğini ortaya çıkarır. Beklentilerine cevap alamayan müşterilerin tatminsizliği ve bu mutsuzluğu çevrelerine belirtmeleri sonucu işletme zarar görecektir.

Çünkü bu kişiler o işletme ile ilişkisini noktalayacak ve işletmenin ürettiği ürünleri bir daha kullanmayacaklardır ayrıca daha sonraki dönemlerde işletme ile çalışacak diğer kişiler işletmeye karşı ön yargılı yaklaşabileceklerdir.⁸⁰

İşletmenin ve Çalışanların Performansı: Müşteri memnuniyeti açısından hem ürün bazlı hem de hizmet bazlı performans çok önemlidir. Üretilen ürünlerde standartlaştırma ve kalitenin sağlanması şirket performansını yükselteceği gibi şirket ile çalışan müşterilerin de memnuniyetin artıracaktır. Otel işletmelerinde ise sektörün genel özelliklerinden biri olan standartlaşmaya gidememek sebebiyle özellikle çalışanların performansı müşteri memnuniyetini artırma açısından önemli bir hal almaktadır. Yaptığı çalışmada performansın, müşterinin önceki deneyimlerinden etkilendiğini ileri sürmektedir. Bunun nedeni olarak ise önceki deneyimlerin bir ürün ya da hizmetin belirli özelliklerini daha fazla öne çıkartmasına sebep olacağını iddia etmektedir. Diğer bir açıdan bakıldığında ise bir ürün ya da hizmetin gerçek performansının değerlendirilme kolaylığı, performansa ilişkin beklentilerde önemli rol oynamaktadır. Ürün ya da hizmetin önceden nasıl olduğunun bilinmesi ürünün gelecekte de ne şekilde performans göstereceğine ışık tutacaktır. Bu tip durumlarda beklentilerin karşılaşılan sonuçlar ile örtüşmesi işletmeye memnuniyet olarak dönecektir.⁸¹

⁷⁹ Doğan, İ., Mekânların Sokaklaştırılması ve Gençlik Kültürü: Temellendirilmiş Kuram Yaklaşımı, *Yurt ve Dünya Dergisi*.

⁸⁰ Bulgan, G., Soybalı, H., (2011), *Antalya Belek Bölgesindeki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Düşük Sezona Konaklayan Alman Müşterilerin Hizmet Beklentilerinin ve Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi*, Yaşar Üniv., 3582.

⁸¹ Bakan, İ., Kelleroğlu, H., (2003), *Performans Değerlendirme: Çalışanların Performans Değerlendirme Uygulamalarından Beklentileri Konusunda Bir Alan Çalışması*, Süleyman Demirel Üniv., İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, 112.

Bir ürünün temel çalışması, işlevi ve özellikleri o ürünün performansını göstermektedir. Performansın yüksek olması ise, memnuniyetin de yüksek olacağını göstermektedir. Yani ürünün performansı müşterilerin beklentileri ile aynı veya yüksekse memnuniyet söz konusu olmaktadır. Beklenen performans ve algılanan performans bir ürüne ya da hizmete yönelik olarak müşteri memnuniyetini doğrudan etkilemektedir.⁸²

Ürünün ya da Hizmetlerin Fiyatları: Fiyatlama ve fiyat hem müşteri memnuniyeti hem de işletmeler açısından son derece önemli bir kavramdır. Müşteriler ürünleri uygun fiyata almayı ve en az ödeme ile en fazla tatmini hedeflerken, işletmeler açısından fiyatlama işletmenin karını artırma ve yaşamını sürdürebilmesi açısından önemlidir. Ürünlere yönelik fiyatlama ve fiyat yaklaşımlarını işletme, ticari ve müşteriler açısından olmak üzere üç grupta toplamak mümkündür.⁸³

1. İşletme Açısından Fiyat: Sürüm ve pazar paylarında artış, kar ve karlılıkta iyileşme, kara katkı paylarında ve yatırım geri dönüşü oranında artış açısından değerlendirilebilir. İşletme açısından fiyat geleceğe atılacak adımlar ve işletme varlığının sürdürülebilmesi açısından son derece önemlidir.
2. Ticari Açısından Fiyat: Mevcut ticari kanallarda büyüme, pazar beklentilerinin karşılanması, dağıtım düzeyinde artış ve ürüne rafta daha fazla yer sağlama, farklı dağıtım kanallarında aynı fiyat uygulamalarını güvenceye alma olarak değerlendirilebilir.
3. Müşteriler Açısından Fiyat: Fiyatı rakip ürünlerin fiyatları ile karşılaştırma, fiyat uygunluğunu belirleme, fiyat ile ürün kalitesini karşılaştırarak algılanan fiyat adilliğini iyileştirme, fiyat algılaması yolu ile ürün veya hizmetlerden memnun olma ya da memnun olmama şeklinde ifade edilebilir.⁸⁴

Müşteri memnuniyeti açısından incelendiğinde fiyat ile ürün arasında karşılıklı bir etkileşim olduğu ortaya çıkacaktır. Tüketiciler kendi açılarından karlarını maksimize etmek için mümkün olduğu kadar iyi ürünleri mümkün olan en uygun fiyattan almayı hedefleyeceklerdir. Ya da farklı bir bakış açısı ile bir ürün ya da hizmete yüksek fiyat ödeyen müşteri karşılığında çok iyi bir ürün ya da hizmet talep edecektir.

⁸² Süklüm, N., (2006), *Türkiye’de Hizmet Sektöründeki Turizm İşletmelerinde Uygulanan “Herşey Dahil” Sisteminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Ölçülmesi ve Bir Alan Araştırması*, Adnan Menderes Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 27.

⁸³ Şenel, Ş., (2015), *Türkiye’deki Teknoloji Perakendecilerinin Rekabet Stratejileri Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi*, Bahçeşehir Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 10.

⁸⁴ Gulçubuk, A., (2008), *Müşteri Bağlılığı Yaratmada Fiyat Politikasının Önemi ve Uygulanan Fiyatlandırma Yöntemlerinin Değerlendirilmesi*, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Celal Bayar Üniv., İ.İ.B.Fakültesi, 16.

Lojistik müşteri hizmetleri satışları doğrudan etkiler. Lojistik müşteri hizmetleri, lojistiğin maliyet artırıcı değil, gelir sağlayıcı özelliğini ön plana çıkarmaktadır. Satışlar ve karların artışı, siparişlerin iletiminden itibaren hızlı ve doğru biçimde karşılanmasıyla sağlanabilir. Bu da genellikle sıklık, sevkiyat yönetimi, sipariş karşılama prosedürleri ve stok yenileme ile stok karşılama düzeyine bağlıdır. Lojistik yönetim, şirketin lojistik müşteri hizmet stratejilerini aşağıdaki konuları göz önünde bulundurarak geliştirmelidir.⁸⁵

- Ürünün bulunabilirliği,
- Siparişin doğruluğu,
- Tedarik süreleri,
- Sipariş karşılama ve sevkiyat süreleri,
- Teknoloji/iletişim düzeyi,
- Değer katan hizmetler.
- Müşteriye ürün ve hizmet maliyeti,

Lojistik müşteri hizmet yapısının ve düzeyinin belirlenmesinde lojistik yönetimi, yukarıda sayılan maddeleri göz önünde bulundurmalıdır. Tüketiciler açısından ürünün bulunabilirliği, tüketicinin satın almak istediği ürünü aradığı yerde hazır olarak bulmasını ifade eder bu da lojistiğin sağladığı mekân faydasını temsil etmektedir. Siparişin doğruluğu, tüketicinin sipariş ettiği ürünün herhangi bir değişikliğe uğramadan ve sipariş bilgileriyle örtüşür olarak eline ulaşmasıdır. Tedarik süreleri, işletme açısından üretilen ürünün tüm bileşenlerinin (hammadde, malzeme ve teçhizat) tedarikçilerden uygun sürede temini ifade eder. Bu da ürünün üretim aşamasında geçen süreyi etkileyip dolaylı olarak da ürünün son tüketiciye ulaşma süresini (sağlanan zaman faydasını) etkilemektedir.

Sevkiyat karşılama ve sevkiyat süreleri de lojistik yönetimin işlevsel başarısının zamanlama ve ulaştırma süresi açısından bir ölçütüdür.

Teknoloji ve iletişim düzeyi, lojistik müşteri hizmeti açısından büyük önem taşımaktadır. Teknolojik imkânlar sayesinde tedarikçiler ile işletme ve işletme ile son tüketici arasında etkin bir bilgi iletişim bağı kurulabilir.

Bu durum da tedarikçilerle iletişimin hızını artırarak tedarik sürelerini kısaltıp, müşterilerle de hızlı ve olumlu ilişkiler geliştirme açısından önemlidir. Lojistik

⁸⁵ Orhan, O., (2003), Dünyada ve Türkiye'de Lojistik Sektörünün Gelişimi, *İstanbul Ticaret Odası Dergisi*, 41.

hizmetlerden biri de değer katan diğer hizmetlerdir. Buna örnek olarak koruyucu ambalajlama gösterilebilir.

Bu sayılan konulardan en önemlilerinden biri, sipariş karşılama ve sevkiyat süreleridir. Amerika Birleşik Devletlerinde Shycon Associates tarafından yapılan geniş çaplı araştırmada da, Amerikan Endüstrisi'ndeki şirket yöneticilerinin tedarikçileriyle yaşadıkları en önemli başarısızlıklar ve şikâyetlere yer verilmiştir.

Lojistikte müşteriye sunulan hizmetin kalitesini anlamak da ancak o şirketin sunduğu lojistik hizmetin müşteriler tarafından ne şekilde algılandığına ve bu algılamanın, o müşterinin hizmetten beklentilerini karşılayıp karşılamadığı konusunda hangi tarafta olduğuna bağlıdır. Bu yüzden lojistik hizmet kalitesinde müşteri beklentileri ve bu beklentilerin karşılanma oranının müşteri algıları bağlamında incelenmesi büyük önem taşımaktadır.⁸⁶

2.6. LOJİSTİK YÖNETİMİNİN BAŞARIYLA UYGULANDIĞI ŞİRKETLERDE VERİMLİLİK

Teşebbüsler bünyesinde var olan lojistik departmanlığının başarılı bir şekilde uygulandığı takdirde verimlilik oranı artış göstermektedir. Bu verimlilik oranları aşağıda kaleme alınmıştır. Bunlar;

Envanter %50 azalmış,

Ciro %17 artmış,

Kümülatif dönüşüm zamanı %27 azalmış,

Zamanındaki teslimatlar %40 artmış,

Cirodaki lojistik sistemin toplam maliyetlerinin payı %20 azalmış,

Sipariş gelmeden paketleme yapılmayacağı için mamul stoku %50 azalır,

Envanter yalnızca 2 kat artarken sipariş verildiğinde stokta ürün bulunmamasından kaynaklanan kayıplar 9 kat azalmıştır.⁸⁷

⁸⁶ Akyıldız, M., Tuna, O., (2007), Lojistik Değer ve Ek Değer: Bir Odak Grup Çalışması, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 649.

⁸⁷ Uluslar arası Nakliyeciler Derneği, age, 283.

BÖLÜM 3. GENEL OLARAK REKABET VE REKABET HUKUKU

3.1. REKABETİN TANIMI VE REKABET PİYASALARI

Rekabet, evrensel kurallara bağlı bir ilişkiler sistemi olarak doğa bilimlerinde olduğu gibi kıt kaynakları kullanarak sınırlı bir talebi ekonomik olarak karşılama ve varlığını geliştirerek sürdürebilme yeteneği kazanmaktır.

Bu sebeple rekabet farklı amaç ve unsurlar vurgulanarak tanımlanabilen iktisadi, siyasi ve sosyal boyutlara sahip bir kavramdır.

Rekabet en geniş anlamda sınırlı veya kıt bir şeyi paylaşmak veya elde etmek amacıyla belirlenmiş kurallar çerçevesinde temel özgürlük ve insan haklarının garanti altına alındığı, hiçbir ayrıcalık ve ayrımcılığın gerçekleşmediği bir ortamda birden fazla oyuncu arasında oynanan bir oyun ya da bir yarış olarak tanımlanabilir. Ayrıca kapitalist ekonomi sisteminin getirdiği ve sonra da temelini dayandırdığı bir kavram olarak açıklayabiliriz. Satıcı ve alıcıların aynı pazarda-serbest koşullarda-satış fiyatlarını ve üretimini kendilerinin belirlemeleridir. 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un genel gerekçesinde rekabet kelimesi, ekonomi durumu yönü hakkında “genel olarak, piyasa ekonomilerinde kar, satış miktarı ve piyasa payı gibi belirli iktisadi hedeflere ulaşmak amacıyla ekonomik birimler arasında ortaya çıkan bir yarış ve karşıtlık şeklindeki ilişkiler süreci olarak da tanımlanabilir” şeklinde ifade edilmiştir.⁸⁸

3.1.1. Rekabetin Önemi

Serbest ekonomilerde, ekonomik etkinliği sağlayabilmenin stratejik koşullarından bir tanesi rekabettir. Ulukaya, ” ekonomik etkinliğin tanımını “sınırlı kaynakların azami

⁸⁸ WEB_29, (2013), Rekabet Kurumu, Rekabet Kurumu, <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Kanunun-Genel-Gerekcesi>, 10/05/2015.

faydayı sağlayacak şekilde kullanılmalıdır.” şeklinde ifade etmiştir.⁸⁹ Üretim etkinliği, liberal piyasa ekonomisinde ve rekabet ortamında çalışmakta olan bir şirket için çok önemli bir öneme sahiptir. Öneme sahip olmasının sebebi ise, şirketlerin pazarda oluşan fiyatı etkileme gücünden yoksun olmaları sebebiyetiyle, işlerine devam ettirebilmek yahut daha fazla kazanç sağlayabilmeleri daha az ortalama toplam maliyete sahip olmaları ile orantılıdır. Bu sebeple, firmalar daha uygun, daha az kaynak kullanarak üretimlerini gerçekleştirmeye zorlanmaktadırlar.⁹⁰

Ulukaya, kaynak dağılımının etkinliğini ise, ”Tüketicilerin ihtiyacı olan ürünlerin, o ürüne attettikleri ekonomik değere uygun dağılımını sağlamak, aynı zamanda da refahın artmasını temin etmektir.” şeklinde tanımlamıştır. Toplumdaki ekonomik kaynaklar kısıtlıdır, Bir ürünün üretimi fazlaştırdığı zaman, başka bir ürünün üretiminin düşürülmesi gerekmektedir. Bunun sebebi, hammadde, iş gücü, sermaye ve bunun gibi iktisadi kaynak kullanımları sınırlı olmasıdır. Bu bakımdan fiyatın arz ve talebe göre oluşturduğu piyasalarda, rasyonel davrandığı ve azami ölçüde gelir elde etmek isteğinde olduğu düşünülen üretici, sahip olduğu üretim faktörlerini tüketicilerin ekonomik talep ve değer attettikleri mal ve hizmetlerin üretimine tahsis edecektir. Bu bakımdan rekabetin var olduğu bir piyasada faaliyetlerini sürdüren iktisadi birimler, ellerindeki imkanları toplumsal isteğin yöneldiği bu alana aktarmak sebebiyle, zaten yetersiz olan kaynak kullanımlarının dağılımında verimlilik ilkesi düşünülerek hareket etmiş olacaktırlar. Bu bakımdan da toplam refahın artışı sağlayacaktır.⁹¹

Ticaret canlı bir yapıdır. Çünkü, yeni teknolojiler nezdinde yeni ürün ve hizmetler sunmaktadır. En yeni teknolojinin en iyi teknoloji olamaması kadar, tüketici ihtiyaçları ve beğenileri de sınırsızdır. Rekabetçi piyasalarda faal olan firmalar, piyasada tutunabilmek için diğer firmalardan farklı olmak zorundadır. Bunun için de daha ekonomik ve ileri bir malı üretmeleri hatta farklı bir buluşu gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Yani, rekabetçi piyasalarda teşebbüslerin araştırma ve geliştirme işlemlerinde bulunmaları gerekmektedir. Bu bakımdan şirketler arasındaki rekabetin etkileri yalnızca “ücret”te değil; teknoloji ve yatırım alanında da olması gerekmektedir.

⁸⁹ Ulukaya, S., (2015), *Deniz Ulaştırmasında Rekabet Hukuku Sorunları: Hakim Durumun Kötüye Kullanılması*, Yüksek lisans Tezi, 1.bası, oniki levha yayınevi, İstanbul, 66.

⁹⁰ Topçuoğlu, Teşebbüsler Arası İşbirliği, 21-22.

⁹¹ Topçuoğlu, Teşebbüsler Arası İşbirliği, 22; Ateş, M. (2013), *Rekabet Hukukuna Giriş*, 1.Bası, Adalet yayınevi, Ankara, 17.

İzah edilen sebeplerle rekabet hukuku'nda genellikle teknolojik araştırmaya yönelik işbirliği faaliyetleri ise desteklenmektedir.⁹²

Ekonomik etkinliğe ulaşmasında rekabet kadar hiçbir unsur daha güçlü bir dürtüye sahip değildir. Rekabet piyasaları, rakipleri tüketicilerin istekleri ve satın alma kuvvetleri neticesinde ürün, pazarlama ve bakım hizmetleri konusunda devamlı mücadeleye sürükleyecektir.

Rekabetçi piyasanın sağlamış olduğu sosyal birtakım faydalar da söz konusudur. Bunlardan birincisi, iktisadi etkinliği sağlayarak, az maliyet-fazla üretim miktarı-düşük fiyat sayesinde refah etkisi sağlayacak, fazla kar gelirini engelleyerek, tüketicilerin bu konuda korunmasında etkili olacaktır. Bunun yanısıra rekabet, siyasal yaşama oyları ile katkılan vatandaşların ekonomik yaşamda da görüş ve isteklerini belirtmesini gerçekleştirecektir. Bunun haricinde rekabet, yenilikte etkinliği sağlayarak, sosyal hayattaki gelişmeleri teşvik edici rol oynamaktadır.⁹³

Rekabet, ekonomik gücün yalnızca bir elde toplanmasını önler ve halkı yaygınlaştırarak, iktisadi kuvvete sahip olanların siyasi hayata da sahip olmasını engellemektedir. Bu durum, Amerikan Rekabet hukuku kurallarının kabulü sırasında bilhassa izah edilmiş ve Senatör Sherman, kanun teklifinde, bunun bir özgürlük bildirgesi olduğunu söylemiştir. Bunun yanısıra ABD'de, Anayasa Mahkemesi (Yüksek Mahkeme) rekabetin” demokratik, siyasal ve sosyal müesseselerin korunmasında” önemli bir durum olduğunu izah etmiştir. Rekabet küçük ve orta ölçekli firmaların lehinedir. Rekabet dürüstlük, adalet ve hukuka uygun zeminde olmasını gerektirmekle birlikte ve bu ilkeleri göz önünde bulundurur. Ayrıca fırsat eşitliği rekabetin temel ilkelerinden bir tanesidir.⁹⁴

3.1.2. Piyasalar ve Rekabet

İktisatçılar rekabete açık olup olmamaları bakımından piyasaları farklı şekillerde tanımlarını yapmışlardır. Bu ayrımlardan ilki, piyasayı üçe ayıran tanımdır. Bu tanıma göre; bir uçta tam rekabet, öteki uçta ise, monopol piyasası yer almaktadır.

Bu iki piyasa arasında yer alan piyasa çeşidi ise, eksik rekabet piyasasıdır. Bu piyasa, oligopol ve monopollü rekabet piyasasından meydana gelmektedir.

⁹² Topçuoğlu, Teşebbüsler Arası İşbirliği, 22; Devlet Planlama Teşkilatı, *Sekizinci 5.Yıllık Kalkınma Planı*, 2.

⁹³ Devlet Planlama Teşkilatı, *Sekizinci 5. Yıllık Kalkınma Planı*, 3.

⁹⁴ Devlet Planlama Teşkilatı, *Sekizinci 5.Yıllık Kalkınma Planı*, 3.

Diğer bir ayrımın söz konusu ise, piyasaları ikiye ayırmakta olan tanımdır. İlki, tam rekabet piyasası; ikincisi ise, eksik rekabet piyasasıdır. Eksik rekabet piyasaları bu sınıflandırmada, monopollü rekabet ve oligopolün yanında monopol piyasasını da içine katmaktadır.⁹⁵

Rekabet piyasaları; Tam Rekabet Piyasaları, Monopol (Tekel) Piyasalar, Oligopol Piyasalar ve Monopolcü Piyasalar olmak üzere çeşitlenmektedir.⁹⁶

3.1.2.1. Tam Rekabet Piyasası

Piyasa dengeleri içerisinde rekabetin en düzenli ve korunaklı yaşandığı piyasa tam rekabet piyasasıdır. Her ülke, kuşkusuz tüm piyasa şartlarının tam rekabet piyasası tarzında olması adına politikalar izlemek ister fakat gerçek hayatta ekonomik yaşamda tam rekabet koşullarının geçerli olduğu bir piyasa yapısına rastlanmak mümkün olmamaktadır. Bazı sebepler doğrultusunda tam rekabet koşullarından uzaklaşıldığı görülmektedir.

Tam rekabet Piyasası, pazarda çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu, piyasa rekabetine giriş ve çıkışın serbest bir şekilde gerçekleştiği, homojen malların üretilip satıldığı ve tüm eylemlerin açık bir şekilde gerçekleştiği piyasadır. Burada alıcı ve satıcıların piyasaları etkileme gücü olmadığından fiyat kıstası olduğu gibi kabul edilmiştir. Bu tarz ekonomilerde satıcıların bağımsız şekilde fiyat artırması, alıcıların aynı ürünleri başka müşterilerden almasına sebep olabilir. Buna denizyolu sektörü örnek gösterilebilir. Şöyle ki; armatörlerden herhangi birisi pazara sunduğu veya pazardan çekmiş olduğu tonaj miktarı ile konu pazarı etkileyemez, pazardaki navlunlar üzerinde söz sahibi olamaz.⁹⁷

Rekabet, bireysel üreticilerin piyasa şartlarını etkileyemeyecekleri kadar küçük olduğundan ve piyasa şartlarında olan fiyattan ürünlerini satabileceklerine inandıkları için tamdır. Piyasada yer alan firmalar arasında rakiplik yoktur ve her firma kendi başına hareket eder ve üretim miktarlarını kendi şartları el verdiğince belirler ve değiştirirler. Tam rekabet piyasasında giriş ve çıkışlar da tam bir özgürlük hakimdir.

Kısaca tam rekabette;

- Aynı ürünü satan çok sayıda firma vardır.

⁹⁵ Begg, D., Fischer, S. ve Dornbusch, R. (1994), Economics.4th Edition, McGraw-Hill Book Company; Orhan, T., (1997), *Mikroiktisat Teorisine Giriş, Mikroiktisat*, 12.

⁹⁶ Melikşah Üniversitesi, Tam Rekabet Piyasası Slayt.

⁹⁷ Şişmanyazıcı, H., (2015), *Kuru Dökme Yük Sektöründe Tam Rekabet Piyasasına Baş Kaldırı*, Kaptan Haber.

- Piyasada tüketici çoktur.
- Piyasaya yeni girişler hususunda firmaların sahip olduğu bir avantaj bulunmaz.
- Firmalar ve tüketiciler piyasadaki her firmanın ürününün fiyatları hakkında tam bilgiye sahiptirler. Bu bilgiyi elde etmek için herhangi bir ek maliyet yoktur. Bu yüzden her ürün için tek fiyat geçerlidir.
- Fiyat alıcılığı söz konusudur. Piyasadaki toplam çıktının sadece bir bölümünü üretebildikleri için firmalar ürün fiyatını etkilemek konusunda yetersizdir. Piyasa şartlarını kabul etmektedirler.⁹⁸

3.1.2.2. Tam Rekabet Piyasasında İşletmelerin Korunması

Tam rekabet koşullarında çalışan firmalar, çok fazla kazançlar yerine belirli sınırlar içinde kalan normal kârlar elde etmektedirler. Daha fazla kazanç gayesi taşıyan yada normal kâr oranları ile yetinmeyen teşebbüsler, aralarında değişik biçimlerde anlaşma sağlayarak rekabeti önleme yada sınırlama yoluna gitmektedirler. Bu anlaşmalar sonucunda bir araya gelen işletmeler, artık serbest rekabet sisteminde olduğu gibi ayrı ayrı hareket etmek yerine bir bütün olarak tekelci veya eksik rekabetçi bir yapıya kavuşmaktadırlar. İşletmelerarası anlaşmalar sonucu ortaya çıkan en önemli birleşme türleri şu şekildedir: Centilmenlik Anlaşmaları, Konsorsiyumlar, Karteller, Tröstler, Holdingler'dir.

Bunlar kısaca özetlenecek olursa, Centilmen anlaşmaları; teşebbüsler arasında karşılıklı güven esasına dayanan, yasal açıdan bağlayıcı niteliği bulunmayan belli hedeflerin gerçekleşmesine yönelik yazılı veya sözlü anlaşmalar olarak tanımlanmaktadır. İşletmeler, kendi aralarındaki rekabeti kaldırmak amacıyla ortak bir üretim, pazarlama, finansman politikası hedefleyeceklerine dair geçici veya sürekli nitelikte centilmenlik anlaşması yapabilirler. Rekabete karşı, ortak bir faiz politikası hedeflenmesi konusunda kendi aralarında yapmış oldukları anlaşmalar, centilmenlik anlaşmasının tipik bir örneği olarak ifade edilebilir. Konsorsiyumlar; belirli bir gayeyi gerçekleştirmek yahut belirli bir iş için kurulan birlik yada ortaklık olarak tanımlanabilir. İşletmeler uluslararası kuruluşlar gibi belirli bir amacı gerçekleştirmek için karşılıklı anlaşma sağlayarak bir araya gelebilirler. Bu birleşme genellikle, köprü, baraj, elektrik santrali, otobanlar, demir-çelik tesisleri gibi büyük yatırım projelerinin yapımını gerçekleştirmek için birleşme türüdür. Karteller; aynı üretim alanında faaliyet

⁹⁸ Ulukaya, S., (2015), *Deniz Ulaştırmasında Rekabet Hukuku Sorunları: Hakim Durumun Kötüye Kullanılması*, Yüksek lisans Tezi, 1.bası, oniki levha yayınevi, İstanbul 2015, 70.

gösteren bir çok firmanın, aralarındaki rekabeti kaldırmak amacı ile yaptıkları anlaşma sonucu tekeli bir birlik oluşturmalarıdır. Yasalar önünde bunlar bağımsız bir teşebbüs olarak görünürler. Bu birleşmeler genellikle gizli yapılmaktadır. Teröstler; İki veya daha çok teşebbüsün gerek yasal ve gerekse ekonomik bağımsızlıklarını kaybederek anlaşmalar sonucu birleşmeleridir. Bu birleşmeler ise genellikle, imalat sanayi, petrol ve madencilik sektörlerindeki işletmelerde görülmektedir. Tröstler, Kartellere göre açık yada gizli anlaşmalarla oluşabilmektedir. Holdingler; bir işletmenin başka şirketlerin hisse senetlerinin büyük bir bölümünü (%50'den fazlasını) satın alarak onların yönetim ve denetimini söz sahibi olmasını kazandıran işletmeler grubudur. Ülkemizde herkesin bildiği Koç Holding ve Sabancı Holding örnek gösterilebilir.

Temelde ekonomik hayatta tam rekabet kurallarının işlemesine engel olan, bu sebeple de tüketici haklarının kullanılmasını önemli ölçüde zarar veren tekeli kurum ve davranışlar yaklaşık her ülkede yasaklanmış olup yasal düzenlemelere bağlanmıştır.⁹⁹

3.1.2.3. Türk Rekabet Hukukunda

Türk rekabet hukukunda piyasa ile alakalı rekabetin varlığını koruyucu düzenlemeler yapmak Rekabet Kurulunun elindedir. Türkiye'nin dışa açık bir ekonomi belirlemesinin ardından belirli pazarlara ilişkin düzenlemeler getirilmesi elzem bir hale gelişmiştir. Pazara giriş engelleri pazar gücünün belirlenmesinde temel nitelik olarak göze çarpar. Teşebbüslerin pazara girmeleri açısından herhangi bir engelle karşılaşmamaları durumunda, pazar içerisindeki durumu kendi ekonomik güçlerini kullanarak kötü bir yöne çekebilme fikri her daim köşede bulunan bir anti uygulama türüdür. Firmaların piyasaya girişlerinin ardından bu gücü kullanıp kullanmadıklarının analizinin yapılması, sektörün monopol bir hale gelmemesinin ve rekabetin devamlılığının sağlanması birincil önem arz eden konuların başındadır.

Gelişmiş ülkelerin rekabet kuralları incelendiğinde her daim giriş engellerine rastlamak mümkündür. Eğer piyasalar tam rekabet piyasaları değil ise her şekilde giriş açısından bir engelle karşılaşılması muhtemeldir. Ancak unutulmamalıdır ki mal ve hizmet piyasasının geliştirilip genişletilmesi için piyasaya girişlerin serbestleşmesi gerekmektedir. Türk rekabet hukukunda piyasaların ve tüketicilerin korunmasına, pazarın daha sağlıklı işlemesine yönelik yönetmelik ve uygulamalar Avrupa Birliği

⁹⁹ WEB_30, Ekodialog, İşletme Birleşmeleri, https://www.ekodialog.com/isletme_ekonomisi/isletmeler_konsorsiyum_karteller_trostler.html, 10/11/2015.

uyum süreci kapsamında rekabet kurumu tarafından belirlenmiş ve piyasa güvenliği sağlanmıştır.

3.1.2.4. ABD Rekabet Hukukunda

Piyasalarda rekabet düzeninin hakim olmasına yönelik yapılan düzenlemeler birçok ülkelerde yalnız yirminci yüzyılın ilk yarısından sonra başlamıştır. Fakat Amerika Birleşik Devletleri de yapılan bu çalışmaların başlama tarihi ondokuzuncu yüzyıla kadar dayanmaktadır.

Gerçekten ABD 'de rekabet sınırlamalarına karşı çok yönlü sorunlar birlikte olarak "Sherman Act" ile düzenlenmiştir. Amerika Birleşik Devletleri rekabet politikasının temel taşları, Northern Pacific Railway davasında iktisadi kaynakların en müsmir şekilde tahsisi, mümkünatlar ölçüsünde düşük ücretli ve daha yüksek kaliteli üretim yollarının teşviki, aynı zamanda demokratik, politik ve sosyal kurumların korunması olarak özetlenebilmektedir.

Sherman Kanunu ile Amerikan antitröst hukukunun temelleri atılmakla birlikte, rekabeti sınırlayıcı uygulamalar ve tekellerle daha etkili bir mücadelede bulunabilmek için, bir bakıma Sherman Kanununu tamamlayıcı olarak bir takım kanunlar oluşturulmuştur.

Belli başlıcaları; Clayton Act (1914), Federal Trade Commission Act (1914) ve Anti-Trust Improvements Act (1976) gibi çeşitli kanunlardır. Ayrıca, Antitröst hukukunun esaslarını belirleyen Sherman Kanununun birinci ve ikinci maddesi hayati önem taşımaktadır. Sherman Kanununun ifade şekli herhangi bir istisnaya yer vermeyecek tarz da rekabet sınırlamaları bakımından genel bir yasak koyar. Tekel durumunun veya rekabeti sınırlayıcı bir uygulamanın var olup olmadığı her olayın kendi şartları çerçevesinde ölçülmekte ve yorumlanmaktadır.

Bazı davranışlar, Sherman Kanununun her iki maddesini de ihlal edebilmektedir. Fakat Kanununun ilk maddesi iki yahut daha çok kişi arasındaki rekabeti sınırlandırıcı davranışları düzenlerken ikinci bölüm de tek başına bir işletmenin tekel olma yahut tekel kurmaya teşebbüs halini dikkate almaktadır.

Bunun haricinde Antitröst kuralları eyaletler arası yada devletin dışalım ve dışsatımını önemli derecede etkileyen rekabeti sınırlandırıcı davranışlara uygulanmaktadır.

Son olarak, Sherman Kanununun birinci maddesi ticareti veya alışveriş hayatını etkileyen anlaşmaları, işbirliği ve danışıklı muameleleri yasaklamıştır.¹⁰⁰

3.1.2.5. Avrupa Birliği Hukukunda

Rekabet hukuku, iktisadi faaliyetleri düzenlemektedir fakat rekabet hukukunun işleyişi, geleneksel olarak “hukuki düzenleme” ya da “regülasyon” olarak isimlendirilen uygulamadan önemli farklılıklar içermektedir. Regülasyon piyasaya kendine özgü özellikleri bulundurmak ve fiyatların direk saptanmasını, ürün kalite standartları ve piyasaya giriş-çıkışların kontrolü ile ilgilenmektedir.

İktisadi olarak savunulan düşüncelerin, Avrupa rekabet hukukuna nispeten, ABD antitröst hukuku üzerinde uzun bir süre daha etkili olduğu gözlenmektedir. Avrupalı rekabet hukukçularının iktisadi olarak savunulan düşüncelerin bilindik, aynı işi yürüten Amerikalılara kıyasla daha kısıtlı kalmıştır.

Avrupa’da özellikle rekabetin sınırlandırılmasına karşı açılmış davalarda iktisadi değerlendirmelerin doğru savunma olarak kabul edilmesine karşı bir koyma vardır. Oysa Avrupa Adalet Divanı, yeterli bir iktisadi analizin olmaması durumunun rekabet hukuku için savunulan düşünceleri temelden etkileyeceğini 1969 gibi erken bir tarihte ilan etmişti. Adalet Divanı ayrıca, rekabet hukuku çerçevesindeki tüm anlaşmaların fiili, hukuki ve iktisadi bağlamları ile değerlendirilmelerini zorunlu tutmuş ve böylece iktisadi analizin önünü açmıştır.

Günümüzde Avrupa Adalet Divanı, daha da gelişmekte olan iktisadi analiz ihtiyacını devamlı ön plana çıkarmakta, Avrupa Komisyonu da bunun nazarında rekabet hukuku ve politikasına ilişkin iktisadi analiz kapasitesi ve yönetsel olanaklarının gelişmesine yol açarak, iktisadi analizler konusuna giderek daha çok fokuslanmaktadır. Örnek olarak, Avrupa Komisyonu’nun birleşme ve devralmaların kontrolü hakkındaki yeni politika dokümanları, Adalet Divanı’nın iktisat teorisi standartlarının daha yeterli bir biçimde uygulanması konusundaki tenkitlerini aksettirmektedir. Bu bakımdan, Komisyon tarafından (a) gizli oydaşma (collusion), (b) tek taraflı olarak etkiler, (c) farklılaştırılmış ürünlere ilişkin birleşme ve devralmalar, (d) dikey ve konglomera birleşme ve devralmaların etkileri süjelerinde iktisat teorisi ve ölçümleme imkanlarına ilişkin bir dizi uzman raporu sipariş edilmiştir.

¹⁰⁰ Topçuoğlu, M. (1999), *Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları*, Doktora Tezi, Marmara Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 66.

Bununla birlikte, rekabet hukuku uygulamasına ilişkin, yeni AB (“modernizasyon”) Tüzüğü, AB Antlaşmasının işletmeler arasında rekabeti sınırlayıcı anlaşmalara dair 101. maddesinin uygulanmasında modern iktisadi analiz metotlarının kullanılmasına karşı geçmişten var olan usul sınırlamasını ortadan kaldırmıştır.¹⁰¹

3.1.3. Eksik Rekabet Piyasaları

Tam rekabet piyasasının var olması için gerekli olan dört kısıttan bir yahut birkaç tanesinin gerçekleşmediği durumda meydana çıkan piyasalara Eksik Rekabet Piyasaları şeklinde ifade edilir. Günlük olarak ekonomik hayatta alıcı ve satıcıların birbirleri arasındaki rekabetin en iyi şekilde sağlandığı “elverişli” tam rekabet piyasasına örnek verilebilecek özellikte bir piyasaya rastlanılamaz. Tam rekabet piyasasının varolması için gerekli koşullarının tam olarak gerçekleştiği mal ve hizmet piyasası mevcut değildir. Bunun nazarında taşımış oldukları birtakım özellikler sebebi dolayısıyla birden fazla rekabet piyasası çeşidi mevcuttur. Eksik Rekabet Piyasaları çeşitlerine aşağıda kısaca değinilmiştir.¹⁰²

3.1.3.1. Monopol (Tekel) Piyasalar

Monopol kelimesi Yunanca’dan gelmektedir. Monos(tek) ve ploein (satmak) kelimelerinin birlikteliğinden oluşur. Piyasada fiyatları tek başına etkileyemeyecek kadar fazla sayıda alıcı ve bunların karşısında tek bir satıcının bulunduğu piyasa türüdür. Ayrıca piyasadaki tüm kaynağı elinde bulunduran veya ikamesi çok zor olan ürün ya da hizmetler satılan piyasadır. Bu bakımdan fiyatı belirleyen, tek firmanın arzı ile piyasa talebi veya toplam taleptir.¹⁰³ Burada bir rekabetin varlığından söz edilemez. Fakat firma ürünün ücretini arzu ettiği gibi belirleyemez. Her ürünün zayıf dahi olsa ikamesi söz konusudur. Ulusal ve Uluslararası potansiyel bir rekabet mevcuttur. Diğer bir sebep ise, tüketicilerin satın alma imkanları sınırsız değildir.

Piyasaya yeni firma girişi oldukça zordur. Monopolcü firma için fiyat veri değildir. Tekelleşme olarak da adlandırılmaktadır. Bir ürünün satıcısının tek olması ve hiçbir ürünün ikame ürününün olmamasına “Salt monopol” yahut “mükemmel monopol”

¹⁰¹ WEB_31, Karabudak Baha, Bilken Üniv., <http://www.ekonomihukuku.bilkent.edu.tr/dersler.html>, 03/04/2016.

¹⁰² WEB_32, Ballıoğlu Bora, Academia, http://www.academia.edu/5698324/Eksik_Rekabet_Piyasas%C4%B1 03/04/2016.

¹⁰³ Richard Lipswy, O.P. steiner ve D.D Purvis (1989), Economics, 8.Baskı, New York.s.246; Mansfield(1979), Microeconomics, Teory and Applications, New York, S.229-230’dan aktaran, Essen, 31.

olarak isimlendirilmektedir. Geçmişte Türk Hava Yolları firması bir tekel oluşturmuşken bugün Pegasus gibi firmaların ağırlığının artmasıyla tekel yapının yavaş yavaş bozulmaya başlaması örnek olarak gösterilebilir.¹⁰⁴

3.1.3.2. Oligopol Piyasalar

Oligopol piyasada az sayıda satıcı, çok sayıda alıcı bulunur. Bu piyasa türü ağırlıklı eşit büyük ve güçteki birkaç (3-5-8) firmadan oluşur. Oligopol piyasasında ürünler çoğunlukla homojendir, ancak firmalar kendi ürünlerini farklılaştırma yoluna da gidebilmektedir. Bu piyasada herhangi bir firmanın piyasadan çekilmesi çok ciddi sonuçlara yol açabilmektedir. Bir firmanın rekabeti terk etmesi durumunda fiyatlarda aşırı derece de değişiklik olabilmektedir.

Firmalar (teşebbüsler) strateji belirlerken; rakip firmaların davranışları, piyasa pozisyonları gibi muhtemel baskılar karşısında bağımlı hareket etmektedirler. Herhangi bir firmanın aldığı karar, diğer firmaları da etkiliyorsa bu piyasanın oligopol olduğunu izah edebiliriz. Ülkemizdeki hava taşımacılığı sektörü bir oligopol piyasa örneğidir.¹⁰⁵

3.1.3.3. Monopolcü Piyasalar

Piyasaya giriş ve çıkışların kolay olduğu, benzer malları üreten birçok firmanın bulunduğu, ancak ürün farklılaştırmasına gidilerek rekabet ve karlılık şansının artırıldığı piyasa türüdür. Bu piyasada üreticiler bir noktaya kadar fiyat belirlemek konusunda güçlüdürler. Monopol piyasasını tam rekabetten ayıran en önemli büyük kıstas ürün farklılaştırılması ve ürünlerin birbirinden belirgin ölçüde farklılık göstermekte olup bunun akabinin de kolayca ikame edilemeyen ürünlerdir.

Piyasada çok ikamesi bulunmasına rağmen bir markanın daha fazla satıyor olması buna örnek gösterilebilir. Oligopol piyasasından ayrılan en önemli özelliği ise çok sayıda satıcı varlığı ve bunların herbirinin davranışlarının piyasa üzerinde yaratacağı değişikliğin ihmal edilebilir seviyede olması bakımından firmaların çoğunlukla bağımsız davranışlar gerçekleştirmesidir. Ülkemizde hava taşımacılığı işlevi hemen hemen aynı olmasına rağmen Türk Hava Yollarının ciddi bir kitleyi kendine çekmesi buna örnek bir olaydır.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Ersan, Bocutoğlu, M.Berber ve K.Çelik (2000), *İktisada Giriş*, Akademi Yayınevi, Trabzon, s.142; Joe S.(1968), *Industrial Organization*, Second Edition, University of California, Berkeley, s.28'den aktaran Essen, 36.

¹⁰⁵ Turner, Areed A. , *Antitrust Analysis*, Boston, 1981, S.270'den aktaran, Akinci, 25.

¹⁰⁶ Rekabet Kurumu, *Sözlük*, 51.

3.2. REKABET HUKUKU

Rekabet sözcüğü kelime anlamı bakımından “Aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma, yarış” ifade edilmektedir. İktisadi anlamıyla rekabet; “müşterilerin şirketin sunduğu mal ve hizmeti alternatifleri karşısında tercih etmesini sürdürebilir bazda sağlayabilme yeteneği” olduğu genel kabul görmüş bir tanımdır..¹⁰⁷ Rekabet hukukunun, mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu yahut kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmalarını engellemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamayı temel amaç edinmiştir.¹⁰⁸

3.2.1. Rekabet Hukuku Hakkında Genel Bilgiler

Rekabetin korunmasına ilişkin yasal düzenleme yapma düşüncesi, ticari hayatta tröstleşme eğilimlerinin yaşanmış olduğu Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) doğmuştur. 1890 yılında Sherman Act Kongresinde kabul edilmiş olup, ABD’nin ilk federal rekabet yasası yürürlüğe girmiştir. Senatör Sherman, Kongre’de yasanın hazırlanış sebebini “siyasal yönetim biçimi olarak siyasal erkin tek elde toplandığı monarşi düzenini reddedip, çoğulcu, demokratik bir yönetim biçimini benimseyen bir ülkenin ticari hayatta da piyasanın monarkları olan tekel ve tröstlere karşı çıkma isteği” şeklinde ifade etmiştir.

Avrupa’da ise bu tür yasal düzenlemeler, II. Dünya Savaşından sonra doğmuştur. Bir bakıma II. Dünya Savaşı bu uygulamaları geciktiren bir gelişme olarak vurgulanabilir. Klasik iktisada egemen olan ve “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” sloganında vurgulayan görüş, 1929 ekonomik krizi ile beraber büyük ölçüde geçerliliğini kaybetmiştir. Bu görüş piyasalara hiçbir zaman, hiçbir şekilde devletin müdahale etmemesini beyan etmekte, kapitalist sistemin piyasalardaki “görünmeyen el” vasıtası ile bütün dengesizlikleri ortadan kaldıracağını ve sistemin kendi içsel mekanizması ile tüm piyasalarda rekabeti sağlayacağını ifade etmektedir.

Ekonomiler kuralları belirlenmemiş “görünmeyen el” in düzenleyici gücüne teslim edildikleri zaman, belli bir süre içinde rekabet ortamından uzaklaşarak tekelleri bir yapıya

¹⁰⁷ Karacaoğlu, K., (2006), *Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Endüstri Temelli ve Kaynak Temelli Bakış Açısı: Kayseri de Faaliyet Gösteren İmalat Sanayi İşletmeleri İçin Bir Model Önerisi*, Doktora Tezi, Ankara Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 20.

¹⁰⁸ WEB_33, Wikipedia, https://tr.wikipedia.org/wiki/Rekabet_hukuku, 03/04/2016.

dönüşürler. Piyasa ekonomilerinde “serbestlik” olmazsa olmaz koşul şartıdır, fakat sınırsız değildir. Rekabetin sağlanması, korunması ve geliştirilmesi için bir müdahale aracı olarak rekabet politikalarının oluşturulması ve yasal bir düzenleme (Rekabet Yasası) zorunluluğu var olmuştur.¹⁰⁹

Toplumsal özgürlüklerin yasalar ile güvence altına alındığı gibi, ekonomik özgürlüklerin ve etkin rekabetçi ekonominin güvenceye alınması için de Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ve geniş anlamda rekabet hukukuna ihtiyaç vardır¹¹⁰.

3.2.2. Rekabet Politikası

Avrupa Birliği’nin ekonomik bağlamda yaptığı hedeflemelerinden bir tanesi tüm üye devletlerdeki şirketlerin benzer şart ve koşullar altında rekabet edebileceği bir pazar oluşturmaktır. Bunun gerçekleşebilmesi için tüm üye ülkeleri ilgilendiren bir politikanın varlığı üzerinde durulması gereken bir konudur. Rekabet politikası ana hatlarıyla, etkin ve herkese eşit bir rekabet ortamı sunmayı, Avrupa pazarının düzenli bir biçimde varlığını sürdürmesini ve tüketici grubunun da bu pazardan en yüksek derecede fayda görmesini hedeflemektedir. Burada amaçlanan verimliliği maksimum düzeye çıkartarak, tüketici kesiminin çok daha geniş bir ürün skalasına ulaşması, yüksek kaliteli ürünleri daha düşük fiyatlarla elde etmesi ve teknolojik gelişmelerden en üst düzeyde faydalanılması hedeflenmiştir.

Avrupa Birliği’nin rekabet kurallarına istinaden, teşebbüsler, fiyat sabitlemesi yapıp, pazarı bölme tarzında bir düşünceye kapılamazlar, piyasa içinde hâkim oldukları konumların kötüye kullanarak diğer rakipleri ve küçük teşebbüsleri Pazar dışında bırakamazlar. Bunun yanı sıra, tekelleşmeleri söz konusu olmayıp, tüm pazarın hâkimi olabilecek tarzda diğer firmalar ile birleşme anlaşması sağlayamazlar.

Avrupa Birliği, rekabete aykırı davranışlar ile mücadele etmekte ve şirketlerin bir araya gelip gelmediklerini kontrol etmektedir. Küreselleşme ve uluslararası pazarın büyümesi neticesinde şirketlerin kartel veya tekel oluştur çabası, gruplaşarak pazarı kendi aralarında bölmeleri yada diğer firmaların rekabetini engellemeleri gibi illegal davranışlar, yalnız şirketleri değil, tüketiciler gibi daha geniş bir kesimi de etkiler. Avrupa Komisyonu, üye ülkeler arası ticarete tehlike yaratacak boyutta olan bu çeşit davranışları araştırmakta ve gerektiğinde yüksek para cezaları kesmektedir. Komisyon

¹⁰⁹ Ünay, N., (2002), Türkiye’de Rekabet Hukuku ve Uygulaması, *Rekabet Bülteni*, Sayı 8.

¹¹⁰ WEB_34, Birazgen, <http://www.biraz.gen.tr/hukuk/rekabet-hukuku> 03/04/2016.

bu konudaki faaliyetlerini, üye ülkelerin ulusal rekabet kurumları ile işbirliği içinde çalışmaktadır. Ulusal mahkemeler de, şirketlerin AB'nin politikalarına uyup uymadığını kontrol etme yetkisi vardır. Tüketiciler ve şirketler de rekabet kurallarına uyulmadığı için zarar görmeleri durumunda, üye ülke mahkemelerinde zararlarının karşılanması için talep de bulunabilirler.¹¹¹

3.2.3. Rekabet Hukuku'nun Gerekliliği

Rekabet kuralları birçok açıdan son derece hayati önem taşımaktadır. En başta, işletmelerin faaliyetlerinin hukuki sonuçlarının doğru bir biçimde değerlendirilmesinde rekabet hukuku kurallarının da göz önünde bulundurulması muhakkak gereklidir. Bazı koşullarda, Türk Ticaret Kanunu ve Borçlar Kanunu kapsamı içerisinde yahut sözleşme özgürlüğü gibi hukukun genel ilkeleri kapsamında hukuka tamamen uygun olarak gözüken bir işlem yada eylemin rekabet hukuku kapsamında hukuka aykırı olması söz konusudur. Rekabet kurallarını ihlal eden anlaşma yahut eylemler durumları ile ilgili ülkelerin rekabet kurumları tarafından engellenebilir yada derhal iptal edilebilir. Böyle bir durum söz konusu çerçevesinde, ilgili teşebbüsün faaliyetlerinin planlandığı şekilde işlemesi yasaklanmış olur, bu durumlarda söz konusu anlaşma ve eylemler geçmişe dönük olarak yok hükmünde sayılabilmektedir.

Rekabet kurallarına aykırı bu çeşit ticari faaliyetlere yüksek derecede para cezaları da kesilebilmektedir. Kanun, Kurul'un, rekabet kurallarını ihlal eden firmalara cirolarının %10'una kadar bir tutarda para cezası verebileceğini düzenler. Bunun yanı sıra, bu işletmeler, günlük bazda hesaplanacak sürekli para cezası da ödemek durumunda kalabilirler. Bunun yanısıra kanunda sayılmakta olan bazı cezai işlemlerde vardır.

Rekabet kuralları, işletmelerin günlük ticari faaliyetlerinde hayati bir öneme sahiptir. Firmaların rakipleri ile bilgi paylaşmaları, fiyat anlaşmaları, piyasa yada müşteri paylaşımı anlaşmaları, üretim sınırlandırma anlaşmaları, dağıtıcılara satış yapmayı reddederek yahut fahiş bir fiyat önererek hakim durumlarını kötüye kullanmaları, patent, know-how ve marka kullanmaları rekabet hukuku kurallarını ihlal etmesi mümkün faaliyetlerden birkaçıdır.

Bir rekabet ihlali iddiasının bile ne kadar hayati önem sonuçlarını var edebileceğini düşünülürse, günümüzde ticari faaliyetler içerisinde bulunurken rekabet kurallarının farkında olmanın şirketler hukuku kurallarını bilmek kadar önemli olduğu

¹¹¹ WEB_35, İktisadi Kalkınma Vakfı, <http://www.ikv.org.tr/ikv.asp?id=246>, 17/05/2016.

gözlemlenmektedir. Bu çeşit soruşturmalara konu olma riskini minimize etmek adına, başta şirket yöneticilerinin sonrasında personelinin de rekabet hukukunun kapsamı ve temel unsurları konusunda eğitilmeleri ileride var olabilecek yüksek maliyetlerin önlenmesi için rekabet hukuku son derece gerekli ve önemlidir.¹¹²

3.2.3.1. Rekabet Hukukunun Haksız Rekabetten Farkı

Wikipedia haksız rekabet hukukunu 'Haksız rekabet, ticaret hukukunda bir kişi yahut kurumun bir diğeri üzerinde herhangi bir alanda uyguladığı zarar verici hareketlerin tümüne verilen addır. Haksız rekabet uygulayan kişi ya da kurumlar kimi koşullarda suç işliyor kabul edilebilir ya da karşı tarafa dava açma hakkı doğabilir.' şeklinde ifade etmiştir.¹¹³ Haksız rekabet hükümleri, 6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanunu'nun 54 ile 63 maddeleri ile düzenlenmiştir.

Haksız rekabet piyasa aktörlerini koruyucu bir hukuk mekanizmasıdır. Rekabet hukuku ise aslında piyasada faaliyet gösteren aktörlerden ziyade kamunun menfaatlerini gösterir ve tüketici refahını korumaya yöneliktir. Haksız rekabet kanunu Türk ticaret kanunda düzenlenmiştir. Buna göre, örnek verilecek olursa bir teşebbüsün rakibinin ürünlerini kötülemesi, onun hakkında müşterilere yanlış bilgiler vermesi, rakibinin markasını taklit etmesi tipik bir haksız rekabet hallerindendir. Bu bakımdan burada özel hukuk zararı mevcuttur. Bu tür durumlar mahkemelerce takip edilmektedir. Rekabet hukuku kamu adına faaliyet yürüttüğü için teşebbüslerin kamuya yönelik zararlarını ortaya çıkarmaya amaçlıdır. Bu çerçevede soruşturmalar yürütüp cezalar tahsil edebilmektedir.¹¹⁴

3.2.3.2. Rekabet Hukukunun Rekabet Yasağından Farkı

Rekabet hukuku, genel anlamda rekabeti düzenleyen rekabet kurallarına aykırılıkları, pazarda tekelleşmeyi ve dev firmaların kartelleşme girişimlerini engelleyici amaçları bulunan bir hukuk dalıdır. Pazarda yer alan her paydaş firma eşit şekilde fırsatlardan yararlanmalıdır. Herhangi bir ekonomik dışlamanın ve danışıklı davranışın önüne geçilmesi amaçlanır.

Fatih Uşan rekabet yasağı sözleşmesinin taşıması gereken şartlar ve bunun geçerliliği meselesi isimli sicil iş hukuku dergisinde rekabet yasağı sözleşmesinin işçinin ilişkisi

¹¹² Öztürk, Y., Ergün, E., (2004), *Rekabet Hukuku'nun Önemi*, Çakmak Ortak Avukat Bürosu, 3.

¹¹³ WEB_36, Wikipedia, Wikipedia, https://tr.wikipedia.org/wiki/Haks%C4%B1z_rekabet, 17/05/2016.

¹¹⁴ WEB_37, (2012), Önal E., İşte Kobi, <http://www.istekobi.com.tr/kobi-bilgi-merkezi/sizin-icin-arastirdik/haksiz-rekabet-ile-rekabet-hukuku-arasindaki-farklar-nelerdir-s1244.aspx>, 17/05/2016.

içerisinde işverci sahibinin müşterilerine ulaşması veya iş sırlarını belirten koşullar sebebi ile iş sözleşmesi son bulmanın akabinde, belirli bir faaliyet alanında, belirli bir coğrafi yerde ve belirli bir zamanda iş yeri sahibi ile rekabet doğuran davranış içerisine girmesini engelleyen sözleşme olarak ifade etmiştir.¹¹⁵ Bakıldığında Türk Borçlar Kanunu madde 444’de değinilen düzenleme göz önüne alınarak rekabet yasağı sözleşmesi, çalışanın iş yeri sahibine karşı teşebbüs sözleşmesinin bitimini akabinde herhangi bir biçimde onunla birlikte rekabet etmekten, bilhassa kendi hesabına rakip bir işletme açmaktan yahut bunların haricinde rakip teşebbüsle başka türden bir çıkar ilişkisine girmekten kaçındığı sözleşme olarak ifade edilebilir.¹¹⁶ İş ilişkisinin son bulmasından sonra çalışanın rekabet etmeme borcu altında olması için, kesin olarak çalışan ile iş yeri sahibi arasında bireysel olarak rekabet yasağı sözleşmesinin imzalanması gerekmektedir. Öğretide rekabet yasağının iç yönetmelikle düzenlenmesi yada iş akdine iş yeri sahibinin çalışana rekabet yasağı getirme hakkını saklı tutmasının imkan ve ihtimal olmayacağı kesin olarak ifadesine yer verilir. Rekabet yasağı, ancak hizmet ilişkisi işçiye müşteri çevresi veya üretim sırları ya da işverenin yaptığı işler hakkında bilgi edinme imkanı sağlıyorsa ve aynı zamanda bu bilgilerin kullanılması işverenin önemli bir zararına sebep olacak nitelikteyse geçerlidir. Füsün Nomer, Anonim Ortaklıkta Pay Sahibinin Sadakat Yükümlülüğü yazısında Rekabet yasağına ilişkin hükümlerin yer aldığı temel aranjmanlardan bir tanesini Türk Ticaret Kanunu olarak vurgulamaktadır. Türk Ticaret Kanunun’da ortak ve yöneticiler açısından rekabet yasağının muhtevasını da, yaptırım ve sınırı somut olarak tespit edildiğini belirtmiştir.¹¹⁷ Bahsi geçen hükümlerin sevk edilmesindeki ana düşünce, ortak ve/veya yöneticilerin ortaklık haricinde gerçekleştirdikleri faaliyetlerin ortak çıkara zarar verme olasılığının mevcudiyetidir. Bu olasılığı yok etmek için kanun koyucu rekabet yasağı hükümleri ile ortak ve/yada yöneticilerin faaliyetlerine sınırlama koymuştur.¹¹⁸

Türk Ticaret Kanunun da düzenlenmiş olan bir diğer rekabet yasağı da acenteye dairdir. Türk Ticaret Kanunu’nun 118 inci maddesinde yer verilmiş olan acentelik sözleşmesi etrafında acentenin aynı yer ve bölge içinde karşılıklı rekabet halinde olan birden çok ticari teşebbüs hesabına aracılık yapamayacağı düzenlenmiştir. Değinilmiş

¹¹⁵ Uşan, F., (2011), Rekabet Yasağı Sözleşmesinin Taşınması Gereken Şartlar ve Bunun Geçerliliği Meselesi, *Sicil İş Hukuku Dergisi*, 121.

¹¹⁶ 818 sayılı BK md. 348, 6098 sayılı TBK md. 444.

¹¹⁷ Aydoğan, F., (2005), Ticaret Ortaklıklarında Rekabet Yasağı, *Rekabet Dergisi*, 81.

¹¹⁸ Nomer, F., (1999), *Anonim Ortaklıkta Pay Sahibinin Sadakat Yükümlülüğü*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 133.

olan bu hüküm ile acentenin aynı ticaret dalı içerisinde etkenlikte bulunmakta olan birden çok tüccarın acentesi olması engellenmiştir. Lakin müvekkillerinin yazılı izinleri olması halinde acente aynı ticaret dalında birden fazla ticari teşebbüsün acenteliğini üstlenebilmektedir.¹¹⁹

Ticaret ortaklıklarında ortak ve/veya yöneticilere dair rekabet yasağı hükümleri, sistematik olarak Türk Ticaret Kanunu'nun müteallik ortaklık hükümleri içerisinde değerlendirilmiştir. TTK'nın 172/1 inci maddesi ile kollektif şirket ortaklarının; 250.nci maddesinde komandit şirket ortaklarının; 335.inci maddesinde anonim şirket yönetim kurulu üyelerinin; 483.üncü maddesinde paylı komandit ortaklıklarda komandite ortakların ve 547.nci maddesinde ise limited şirket yöneticilerinin rekabet yasağına yer verilmiştir.

Mevzuatımızda rekabet yasağına dair hükümler genel olarak, yasağın geçerli olduğuna dair devamı sürecinde ve kanuni herhangi bir yasak olması halinde, işçi adına getirilmiş olan rekabet yasağı düzenlemesi, sözleşmenin son bulması sonrasında tarafların serbest iradeleriyle karar verebilecekleri sözleşmesel bir rekabet yasağı düzenlemesidir.¹²⁰

3.2.3.3. Rekabet Düzenlemelerine Duyulan İhtiyaç

Tam rekabet düzeni, her çeşit ürün ve hizmetin herhangi bir sınırlama olmadan talep eden herkes tarafından üretilip, pazarlanabilmesi ilkesine dayanmaktadır. Bu düzenin çalışır vaziyette olması için, piyasalarda birden çok satıcı ve alıcının birlikte bulunmasını sağlamak lazımdır. Bu sebeple, ürün ve hizmet piyasalarında tam bir rekabet düzeninin oluşabilmesi, işletmeler arasındaki rekabeti sınırlayan her türlü engelin ortadan kaldırılmasına bağlıdır. Bu sebepten dolayı, piyasalarda tekelleşmenin önüne geçilmesi ve büyük işletmelerin biraraya gelerek küçük şirketlerin piyasadan uzaklaştırmasına, devletin uygulayacağı hukuk kuralları vasıtası ile yasaklanması muhakkak önemlidir. 4054 sayılı Kanun, Ülkemizde, piyasalarda tam ve serbest rekabet düzeninin oluşturulması ve buna engel olan tüm davranışları ortadan kaldırmayı hedeflemektedir. Söz konusu kanun ile belirtilen amaçlara uygun olarak düzenleme ve denetleme yapmak adına bir "Rekabet Kurumu" oluşturulmuştur ve bu RKHK. m.20 'de belirtilmiştir. Bu madde çerçevesince kamu tüzel kişiliğine haiz idari ve mali özerkliği

¹¹⁹ Kayıhan, Ş., (2003), *Acentelik Sözleşmesi*, Ankara 2003, s. 102. İmregün, O. (2001), *Kara Ticareti Hukuku Dersleri*, İstanbul, 132.

¹²⁰ Can, O., (2007), Rekabet Yasağı ve Rekabet Sınırlandırmaları Hukuku İlişkisi, *Rekabet Kurumu Dergisi*, 11.

sahiptir. Gümrük ve Ticaret Bakanlığına bağlı bir kuruluş ve onunla ilgili bir kuruluştur.¹²¹

3.2.4. Türkiye’de Rekabet Hukuku

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 167. Maddesi gereğince “Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemlerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiilî veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler” diyerek devleti Rekabet Hukukuna dair bir takım düzenlemeler yapmakla zorunlu tutmuştur. Türkiye Cumhuriyeti de Gümrük Birliği sürecinde AT rekabet hukuku mevzuatına uyum adına Avrupa Topluluğu’nu kuran Roma Antlaşmasının 85, 86 ve 90. maddelerini dikkate alınarak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’u 13 Aralık 1994 tarihinde yürürlüğe girmiştir.¹²²

Kanunun hazırlanmasında etkili husus ise, uluslararası anlaşmaların Türkiye’ye yüklemiş olduğu yükümlülüklerdir. Türkiye ve AET arasındaki 12 Eylül 1963 tarihli Ortaklık Anlaşması bir diğer ismi ile Ankara Anlaşması çerçevesindeki yükümlülüklerden söz etmek gerekmektedir. Ortaklık Anlaşması’nın 16.ncı maddesi gereğince, Roma Antlaşması’nın rekabet, vergi ve mevzuatın uyumlaştırılması ile ilgili hükümlerinde anılan ilkeleri, ortaklık ilişkisinde uygulanması ön görülmüştür. Türk Rekabet Kanunu, büyük ölçüde Roma Antlaşması’nın 81 ve 82.nci maddelerini kaynak olarak almıştır. Bununla birlikte, belirtmekte önem vardır ki, 6 Mart 1995 tarihli Ortaklık Konseyi Kararı ile Avrupa Birliği ile Türkiye arasında 1 Ocak 1996’da yürürlüğe girmiş olan, Gümrük Birliği’nin yarattığı olumlu atmosfer, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun kabul sürecinde kuşkusuz önemli bir husus olmuştur.¹²³

Böylece Rekabet Kanunu, hem anayasal yükümlülüklerle, hem de ekonomik bütünleşmenin başarılması için, Türkiye'deki Rekabet Hukuku'nun Avrupa Birliği mevzuatına uygun hale getirilmesi ve etkin bir şekilde uygulanmasının teminine dair Gümrük Birliği'nden kaynaklanan taahhütte uygun olacak şekilde yasalaşmıştır.

Rekabet Kurumu, kanunun uygulaması ve denetimi ile sorumlu bir yapıdadır. Her ne kadar, idari ve yarı-adli bir organ olan kurum nitekim Sanayi ve Ticaret Bakanlığına

¹²¹ Çeker, M., *Türk Hukukunda Rekabetin Korunması ve Yeni Rekabet Düzeni*, Ders notu.

¹²² WEB_38, Wikipedia, Wikipedia, https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_rekabet_hukuku, 17/05/2016.

¹²³ WEB_39, (2013), Rekabet Kurumu, Rekabet Kurumu, <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Genel-Bilgiler>, 17/05/2016.

bağlı olsa da, idari ve mali yönden bağımsız niteliktedir. Bu kurum, Rekabet Kurulu, bir direktörlük ve çeşitli servis bölümlerinden meydana gelmektedir.¹²⁴

3.2.4.1. Türkiye’de Rekabet Hukukunun Düzenlemeleri

Türkiye’de Rekabet Hukuku ile ilgili Düzenlemeler yapma görevi Rekabet Kurumu’na aittir. Rekabet Kurumu, bu bağlamda piyasayı bozan, engelleyen ve kısıtlamalarda bulunan davranışları cezalandırmaktadır.

Belirgin biçimde ortaya çıkan tekelleşme ve kartelleşmelerin önüne geçmek ve akıcı rekabetin her daim ayakta kalmasını sağlamakla hükümlü kurumdur. Bu çerçevede 3 temel başlık üzerinde durulmaktadır.

1. 4054 sayılı Kanun’un 4.üncü maddesi, Rekabeti engelleyici, bozucu, kısıtlayıcı etkisi olan teşebbüsler arasındaki anlaşmalar kararlar ve uyumlu eylemler:

Bu haller, özellikle şunlardır:

- Mal veya hizmetlerin alım veya satım fiyatlarının, maliyet ve kar gibi elemanların her türlü alım ya da satımının tespit edilmesi,
- Piyasanın bölüşülmesi, paylaşılması ve her türlü piyasa unsurunun kontrolünün elde bulundurulması,
- Arz ve talep miktarları gücüne hâkim olunması ve piyasa dışı fiyat belirleme gücüne sahip olunması,
- Piyasa paydaşlarının pazarlama faaliyetlerinin engellenme, kısıtlanma ve boykot edilerek rakiplerin piyasadan çıkmalarına sebebiyet verecek art niyetli davranışlarda bulunulması yahut piyasaya giriş yapmak isteyen teşebbüslerin önüne geçilmesi,
- Münhasır bayilik hariç olmak üzere, eşit hak, yükümlülük ve edimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartların uygulanması,
- Anlaşmanın niteliği veya ticarî teamüllere aykırı olarak, bir mal veya hizmet ile birlikte diğer mal veya hizmetin satın alınmasının zorunlu kılınması veya aracı teşebbüs durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın ya da hizmetin diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da arz edilen bir mal veya hizmetin tekrar arzına ilişkin şartların ileri sürülmesi,

2. Aynı Kanunun 6.ncı maddesi gereği ise, mal ya da hizmet piyasalarının bir bölümünde ya da tamamında hakim durumun kötüye kullanılması:

¹²⁴ Yörüker, G., (2000), Türk Rekabet Hukuku, *Rekabet Bülteni*, Sayı 3.

Kötüye kullanma halleri özellikle şunlardır:

- Ticarî faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler,
- Eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan veya dolaylı olarak ayırimcılık yapılması,
- Bir mal veya hizmetle birlikte, diğer mal veya hizmetin satın alınmasını veya aracı teşebbüsler durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın veya hizmetin, diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da satın alınan bir malın belirli bir fiyatın altında satılmaması gibi tekrar satış halinde alım satım şartlarına ilişkin sınırlamalar getirilmesi,
- Belirli bir piyasadaki hâkimiyetin yaratmış olduğu finansal, teknolojik ve ticarî avantajlardan yararlanarak başka bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemler,
- Tüketicinin zararına olarak üretimin, pazarlamanın ya da teknik gelişmenin kısıtlanması.

3. Aynı Kanun'un 7.nci maddesi olarak, Bir ya da birden fazla teşebbüsün hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri veya herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün mal varlığını yahut ortaklık paylarının tümünü veya bir kısmını ya da kendisine yönetimde hak sahibi olma yetkisi veren araçları, miras yoluyla iktisap durumu hariç olmak üzere, devralması hukuka aykırı ve yasaktır şeklinde ifade edilmiştir.¹²⁵

Kanun 1994 yılı sonunda kabul edilerek yürürlüğe girmiş olmakla birlikte, konuya dair bir yasal düzenleme yapılması adına çalışmalar uzun sayılabilecek bir geçmişe sahiptir.

Türkiye'de rekabetin korunması doğrultusundaki ilk eylem 1971 yılında Ticaret Bakanlığı nezdinde yapılan ve esas konusu ise, tüketicinin korunması olan bir sempozyumdur. Bu sempozyum sonrasında "Tüketicinin Korunması İçin Ticaret Konusu Mal ve Hizmetlerle İlgili Faaliyetlerin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı" hazırlanmış, daha sonra 1975 tarihli, "Ticaretin Düzenlenmesi ve Tüketicinin

¹²⁵ Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, Kanun Numarası: 4054, Yayımlandığı *Resmî Gazete*: 13/12/1994 Sayı: 22140, Madde 4, 6, 7.

Korunması Hakkında Kanun Tasarısı”, Ülkemizde rekabet hukuku alanında düzenlemeler getiren hükümlere ilk kez bu tasarıda rastlanmaktadır. “Ticarette Dürüstlüğü Korunması Hakkında Kanun Tasarısı”, 1981 yılında hazırlanan “Ticari Faaliyetlerin Düzenlenmesi ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı”, 1983 ve Mart 1984 tarihli “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarıları”, 1991 genel seçimlerinin ardından Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nda oluşturulan komisyon iki alt komisyon halinde çalışılarak “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı” ile “Rekabetin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı” hazırlanmıştır¹²⁶.

3.2.4.2. Türkiye’de Rekabet Hukuku Mevzuatı

Türk Rekabet mevzuatının çok yeni olması sebebi ile daha bu hukuk dalına dair içtihat oluşmamış olduğundan, 4054 sayılı Kanunun büyük oranda benzerlikler gösterdiği AB Rekabet Mevzuatından ve bu kapsamda meydana gelmiş içtihatlardan yararlanmak, ülkemiz Rekabet Hukuku uygulamalarının daha sağlıklı olabilmesi bakımından önemli bir noktadır.

Esas olarak, Türkiye-AB Ortaklık Konseyi öncesinde alınmış olan 1/95 sayılı karar da iki mevzuat arasındaki uyumlaştırmayı zorunlu kılmaktadır. Bu bakımdan, 4054 sayılı Kanun’un 4. Maddesi gereğince, Roma Antlaşması’ndaki karşılığı olan 85 (1) maddesine dair açıklamalar önemli bir husustur. Bu kapsamda Madde 85 fıkra 1 ‘ de Ortak Pazar’da amacı yada etkisi rekabeti engelleme, sınırlama yahut bozma olan, üye ülkeler arası ticareti etkilemesi mümkün şirketler arası anlaşmalara, uyumlu eylemlere ve firma birliklerinin almış oldukları kararlara karşı genel bir yasaklama meydana gelmektedir. Bu hükmün gayesi, her bir şirketin kendi ticari politikalarını ve piyasadaki faaliyetlerini yalnız başına, bağımsız olarak belirlemesidir. Bunun yanı sıra, Roma Antlaşmasının 85. maddesi, şirketler arası rekabete aykırı her çeşit anlaşma, işletme birliği kararı ve uyumlu eylemi yasaklamaktadır.

Rekabete aykırı amacın varlığı rekabeti sınırlayıcı davranışın mevcut etkisine dayanmaz. Öte yandan rekabete aykırı herhangi bir amaç ortaya konulmasa da rekabete aksi etkiler var ise, bu çeşit anlaşma, karar yada uyumlu eylemlerin de 85(1)’e aykırı olması mümkündür.

Ayrıca fiyat, üretim ile yakından ilişkili olması sebebi ile üretim kotaları fiyat rekabetini direk etkilemektedir. Rekabet Hukuku açısından fiyat tespitine yönelik

¹²⁶ WEB_39, (2013), Rekabet Kurumu, Rekabet Kurumu, <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Genel-Bilgiler>, 17/05/2016.

anlaşmalar en ciddi rekabete aykırılık halleri arasında değerlendirilmiş ve çok açık bir şekilde yasaklanmıştır. Başka bir husus ise, pazar paylaşımları ve arz boykotları ile oluşan rekabet ihlalleri de 85 (1) madde ile yasaklanan en önemli rekabeti kısıtlayıcı uygulamalar arasında gösterilmektedir.

Ülkemizde rekabet mevzuatı, tıpkı Avrupa Topluluğu mensubu ülkelerdeki gibi sözleşmelerin butlan kılınması meselesine özel Hukuk alanında çözüm aramaktadır. Özel Hukuk alanında aranacak çözümlerin ise ülkemizde rekabet mevzuatının ve içtihat hukukunun gelişmesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Ülkemizde Rekabet Hukuku düzenlemeleri Kurucu Antlaşmasının 85., 86. ve 90.maddelerine uyumlu olarak mevzuata aktarılmıştır ancak Topluluktaki Rekabet Hukuku düzenlemelerinin Topluluk Hukukunu var eden Roma Antlaşması dahilinde diğer düzenlemeler ile birlikte yürürlüğe girdiği göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye Cumhuriyeti'nin merci mevzuatı dahilinde bulunan bir takım düzenlemelerin sonraki yıllarda Rekabet Kanunu paralelinde geliştirilmesi gerekliliği görülmektedir.

Mer'i mevzuatımızdaki düzenlemelerin Rekabet Kanunu doğrultusunda süzgeçten geçirilmesi son derece önemlidir.¹²⁷

3.2.4.3. Türkiye'de Rekabet Hukuku Kuralları

Türk Hukukunda "rekabet" kelime anlamı rekabet yasağı şartı, haksız rekabet kuralları ve Rekabet Kanunu gibi farklı konularla günümüzde yer almakta olup, farklı mevzuatta yer edinmektedir. Rekabet yasağı şartı ve haksız rekabet kuralları, Türk hukuk sisteminde Türk Ticaret Kanunu ve Türk Borçlar Kanunu'nu yürürlüğe girdiğinden günümüze kadar bu düzenlemelerde yer edinmiştir. Rekabet Kanunu, yürürlüğe girmesinden bu zamana on seneyi geçmiş olmasına rağmen, halen, söz konusu kurallara oranla yeni bir kavram olarak ifade edilir; uygulayıcılar ve bunun yanısıra mahkemeler tarafından halen haksız rekabet veya rekabet yasağına dair konular ile karışıklık olabilmesi mümkündür. Bunun yanısıra, Fiyat tespitine yönelik kartel ve işbirliği anlaşmaları, pazar paylaşımı, hileli fiyat teklifi verme gayesi ile yapılmakta olan gizli anlaşmalar gibi rekabeti kısıtlayıcı uygulamaları; söz sahibi konumunda olan şirketlerin bunu kötüye yöneltmelerini; teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlandırabilecek yada bozabilecek birleşme/devralmaları ve ortak girişimleri ele alan Kanun, esas olarak AB rekabet kuralları ile doğru orantılıdır. Kanun, aynı zamanda, Kurum'un, çeşitli

¹²⁷ Özkan, F., (2016), Türk Rekabet Hukuku Uygulamasında Rekabet Uyum Programları, *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. XX, Y, 375.

kamu politikaları ve düzenlemeler ile gereksiz yere rekabeti sınırlandıran kurumsal düzenlemeler üzerinde gözden geçirme ve yorum yapma yolu ile “rekabet savunuculuğu” yapmasına imkan veren hükümler mevcuttur. Şöyle ki, Kanun temelde Avrupa Ekonomik Topluluğu’nun kurallarına paralel tarzdadır. Örneğin, 4. madde kapsamına giren uygulamaların tanımlar ve örnekleri, Avrupa Topluluğu rekabet kurallarınıninkiler ile aynıdır.¹²⁸

Önerilen rekabeti artırıcı önlemleri örnek ile açıklamak daha doğru olacaktır. Yani; Hava yolu kod paylaşımı anlaşmaları ve stratejik ittifaklarla ilgili kurallar ve düzenleyici çerçevenin açıkça oluşturulması ifade edilebilir. Çeşitli çalışmalar ve ampirik deneyimler, bu tür düzenlemelerden kaynaklanan işletme etkinliklerinin artışı ve ağı ilişkin ölçek ekonomilerine ama aynı zamanda potansiyel rekabete ters faaliyetlere de işaret etmektedir; bu sebeple bunların dengelenmesi zorunludur.

Hakim durumun kötüye kullanılmasını engellemek, rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaları yasaklamak, birleşmeler ve devralmaları denetlemek amacıyla, özel ekonomik kuvvetin kullanılmasını denetleme imkanı altına almak ve bu hususta rekabet korumak amacını taşıyan TRK esas olarak, 4054 sayılı Kanun’a ve Türk Rekabet Kanunu tarafından çıkarılan tebliğlere dayanmıştır. Avrupa’daki benzerleri ile kıyaslandığı zaman bu alan, hukukun yeni ortaya gelmiş ve gelişmekte olan bir alanı olarak ifade edilmektedir. Sadece ABD’deki antitröst kanunları olmayıp, aynı zamanda Kıta Avrupası’ndaki antitröst kuralları da, Türkiye de rekabet kurallarından uzun yıllar öncesinde yürürlüğe girmiş bulunmaktadır. Türkiye, Rekabet Kanunu yürürlüğe girinceye kadar ki zaman diliminde, rekabetin korunması hakkında bir mevzuatı bulunmayan yalnız OECD ülkesi olarak kabul edilmiştir.

Bunun yanısıra, 1/95 sayılı Karar ile belirtilmiş olan hususta, TRK ve AB arasında bir işbirliği sağlayabilecek olan usul kurallarında henüz yürürlüğe konmamıştır. 1/95 sayılı Karar da büyük ölçüde AB’nin rekabet kurallarına paralel olan, rekabetin bozulmasının engellenmesine dair bazı kurallar öngörmektedir.

Sektördeki rekabetin iyileştirilmesi için bir takım önerileri için, Hava Yolları sektörünün güvenlik ve başka sebepler ile bazı regülasyona sahip olması gereken bir sanayi olduğu için yeniden regülasyonu; hızlı, tutarlı ve iyi koordine edilmiş bir tarzda uygulanmalıdır. Bu sebep dolayısı ile, bu işi uygun bir tarzda yapmak için yalnız bir kurum oluşturulabilmektedir.

¹²⁸ Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (2007), *Türkiye’de Rekabetçilik ve Düzenleme; Türkiye’de Rekabetçilik, Yatırım İklimi ve Rekabet Politikasının Rolü*, TEPAV yayını, 59.

Ayrıca, bu kurum yalnız varolan taşıyıcıların sorunlarını tek bir kaynağa yönleltmelerine, sadece bir kaynağa uymalarına ve kurallar ve düzenlemeler gibi piyasanın özgü yönlerini daha net bir şekilde görmelerine yardımcı olmakla yetinilmeyerek, yeni iç ve dış hatlar teşebbüsleri tarafından piyasaya girişleri isteklendirme de yardımcı olacaktır. Rekabet kuralları, girişe ve sanayinin gelişmesine katkı sağlamak muafiyetlerle birlikte tam olarak gerçekleştirilmelidir. Yine de sanayinin kuralları ve düzenlemelerinde çok ince bir denge bulunmalıdır, zira hiç müdahale edilmeyen bir işletme sadece güvenlik alanında değil, taşıyıcıların bilet ücretleri, tarifeleri ve hizmet tavsiyelerinde de bazı sorunlara yol açabilme ihtimali söz konusudur. Rekabet kuralları ve düzenlemelerinin dışında sektöre ait düzenlemeler bu gelişmelerin koruyucusu niteliğindedir.¹²⁹

3.2.4.4.1. Rekabete Aykırı Anlaşma, Karar ve Eylemlerin (İşbirliklerinin) Yasaklanması

Teşebbüslerin kendi aralarında yapmış oldukları anlaşmalar yada uyumlu davranışlar ile rekabeti sınırlamaları mevcuttur. Teşebbüsler aralarında oluşturacakları birliklerin kararlarıyla da bu sonuca sebep olabilmektedirler. Bu nedenle RKHK'nın 4. Maddesi, rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararları yasaklamıştır. Kanun metninde teşebbüs, anlaşma, uyumlu eylem, birlik karar ve eylemleri gibi tanımlara değinilmiştir. Kanun'un getirdiği yasaklamayı daha iyi kavrayabilmek adına bu kavramları bilmek gerekmektedir. Bunun haricinde Rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararlara ilişkin hükümlere aykırılığın, hukuki yaptırımları RKHK'nın Beşinci Kısımında değinilmiştir. Beşinci Kısım "Rekabetin Sınırlanmasının Özel Hukuk Alanındaki Sonuçları" başlığını olarak ifade edilmektedir. Dört maddeden oluşmakta olan bu Kısımda düzenlenen hukuki yaptırımlar, geçersizlik ve tazminat olarak ikiye ayrılmaktadır. 56. maddede geçersizlik, 57. maddede tazminat yaptırımları düzenlenmiştir. Bunun yanısıra Kanun'un 16. maddesinin ikinci fıkrasında bu konuyla ilgili para cezaları da öngörülmektedir.¹³⁰

3.2.4.4.2. Hakim Durumun Kötüye Kullanılması

Her zaman değinildiği gibi işletmelerin temel amacı, mümkünatlar çerçevesinde çok fazla kar elde etmektir. Bu nihai amaca ulaşabilmek içinde firmaların konu piyasada

¹²⁹ Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (2007), Türkiye'de Rekabetçilik ve Düzenleme Türkiye'de Rekabetçilik, Yatırım İklimi ve Rekabet Politikasının Rolü, TEPAV yayını, 5, 8, 19.

¹³⁰ Badur, E., (2001), *Türk Rekabet Hukukunda Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar (Uyumlu Eylem ve Kararlar)* Lisans Üstü Tez Seri no 6, Rekabet Kurumu.

imkanlar ölçüsünde fazla yer edinmesi gerekmektedir. Normal şartlarda bir firmanın Pazar payının fazlalaştığı sürece, karlılığının da artacağı izah edilebilir. Bu bakımdan teşebbüsler, mevcut pazarda en üst zirve olarak monopol olmaya çalışacaklardır.

Rekabetin kurallarının göz önüne alınıp, kurallarına uyulduğu bir firmanın pazarda monopol olması, buna ulaşılması hakim durumda bulunması, serbest piyasa ekonomisi bakımından bir sorun teşkil etmeyecektir. Aksine pazarda belli bir ekonomik kuvvete sahip teşebbüslerin var olması, sermayenin yoğunlaşması, sermaye birikiminin ve yatırımların artmasına imkan vermek, diğer bir hususta başka ülkeler ile rekabet etmeyi sağlamakla ekonomiye katkı sağlayabilecektir.¹³¹

Firmanın pazarda ekonomik bunun yanı sıra piyasa göstergelerini saptayabilme kuvvetine sahip olması, beraberinde bu kuvvetin kötüye kullanılması olasılığını da meydana getirecektir. Fakat her hakim durumdaki firma, bu kuvvetini kötüye kullanacaktır düşüncesi doğru olmamaktadır fakat bu olasılığı da rekabet hukuku göz önünde bulundurmakla mükelleftir. İşletmelerin hakim durumunu kötüye kullanılması, piyasa mekanizmasını bozacağı gibi bunun doğal sonucu olarak ekonomik gelişmeyi de engelleyecek, beraberinde tüketiciler bundan olumsuz etkileneceklerdir.

Bu sebepler göz önüne alınarak RKHK 6, “Hakim Durumun Kötüye kullanılması” başlığı altında hakim durumda bulunmayı değil, hakim durumdaki bir işletmenin yalnız başına yahut başka teşebbüsler ile yapacağı anlaşmalar veya birlikte davranışları ile hakim durumunu kötüye kullanılmasını hukuka aykırı ve yasak olarak kabullenmiş ve ikinci fıkrasında da örnek kabilinden kötüye kullanma durumları belirtilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. İlhan Yiğit, rekabet ihlallerinden doğan tazminat sorumluluğu doktora tezinde değindiği gibi, RKHK 6’nın RKHK 4’ten ayrılan en önemli özelliği, birden çok işletmenin bir danışıklı ilişki içerisinde olmaları zorunluluğunun aranmamasında, tek bir işletmenin davranışlarının ve işletmelerinin dahi hukuka aykırılık için yeterli olarak görülmesindedir. Fakat RKHK 6’da değinildiği üzere hakim durumun kötüye kullanılması, teşebbüsün tek taraflı hareketleri olmak zorunda da değildir; bu durum diğer işletmeler ile gerçekleşecek olan anlaşmalar yahut birlikte hareketleri de meydana getirebilir. Ekonomik durumu yalnız başına saptayabilme kuvvetine hakim olan bir işletmenin, diğer işletmeler ile karşılıklı ilişki içerisinde bulunmasına da gereksinim

¹³¹ Yiğit, I., (2012), *Rekabetin İhlallerinden doğan Tazminatı Sorumluluğu*, Doktora Tezi, İstanbul Univ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, 121.

yoktur. Bu bakımdan RKHK 6 ve RKHK 4, piyasada rekabetin olumsuz etkilenmesinin önüne geçmek için birbirini tamamlamayıcı fonksiyonlara sahiptir.¹³²

3.2.4.4.3. Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasının Yasaklanması

RKHK 3’de hakim durum kavramının tanımı yapılmıştır. Buna göre “belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü” hakim durumu ifade etmektedir. Avrupa Birliği rekabet hukukunda ise hakim durumun tanımı mevzuatta yer verilmemiştir. Yrd. Doç. Dr. İlhan Yiğit’in rekabet ihlallerinden Doğan Tazminat Sorumluluğu doktora tezinde değinildiği üzere hakim durum konusunda Jones/sufrin monopol kavramından daha geniş olarak ele alınmakta olduğunu ve belli bir pazardaki ekonomik kuvveti ifade etmek için kullanıldığına değinilmiştir. Doktorinde bir işletmenin, pazara yeni bir işletme girmesi ve herhangi bir satış daralması söz konusu olmaksızın, rekabetçi seviyede var oluşacak fiyat mekanizmalarının üzerinde bir fiyatı saptayabilmek kuvvetine sahip bulunması, hakim durum olarak ifade edilmiştir. Jones/sufrin ise hakim durumu, rakip teşebbüslerin rekabet edebilecek ürünler sunmadığı ve böylece bir teşebbüsün bu durumu kullanarak fiyatları artırma ve arzı kısıtlayabilme gücü olarak ifade etmiştir.¹³³ Avrupa Adalet Mahkemesi hakim durumun tanımında ise ekonomik kuvvet ve piyasada bağımsız hareket etme kriterine değinmiştir. Mahkeme, başta hakim durumu piyasadaki diğer rakiplerinden, sağlayıcılardan ve müşterilerden sezilebilir ölçüde bağımsız olarak hareket edebilme ve böylece piyasa da rekabeti önleme gücü olarak ifade etmiştir. Fakat sonradan bu ifadeyi değiştirerek, rekabetin tamamen önlenmesi unsuruna değinmiş ve bilhassa bir işletmenin pazardaki rekabet koşullarını etkileyebilme yeteneğine vurgu yapmıştır. Keza, AB hukukunda olduğu gibi, hukukumuza göre de, piyasada hâkim durumda olmak yasak değildir. Yasak ve hukuka aykırı olan bu gücün kötüye kullanılmasıdır. Hakim durum sürekli belli bir piyasa ile birlikte değinilmiştir.

Bu bakımdan, bir teşebbüsün hakim durumda olup olmadığı tespiti için ilgili pazarın tespit edilmesi gerekmektedir. Pazar ise, işletmenin faaliyette bulunmakta olduğu ya da faaliyet göstermesi olasılığı olan bölge olarak ifade edilebilir. İlgili Pazarın belirlenmesi, hakim durumun saptanması bakımından çok önemlidir. İlgili Pazarın geniş

¹³² Yiğit, I., (2012), *Rekabetin İhlallerinden doğan Tazminatı Sorumluluğu*, Doktora Tezi, İstanbul Univ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.121., İstanbul, 2012, Bellamy/Child, age., s.590; Sanlı, age., 245.

¹³³ Yiğit, I., (2012), *Rekabetin İhlallerinden doğan Tazminatı Sorumluluğu*, Doktora Tezi, İstanbul Univ. Sosyal Bilimler Enstitüsü.121., İstanbul, 2012, Jones/Sufrin, age., 303.

bir biçimde tanımlı yapılsa bir işletme hakim durumunda olmayabilir. Bunun aksine dar anlamda ifade edilirse, işletme gerçekte olmadığı halde, hakim durumunda kabul edilebilir. Bu bakımdan ilgili pazarın tam ve net bir biçimde belirlenebilmesi ve bunun gerçekliğe uygunluğu, bir işletmenin hakim durumunda olup olmadığı bakımından son derece öneme haizdir.

Ayrıca Kanunumuzun 6. maddesinde bu konuyu, Roma Anlaşmasının 82. maddesine paralel bir şekilde düzenlemiştir. Buna göre, bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması hukuka aykırı ve yasaktır. 6. madde ayrıca hâkim durumun kötüye kullanılması hallerini örnek kabilinden saymıştır. Bu çerçevede Kurul 6. madde kapsamında belirtilmeyen, fakat hâkim durumun kötüye kullanılması sayılabilecek davranışları yasaklayıp cezalandırabilmektedir. Ancak bu konuda dikkatli olmak gerekmektedir. Çünkü her teşebbüs gibi hâkim durumdaki teşebbüsün de rekabetçi davranış içinde bulunma hakkı vardır.

Bu yüzden 82. maddeyle ilgili olarak Toplulukta başlayan ekonomik etki temelli yaklaşım tartışmasının ülkemizde de yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

3.2.4.4.4. Hakim Durumun Tespit Edilmesi

Hakim durumun belirlenmesinde iki tür yaklaşım bulunur. Bunlar yapısalcı ve performansçıdır. İlki hakim durumu tespit ederken piyasa yapısını dikkate almakta; ikincisi ise hakim durumunda olduğu iddia edilen teşebbüsün davranışlarına dikkat etmektedir. Doktorinde ikinci yaklaşımın yani performansçı yaklaşımın her zaman olumlu sonuç vermeyebileceği, bu sebeple yapısalcı yaklaşımla başlayarak hakim durumu saptamanın gerekliliği ele alınmaktadır.

Hakim durumun saptanmasında ilk aşama yani ilgili piyasanın belirlenmesi akabinde o pazardaki işletme konumunun saptanması ve bu konumun hakim durum oluşturup oluşturmadığının ortaya konulması gerekmektedir. RKHK 3'de gösterilmiştir ki, rakiplerinden ya da müşterilerinden bağımsız olarak davranarak ücret, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri saptayabilme kuvveti hakim durumun unsurlarıdır.¹³⁴ Fakat bu faktörlerin yalnız başına hakim durumun saptanabilmesi

¹³⁴ Yiğit, İ. (2013), *Rekabet İhlallerinden Doğan Tazminat Sorumluluğu*, s. 124, Vedat Yayıncılık; Rekabet Kurulu'nun 28.04.1999 tarih ve 99-21/167-86, 29.12.2005 tarih ve 05-88/1221-353 sayılı kararları için bkz. www.rekabet.gov.tr,

doğrultusunda, sürekli bir pusula misali yol gösterici olduğunu söylenemez. Bu bakımdan doktrinde ve uygulama alanında birkaç kriter geliştirilmiştir.

Hakim durumun oluşturulduğu ekonomik güç, belli bir piyasa ile ilişkilendirilmesi bakımından ilkin o piyasanın yapısı ve dolayısıyla da işletmenin ve rakiplerinin Pazar payının saptanması hayati önem arz etmektedir.¹³⁵

3.2.4.4.5. Teşebbüsün ve Rakiplerinin Pazar Payı

Hakim durumda bulunmanın belirlenmesinde ilk olarak işletmenin ilgili pazardaki payının saptanmasıyla başlanır. Bir işletmenin konu ürün ve coğrafi piyasadaki payının hesaplanma şekli ilgili piyasa kılavuzunda açıklanmıştır. Potansiyel rekabeti dikkate almayan piyasa payı analizinin, işletmenin hakim durumda olduğunu saptamak konusunda yeter olmadığı İlhan Yiğit'in Rekabet ihlallerinden Doğan Tazminat sorumluluğu kitabında belirtiliş olsa da, yüksek piyasa payları, bazen bu konuda yeterli sayılmaktadır. Pazar payı yükseldikçe işletmenin konu pazardaki hakim durumda olduğu hakkındaki olasılığın fazlasıyla güçleneceği bir düşünce oluşabilir. İstisnalar olmadığı sürece, yüksek Pazar payı olmadığı durumlarda, başka unsurlar göz önüne alınmaksızın bir hakim durum değerlendirilmesi söz konusu olamaz.¹³⁶

Bu bakımdan, işletmenin pazar payının yanında işletme rakiplerinin de pazar paylarının göz önüne alınması gündeme gelecektir.

Bu değerlendirme kıstasında işletmenin piyasa payı ile rakiplerinin Pazar payları karşılaştırılmakta ve aradaki fark ne kadar fazla olur ise, işletmenin hakim durumda kabul edilmesi yönünde bir düşünce daha kolay kabul edilebilmektedir. Bu bakımdan %50'nin ve %40'ın aşağısında pazar payına hakim olan işletme, rakiplerinin pazar payları az ise, hakim durumda olarak ilan edilecektir. Bahsedilen olasılık daha fazla ise, rakip işletmelerin pazar paylarının %5'leri aşmadığı ve sayılarının çok olduğu koşullarda gerçekleşmektedir.¹³⁷ Bu bakımdan hakim durumun saptanmasında işletmenin ve rakiplerinin Pazar payı ve bunlar arasındaki değişebilir üstünlük son derece önem taşır.

Belirlenmiş olan pazar payına işletmenin ne kadar süreye sahip olması konusunda bir bilgi söz konusu değildir. Doktrinde beş senenin yeterli olacağını, üç seneden daha

¹³⁵ Yiğit, İ. (2013), *Rekabet İhlallerinden Doğan Tazminat Sorumluluğu*, s. 125, Vedat Yayıncılık; Brenda/Sufrin, age., 260, 261; Bellamy/child, age, 601, 602.

¹³⁶ Yiğit, İ. (2013), *Rekabet İhlallerinden Doğan Tazminat Sorumluluğu*, s. 126, Vedat Yayıncılık; Özsunay, Kartel, 161.

¹³⁷ 01.12.2005 tarih ve 05-80/1106-317, 29.12.2005 tarih ve 05-88/1221-353, 09.07.2008 tarih ve 08//44-603-230 sayılı kurul kararları için bkz. www.rekabet.gov.tr.

düşük olan bir sürenin ise, dinamik Pazar unsurları göz önüne alındığında yeterli olamayacağı ifade edilmiştir.¹³⁸

3.2.4.4.6. Teşebbüs Birleşme ve Devralmalarının Denetimi

40054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un "Birleşme ve Devralma" başlıklı 7. maddesi hükmü şöyledir: " Bir ya da birden fazla teşebbüsün hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri veya herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün mal varlığını yahut ortaklık paylarının tümünü veya bir kısmını ya da kendisine yönetimde hak sahibi olma yetkisi veren araçları, miras yoluyla iktisap durumu hariç olmak üzere, devralması hukuka aykırı ve yasaktır. Hangi tür birleşme ve devralmaların hukukî geçerlilik kazanabilmesi için Kurula bildirilerek izin alınması gerektiğini Kurul, çıkaracağı tebliğlerle ilan eder." Ayrıca, Kanunun 10.maddesinde değinilen, birleşme ve devralmaların bildirilmesi, 11.maddesi hususu ise, bildirilmemesi haline ilişkin temel düzenlemeleri kapsamaktadır. Bunun yanı sıra, birleşme ve devralmaların Rekabet Kurulu'na bildirilmesi ve Kurul tarafından değerlendirilmelerine ilişkin esas ve usuller Kurul tarafından çıkarılmış olan 1997/1 sayılı Tebliğ ile kaleme alınmıştır.¹³⁹

1997/1 sayılı Tebliğ ise, herhangi bir birleşme yahut devralma işlemi ile ilgili olarak Türk Rekabet Hukuku açısından bir bildirim zorunluluğunun cevabını arayanlar için ilk sırada yer alan kılavuz tanımına denk gelmektedir.

Konu tebliğin ikinci maddesine dikkat edilecek olursa bir nevi birleşme ve devralma ifade edilmiş ve hangi koşullarda birleşme ya da devralma sayılacağı bu Tebliğ çerçevesinde değerlendirileceği ifadesine yer verilmiştir. Tebliğ çerçevesinde yer edinen bir birleşme yahut devralmanın hangi durumlarda izne tabi olacağı durumu Tebliğ'in 4. maddesinde yer verilmiştir. Buna duruma esasen birleşme ya da devralmaya taraf olan şirketlerin (i) toplam pazar payları ilgili ürün pazarında %25' i aşıyorsa yahut (ii) toplam ciroları 25 trilyon Türk Lirasının fazlası ise Rekabet Kurulu'ndan izin almak şarttır.

Birleşme veya devralma işlemi var ise, bildirim gerekliliğine karar verilirken en fazla düşünülen yanılgı, tarafların yalnızca Tebliğ'de öngörülmekte olan pazar payı yahut ciro kriterlerinden bir tanesini gerçekleştirmesi durumunda izin şartı doğduğu sonucuna

¹³⁸ Yiğit, İ. (2013), *Rekabet İhlallerinden Doğan Tazminat Sorumluluğu*, 127, Vedat Yayıncılık.

¹³⁹ Sezer, Y., (2013), Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalara İlişkin Eşik Değerler Yeniden Belirlendi, *Vergi Günceli Dergisi*.

varılmaktadır. Fakat gerçekte bu iki kriter ile birlikte gerçekleşmesi gerekli bir husus daha mevcuttur ki o da kontrol değişikliği olarak tanımlanır. Bahsi geçen 'kontrol değişikliği kriteri' her ne kadar Tebliğ'de, en azından ciro ve pazar payı kriterlerinin yanı sıra, açık olarak bir şart niteliğinde sayılmadığı için gözardı edilmiş olsa da uygulayıcıların bildiği üzere bu durum Tebliğin düzenlemesi içerisinde yer edinmektedir ayrıca kontrol tanımı Tebliğ'in 2. maddesinde ifade edilmektedir.

Pazar payı ve ciro kriterleri açısından çok fazla karşılaşılmakta olan bir diğer soru ise, bahsi geçen kriterlerin birleşme ve devralma işleminin taraflarından bir tanesi durumundan gerçekleşmek ile bildirim şartının mevcut olup olmadığıdır. Şöyle ki, taraf şirketlerden bir tanesinin pazar payı yahut cirosunun tebliğ'de öngörülenin üstünde mevcut olması toplam pazar payı ya da cironun da otomatik olarak aşılmasıdır. Bu durumda bireylerin yahut işletmelerin sorguladıkları soru rakamsal olarak eşiklerin aşılması ile ilgili olmayıp, taraflardan birisinin ilgili ürün pazarında eşikleri aşan bir pazar payı ya da ciroya hakim olması ile beraber diğer tarafın ilgili ürün pazarında hiçbir faaliyeti dolayısı ile bir ciro yada pazar payı bulunmaması durumunda da bildirim zorunluluğu mevcut olup olmamasıdır. Eryürekli, Birleşme ve devralma denetiminin altında yatan ana fikir 'hakim durum yaratma yada güçlendirme' ve 'rekabetin önemli miktarda azaltılması sonucunu doğurma' olgularının denetlenmesi olduğu dikkate alındığında bu sorunun da cevabı olumlu olacağını izah etmektedir. Yabancılar tarafından sürekli gündem konusu yapılan bir husus ise pazar payı yada ciro eşikleri geçilmiş olsa dahi tarafların 'örtüşen menfaatleri' olmaması durumunda yine her halde karda bildirim şartı mevcut olup olmaması sorudur. Hem, 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'unda hemde 1997/1 Sayılı Tebliğ'de 'örtüşen menfaaatler' kavramına değinilmemiştir.¹⁴⁰

Birleşme ve devralmaların denetimi konusunda çok fazla sorulan sorulardan bir tanesi ise birleşme ve devralma anlaşmasının, şayet bildirim gerekiyor ise, hangi aşamada bu bildirim yapılması gerektiğidir. Rekabet Kanunu'nda kanun içeriğine girmiş olan anlaşma, eylem ve kararların gerçekleştirildikleri tarih itibari ile bir ay içinde Kurul'a bildirilmeleri gerekmiş olmasına karşın, birleşme ve devralma anlaşmalarına dair olarak bu hususta bir tarih mevcut olmamaktadır.

Bunun yanıra, kanunda birleşme ve devralmalara dair Rekabet Kurulu tarafından onbeş günlük ön inceleme müddeti ile otuz günlük nihai karar süreleri ön görülmüştür.

¹⁴⁰ Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ, Tebliğ No: 2010/4, Resmi Gazete Tarihi: 07.10.2010., Mad.2, 3, 8.

Bu duruma istinaden Rekabet Kurulu bu süreler içinde birleşme ve devralma işlemi hususunda bir cevap vermez ya da işlem yapmazsa birleşme yahut devralma anlaşmaları bildirim tarihi itibarıyla otuz gün sonra yürürlüğe girerek hukuki geçerliliği söz konusu olur. Rekabet Kurulu öngörülen süreler içerisinde bir birleşme ya da devralma işlemine izin verebilir, red edebilir yahut koşullu izin verebilmektedir.

Uluslararası birleşme ve devralmalar kısmında ise, haber verilmenin zamanlaması ve devralma işleminin kapanması kapsamında bilhassa uluslararası birleşme ve devralmalar açısından önemli bir durum Türk Rekabet Kurulu kararının bekletici konusu olup olamayacağıdır. Bu husus Kanun yahut yukarıda kaleme alınan konu tebliğ'de açıkça düzenlenmemiştir. Fakat, hem Kanunun hem de Tebliğ'in mantığı içinde net bir şekilde görülmektedir ki, ülkemiz sınırları içerisinde rekabetin önemli ölçüde etkilenmesi yada azaltılması söz konusu ise Rekabet Kurulu 15 günlük ön inceleme müddeti sonucunda taraflardan son karara kadar işlemi bekletmeye almalarını talep edebilecektir. Bu çeşit uluslararası işlemlerde bu sorunun başlangıç noktası farklı devletlerde meydana gelebilecek farklı proseslerin farklı rekabet otoriteleri tarafından değerlendirileceğidir. Fakat, birden çok taraflı işlemlerde bir anlaşmanın ilgili olduğu tüm devletlerde aynı zamanda yürürlüğe girmesi hedeflendiğinde tek rekabet otoritesinin nihai kararının gecikmesi işlemin yürürlüğünü geciktiren bir sebep olmaktadır. Bu kısımda Türkiye Cumhuriyeti sınırları dışarısında gerçekleşen bir kapanış prosedürü açısından Türk Rekabet Kurulu'nun kararının bekletici bir nitelik teşkil etmeyeceği fakat ülkemiz dışarısında sonuçlandırılacak bir proses sonucu Türkiye piyasalarında rekabeti son derece önemli miktarda etkileyebilecek bir karar yahut uygulama ortaya konabilecek ise bu durumda Rekabet Kurulu'nun son kararının beklenmesi gerektiğini düşünülmektedir.¹⁴¹

3.2.4.4.7. Devlet Yardımlarının İzlenmesi ve Denetlenmesi

Bu kanuna madde 1'de yer verilmiş olup, amacı ise; "devlet yardımlarının Türkiye ile Avrupa Toplulukları arasındaki antlaşmalara uygun olarak düzenlenmesini ve ilgili mercilere bildirimini sağlamak üzere ilke ve prensiplerin belirlenerek yardımların izlenmesi ve denetlenmesine ilişkin usul ve esasları tespit etmektir."dir. Kanun'un ikinci fıkrası gereği, tarım, balıkçılık ve hizmet sektörlerindeki devlet yardımlarını kapsamamaktadır. Kanun'la, devlet destekleriyle ilgili işlemleri yapmak üzere; Devlet

¹⁴¹ Eryürekli, P., (2001), Birleşme ve Devralma Başvurularında En Sık Karşılaşılan Sorular, *Rekabet Bülteni*.

Desteklerini İzleme ve Denetleme Kurulu ve Devlet destekleri Genel Müdürlüğü kurulmuştur ibaresi yer almaktadır madde 2’de.¹⁴²

Kurul, Devlet Destekleri Genel Müdürü’nün başkanlığında; Maliye Bakanlığı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Hazine Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı ve Rekabet Kurumunca, bu kurumları temsilen, birer üye olmak üzere yedi üyeden oluşmaktadır.

Devlet destekleri aşağıdaki prosedür kapsamında yapılmaktadır.

- Kamu kaynağı kullanarak destek verecek kurum veya kuruluş, devlet desteğine ilişkin olarak hazırlanan mevzuat taslaklarını Kurula bildirerek Kurulun uygun görüşünü ister.
- Kurul, yapacağı inceleme sonucunda, devlet desteğinin “uygun devlet desteği” olup olmadığına karar verir. Kurul, desteğin uygun devlet desteği olmadığı yönünde bulgular tespit ederse inceleme başlatabilir.
- İnceleme başlatılması halinde Kurul, gerekli incelemeyi yaparak, inceleme konusu mevzuat taslağında öngörülen devlet desteğinin Kanun kapsamında;
- Uygun devlet desteği olduğuna
- Uygun devlet desteği olmadığına,
- Desteği veren tarafından bazı düzenlemeler yapılması halinde uygun devlet desteği haline geleceğine veya devlet desteği olma özelliğini yitireceğine,
- Şarta bağlı olarak uygulanmasına, karar verebilir.
- Bu kararlardan birinin alınması üzerine inceleme sona erdirilir ve karar, desteği verene bildirilir.
- Desteği veren, Kurul kararı doğrultusunda işlem yapmak zorundadır.

Kurul, almış olduğu bir kararı türlü koşulların varlığı durumunda, geri çekebilir ve yeniden inceleme yapabilmektedir. Desteği vermekte olan kurum, bu inceleme sonrasında alınmış olduğu karar üzerine uygulama yapmaktadır.

Kurul, inceleme başlatılması kararı ile beraberinde, son bir karar alıncaya dek kanuna uygunluğundan şüphe edilen desteğin ara verilmesine karar hüküm edebilmektedir. Kurul tarafından, kanuna uygunluğundan şüphe duyulan desteğin durdurulması kararının desteği verene haber vermesine müteakip, desteği veren, konu ile ilgili işlemleri durdurmakla mükelleftir. Kurul, desteğin uygun olmadığına karar verdiği durumda, desteği veren geri alma işlemini başlatmış olur. Eğer, uygun olmayan bir

¹⁴² WEB_40, Başbakanlık, Başbakanlık, www.basbakanlik.gov.tr/docs/kkgm/kanuntasarilari/devletyardimi.doc, 11/05/2016.

devlet yardımı verilmiş olması durumunda, yardım tutarı yardımı alandan geri alınmaktadır.¹⁴³

Haksız ödenen devlet desteğinde, destekten fiili olarak yararlanılmış tarihten itibaren geri alma kararının alındığı tarihe kadar geçen zamanda ihraç olunan iskontolu devlet iç borçlanma senetlerinin faiz oranlarının ağırlıklı ortalaması oranında bir faizle birlikte alınmaktadır. Desteği vermiş olan kurum, desteğin taksitler halinde ödenebilmesini kapsayan bir ödeme anlaşmaları yapma imkanına sahiptir. Bunun yanısıra, konu kanun'un uygulanmasına dair usul ve esaslar ile birlikte yapılabilecek işlemlere dair zamanlar, Kurul tarafından hazırlanarak Hazine Müsteşarlığının bağlı olduğu Bakan'ın onayı ile çıkarılacak yönetmelikler ile belirlenecektir. Son bir husus ise, Devlet Desteklerinin İzlenmesi ve Denetlenmesi Hakkında Kanun'un geçici 5. Maddesi ile, 31.12.2001 tarihi öncesinde düzenlenmiş ve yatırım süresi bitmiş olan yatırım teşvik belgelerinin, herhangi bir sebeple işlem yapılmaksızın gerçekleşmiş durumuyla tamamlanmış sayılacağı hüküm ifade etmiştir. Fakat, yapılan düzenleme ile, 23.10.2010 tarihi itibari ile öncesinde iptal edilmiş olan, Yap-İşlet-Devret modeli çerçevesinde gerçekleştirilmiş olan yatırımlar adına düzenlenen ve Kaynak Kullanımı Destekleme Primi ihtiva eden teşvik belgeleri bu düzenlemenin haricinde tutulmuştur.¹⁴⁴

3.2.4.4.8. Hukukî Tekeller ve İmtiyazlar

Ülkemiz'de imtiyaz sözleşmeleri bilhassa 19.yy'dan sonra liberal sistemin gelişmesi ve kamu hizmetlerinin kamu örgütlenmeleri ile yapılması gerektiği gibi yerine getirilmemesi sebebiyle özel girişimcilere gördürülmesi ihtiyacı nedeniyle daha fazla uygulanmaya başlamıştır. Uygulamada, imtiyaz sözleşmeleri, idarenin özel kişinin iktisadi risklerini üstlenmeye başlaması ile klasik anlamını kaybetmiş, imtiyaz sözleşmeleri günümüzde daha çok bir üst tanım olarak ifade edilmeye başlanmıştır.

İmtiyaz sözleşmelerinin tanımına yer verilecek olursa, hukuki niteliği, tarafların yükümlülüğü ve sözleşmenin sona ermesi incelendiğinde zaman içerisinde bu unsurlarının anlamlarının değişikliğe uğradığı veya bazılarının tamamen ortadan kalktığı izlenmiştir. Anayasa Mahkemesi de lisans ve ruhsat sözleşmelerini bile imtiyaz çerçevesinde görerek imtiyaz tanımını, kamu hizmetlerini özel kişilere yaptırılmasını içeren sözleşmelerin tümünü ilgilendiren genel bir hukuki rejim olarak görme eğilimi

¹⁴³ WEB_41, (2010), Özdoğrular, Özdoğrular, <http://www.ozdogrular.com/content/view/13980/180/>, 11/05/2016.

¹⁴⁴ Devlet Desteklerinin İzlenmesi ve Denetlenmesi Hakkında Kanun, Kanun No. 6015, Sayı: 27738, Resmi Gazete, Tarihi 23 Ekim 2010

tarafındadır. Danıştay da işletme hakkı devir sözleşmeleri ve görev verme sözleşmelerinin Danıştay incelemesinden geçmesi gerektiğine karar vererek imtiyaz sözleşmesinin tüm unsurlarını taşıdığına hüküm kılmıştır.

Bu sebeple piyasa mekanizmasının önündeki kısıtlamaların ortadan kaldırılması Rekabet Kurumu'nun en temel vazifeleri arasında sayılmaktadır. Kamunun sahip olduğu bazı varlıklar ve imtiyazların özel sektöre devri işlemi sırasında piyasadaki rekabet koşulları göz önüne alınmalıdır.¹⁴⁵

Özelleştirme, Türkiye için önemli konulardan birtanesi olan, mümkün mertebe de hızlı ve etkin bir şekilde düzenleme içinde sonuçlandırılması gerekli olan konudur. Özelleştirmenin temel hedeflerine uygun şekilde sonuçlandırılmasında Kurum uygulamalarının çok önemli önemi vardır. Özelleştirme sonucunda, rekabetçi bir piyasa ortamının meydana gelmesi ekonomide hem kaynak dağılımında ve hem de üretimde etkinliğin sağlanmasının önde gelen kıstaslarından birtanesidir. Bilhassa, doğal tekellerin ve imtiyaz hakkı verilerek gerçekleştirilen kanunî tekellerin özelleştirilmesinde, özelleştirme akabinde ilgili olan piyasalarda etkin bir rekabet kıstaslarının sağlanması son derece önemlidir. Bu sebeple, özelleştirmede gaye yalnızca kamu varlık ve imtiyazlarının en yüksek bedel teklif edene yahut münhasıran bir alıcı olduğu koşulda tek alıcıya devri söz konusu değildir. İyi tasarlanmış bir özelleştirme ile aynı zamanda fiyat artabilir hemde ilgili piyasada rekabet koşulları korunarak piyasa mekanizması faal duruma geçmiştir.¹⁴⁶

Tekelleşmenin özelliklerine değinecek olunursa, Serbest rekabet ortamında işletmelerin ürünleri için belirlemiş oldukları fiyat, marjinal maliyete eşittir. Serbest rekabet ortamında fiyatlar sabit, talep eğrisi de düzdür. Tekellerde ise tam tersidir yani, negatif eğimli bir talep eğrisi görülür ve bu durum, tekele kendi arzusuna göre bir fiyat belirleme olanağı sağlamaktadır. Tekelin de amacı karlarını arttırmaktır. Tekel, karını arttıracak şekilde bir şekilde fiyat ve miktar belirlemektedir. Bunu da gerçekleştirirken marjinal maliyeti, marjinal gelire eşitler. Sonuç olarak, bir tekelin belirlediği fiyat, serbest rekabet ortamındaki bir firmanın belirlemiş olduğu fiyattan daha çok olacaktır. Bu durumda ise tekol, serbest rekabet ortamındaki bir işletmenin edeceği kardan daha fazla kar edecektir. Fakat her zaman tekelin daha yüksek fiyat belirlemiş olması, tekelin

¹⁴⁵ WEB_42, (2008), Uysal M., Turk Hukuk Sitesi, http://www.turkhukuk sitesi.com/makale_916.htm, 11/05/2016.

¹⁴⁶ WEB_39, (2013), Rekabet Kurumu, Rekabet Kurumu, <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Ozellestirmelere-Yonelik-Birlesme-Devralma-Kontrolu>, 11/05/2016.

her zaman pozitif kar edeceği ifadesinde çıkarılmaz, çünkü maliyetler hala elde edilen geliri aşmış da olabilmektedir.¹⁴⁷

Ülkemiz de bazı kurumların tekeli vardır. Bunlara örnek verilecek olursa, 406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu kapsamında Türk Telekom, telekomünikasyon şebekeleri üzerinden sunulan ulusal ve uluslararası ses iletimini ihtiva eden telefon hizmetleri, 31.12.2003 tarihine kadar bu Kanun ve görev sözleşmesi kapsamında tekel olarak yürütülmektedir. Kişisel telekomünikasyon tesisleri ile telekomünikasyon hizmetlerine dair imtiyaz sözleşmeleri yahut telekomünikasyon ruhsatları ya da genel izinlerinde ilgili şirket tarafından yapılması öngörülen telekomünikasyon altyapısının kurulması ve işletilmesi de tekel kapsamına dahil olmaktadır.¹⁴⁸

5584 sayılı Posta Kanunu 2.nci madde, PTT'ye posta hizmetleri konusunda tekel yetkisi vermiştir. Bu tekeller, Açık ve Kapalı mektuplar ile Üzerlerinde haberleşme mahiyetinde yazı bulunan kartlardır.¹⁴⁹

3.2.5. ABD ve Avrupa Birliği'nde Rekabet Hukuku

Rekabet Hukuku'nun düzenlemelerinin ilkinin 19.Yüzyıl sonlarında ortaya çıkmaya başladığı gözükmeyle birlikte, batı da sanayi devrimi ve bu yüzyılda gerçekleşmiştir. Sanayileşme ve ekonomik gelişme hızlanmış, pazarlar gelişerek büyümüş, yeni yatırımları ve teknolojik gelişmeyi finanse etme ihtiyacı artmış, artan bu ihtiyaçlar küçük işletmelerin birleşme suretiyle "tröst" olarak vurgulanan büyük ekonomik güçler haline gelmesine sebep olmuştur. Bilhassa, ABD 19. Yüzyılın ikinci yarısında imalat sanayinin gelişmesi ekonomik ve sosyal hayatta önemli değişikliklere neden olmuştur. Bazı sebepler sonucunda varolmuş büyük şirketlerin fiyat savaşları, şirket hisselerinin belirli kimselerin elinde olması bunun akabinde türlü ürün pazarında kartel ve tekellerin meydana gelmesi akabinde toplum ve kişiler gün yüzüne çıkan zararlardan dolayı fazlasıyla etkilenmişlerdir. Bunun sonucunda dünyada modern anlamda ilk yasal düzenleme olarak kabul edilen ve kanununu oluşturan senatörün ismi ile anılmakta olan "Sherman Act" ABD 'de yürürlüğe girmiştir. Avrupa Birliği'nde ilk düzenlemeler ise, Almanya, Belçika, İtalya, Lüksemburg, Fransa ve Hollanda arasında gerçekleştirilmiş

¹⁴⁷ WEB_43, Wikipedia, Wikipedia, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tekel>, 11/05/2016.

¹⁴⁸ Ege, Y., (2002), Kamu Teşebbüsleri, Yasal Tekeller ve Rekabet Konulu Sempozyumda sunduğu Tebliği, *Rekabet Dergisi*, 60.

¹⁴⁹ Ege, Y., (2002), Kamu Teşebbüsleri, Yasal Tekeller ve Rekabet Konulu Sempozyumda sunduğu Tebliği, *Rekabet Dergisi*, 58.

olan Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu Anlaşmasının 65. ve 66. maddesinde yer verilmiştir.¹⁵⁰

3.2.5.1. Amerika Birleşik Devletleri’nde Rekabet Hukuku

ABD’de tarihi süresince hukuk, kapitalizmin kesintisiz devam eden gelişimi içerisinde başta özel mülkiyet olmak üzere, mülkiyet hakları ve piyasanın değişken biçimleri ve gereksinimlerine uyum sağlamış ve bunları desteklemiştir. 19. Yüzyılın son zamanlarından sonra global anlamdaki küçük üretici ve dağıtıcı arasındaki rekabetten, şirketlerin rekabetine geçiş yapılmış ve bu durum korunmak istenen serbest piyasa ekonomisi üzerinde tehlikeli durumlar meydana getirmiştir. Bilhassa, 1864 yıllarından sonra, anonim işletmelerin varlığını göstermesi, piyasa ekonomisinde devasa güçlerin yoğunlaşması sorunu oluşmuştur. 1890-1916 küçük işletme kapitalizminin mülkiyet ve piyasa ilişkileri, daha yeni ortaya çıkan Anonim Şirket kapitalizminin mülkiyet ve piyasa ilişkileri ile çatışmaya ve dönüştürülmeye çalışılmıştır. Rekabet ve tekelleşme kapitalizme dair bir sorun olmakla beraber, tekelleşme ile ilgili ilk yasalar 4000 yıl önce Babil’de düzenlenmiştir. Bunun akabinde ABD ‘de rekabet oluşumu özetlenecek olursa, M.Ö. 2100 yıllarında Hammurabi Yasalarında tekелci davranışlar engellenmiş, M.Ö. 347 ‘de ise, Tekel sözcüğü ilk defa Aristo’nun Politika’sında, bütün yağ preslerini ve demiri satın alarak piyasayı kapatmış olan ve daha sonra talep bollaştığında fazla karla satan kişiler ile ilgili bir tartışmada kullanılmıştır. Sonrasında ise M.S. 30’ da Roma İmparatoru Tiberius Senato’da bir konuşmada Latinceye tekelleşmeyi ifade etmiştir. Sonucunda, M.S 533 Justinyen Yasaları tekелci davranışları engellemektedir. Başkan Benjamin Harrison’ın tasarısı 2 Temmuz 1890’da imzalaması sonrasında “Sherman Antitröst Yasası“ olarak dünya döndükçe tarihte bahsedilecek olan ilk modern rekabet yasası yürürlüğe girmiştir.¹⁵¹

Amerika Birleşik Devletleri’nde şirket birleşme ve devralmalar hakkında var olan ilk düzenleme 1914 tarihli Clayton Yasası ile hayata geçmiştir. Bu yasadan önce rekabeti engelleyici ve zarar verici nitelikte birleşme ve devralmalar 1890 tarihli Sherman Yasası’nın birinci ve ikinci maddelerince denetim altına alınmıştır. Bu maddeler kapsamınca ticareti sınırlayıcı, engelleyici, zarar verici her çeşit eylem ve

¹⁵⁰ Ateş, M., *AB’ye Uyum Bağlamında Türk Rekabet Hukuku ve Politikasına Genel Bir Bakış*, Barosu

¹⁵¹ WEB_44 (2011), Çayan G., Yeni Makale, *Rekabet Hukuku’nun Temelleri; Hammurabi’den 4054 Sayılı Kanuna Kadar Antitröst Hukuku Temelleri*, <http://www.yenimakale.com/rekabet-hukukunun-temelleri-hammurabiden-4054-sayili-kanuna-kadar-antitrost-hukuku-temelleri.html#ixzz4BSQH1b5B>, 12/05/2016.

anlaşma kanuna uygun sayılmamış ve bununla birlikte piyasada tekelleşme de engellenmiştir. Sherman Yasası ile yalnızca tekel oluşturabilecek konsolidasyonlar, ancak birleşme işlemleri gerçekleşmenin akabinde kontrol altına alınabilmişlerdir. Bu eksik denetim Clayton Yasası ile bir parça tamamlanmaya çalışılmış olup yeni yasa ile birleşme işleminin gerçekleşmesinden önce de rekabette yetkili mercilerce incelemenin önü açılmıştır. Ne yazık ki, Clayton Yasası beklentileri yeteri kadar karşılayamamış, gayesine ulaşamamıştır. İşletme devralmaları bu Yasanın haricinde tutulduğundan, buradan doğmakta olan boşluk birden fazla firmanın yasayı prosedürlerine uygun şekilde kullanmalarına ve haksız kazanç kazanmalarına neden olmuştur. Yasadaki bu açık 1950 yılında belli bir ölçüde de olsa yasayı tamamlamak ve bu haksızlığın önüne geçilebilmek adına, Celler-Kefauver Yasası ile devralmaları da kapsayacak biçimde tekrardan düzenlenmiştir. Bu noktaya kadar ismi geçen tüm yasalar aslında, ABD’de belirli dönemlerde ortaya çıkan birleşme ve devralmaların sonucu olarak bir önlem niteliğinde oluşturulmuş düzenlemeler niteliğindedir. Şüphesiz yetkili kurum ve kuruluşlar rekabet hususundaki yasa ve kanunların uygulanmasında büyük önem arz etmektedir. ABD için de bu durumun diğer ülkelerden bir farkı yoktur. Bu hususta en yetkili kurum olan Federal Ticaret Komisyonu ve Adalet Bakanlığı’nın belirli aralıklarla yayınladıkları yönetmelik bildirileri ile birleşme ve devralma yolunu tercih edecek işletmelere önderlik etmektedir. Bu eylemlerle alakalı prosedürler ve yapılmakta olan incelemeler Avrupa Birliği’nden farklı olmamakla beraber, bazı durumlarda mevcut hukuki yapı tam anlamı ile farklılık taşımaktadır. Bunlardan en önemlisi özel ve tüzel kişilerin dava açma hakkıdır. Özel ya da tüzel kişiler herhangi bir birleşme faaliyeti veya devir işlemi neticesinde zarara uğruyorsa federal mahkemelerde zararlarının üç katı oranında tazminat davası açmaya hak kazanmaktadırlar. Bu sebeple ABD hukuk sisteminde Avrupa Birliği’nden farkı yalnızca Yüksek Mahkeme değil, aynı zaman da federal mahkemeler de birleşme ve devralma işlemlerinde direkt olarak etkindirler.¹⁵²

3.2.5.2. Avrupa Birliği’nde Rekabet Hukuku

1900’lü yılların ilk çeyreğinden itibaren, ABD ‘deki çatışmanın bir örneği de Avrupa’da yaşanmaya başladı. Bilhassa, Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı büyük para monopolü silah tüccarlarını meydana getirdi. Akabinde büyük tüccarların

¹⁵² Ruşçuk, G., (2002), ABD Rekabet Hukukunda Şirket Birleşmeleri ve Devralmalar, *Rekabet Bülteni*, Sayı 8.

piyasanın diğer kısımlarında faaliyete girmeleri, silahtan kazandığı ekonomik kazançla diğer pazar alanlarında çapraz sübvansiyonu ve dikey antlaşmalar ile birlikte rekabeti kısıtlayıcı etkileri büyük çapta bir sorunun kapıda olduğunun tercümanıydı. Bu netice her geçen zamanda serbest piyasa ekonomisine ciddi zarar verdi ve en sonunda Amerika'da 70 yıl sonra 1960 yılında Avrupa Birliği devletleri tarafından imzalanan Roma Antlaşması'yla rekabetin korunması, serbest piyasa ekonomisinin sürdürülmesi, kartellerin yasaklanması ve hakim durumunu kötüye kullanan teşebbüslere yaptırımlar uygulanması ile rekabeti engelleyici her çeşit antlaşmanın hukuk düzeni tarafından yok sayılması ilkeleri herkes tarafından sahip çıkıldı. 1960 Roma Antlaşması ile bu prensipler belirlenmiş olsa da gerçek anlamda Rekabet Hukuku'nun 2000'li yıllardan sonra uygulandığını söylemek Gökhan Çayan'a göre doğru olacaktır. 1990-1994 yılları arasında şirketlere Rekabet Kurallarına uymamadan ortalama 540 Avro ceza verilirken, 2000-2004 arasında bu ortalama değer 3.463 Avro ve 2005-2009 yılları arasında da 9.761 Avro ceza verildiği gözlenmektedir.¹⁵³

3.2.5.3. Avrupa Birliği Rekabet Hukuku'nun Amacı

Avrupa Birliği'nin ortak rekabet politikasının temel amacı, rekabeti bozduğu düşünülen eylemleri yasaklayarak, piyasa güçlerinin hakim olduğu, verimli çalışan bir Avrupa iç piyasasının var olmasını sağlamaktır. Piyasa ekonomisi mekanizmalarının daha randımanlı çalışmasını temel ilke hedeflemiştir.

Avrupa Birliği rekabet politikası Amsterdam Antlaşmasının 81. inci ve 89.uncu maddelerine kapsamındadır. Konu maddeler iki bölüme ayrılmıştır. Birinci bölüm, İşletmelere dair kuralları kapsamaktadır. İkinci bölümde ise, üye devletler tarafından gerçekleştirilen devlet yardımlarını düzenlemektedir.¹⁵⁴

3.2.5.4. Avrupa Birliği Rekabet Mevzuatı

Avrupa Birliği Hukukunun kaynakları ikiye ayrılır. Bunlar; Birincil Mevzuat, ikincil mevzuat olmak üzere. Birincil Mevzuatı meydana getirenler şöyle izah edilebilir.; Kurucu antlaşmalar; 1951 Paris Antlaşması / AKÇT (ECSC), 1957 Roma antlaşması / AET (EEC), 1957 Roma Antlaşması (EURATOM) 'dur. Ekler ve protokoller ise; 1967

¹⁵³ WEB_44, (2011), Çayan G., *Yeni Makale, Rekabet Hukuku'nun Temelleri; Hammurabi'den 4054 Sayılı Kanuna Kadar Antitröst Hukuku Temelleri*, <http://www.yenimakale.com/rekabet-hukukunun-temelleri-hammurabiden-4054-sayili-kanuna-kadar-antitrost-hukuku-temelleri.html#ixzz4BSQH1b5B>, 13/05/2016.

¹⁵⁴ WEB_45, Wikipedia, Wikipedia, Avrupa Topluluğu Rekabet Hukuku, https://tr.wikipedia.org/wiki/Avrupa_Toplulu%C4%9Fu_Rekabet_Hukuku, 14/05/2016.

Füzyon Antlaşması, 1973 Danimarka, İrlanda ve İngiltere'nin Katılma Antlaşması, 1981 Yunanistan'ın Katılma Antlaşması, 1986 İspanya ve Portekiz'in Katılma Antlaşması, 1987 Tek Avrupa Senedi, 1993 MAASTRICHT Antlaşması, 1995 Avusturya, İsveç VE Finlandiya'nın Katılma Antlaşması, 1999 Amsterdam Antlaşması, 2003 Nice Antlaşması (10 üye'nin katılım antlaşması.)'dir. İkincil Mevzuat ise; tüzük, yönerge, karar ve görüşür.

- Roma Antlaşması'nın 189. maddesi gereğince, konsey ve komisyon görevlerini yerine getirmek adına ve antlaşma'da ilerisi için kararlaştırılmakta olan koşullarla, tüzükler ve direktifler çıkartır, kararlar alır, tavsiyelerde bulunur ve görüşler bildirmektedir.
- 189. madde de ise, Maastricht Antlaşması ile yapılan değişiklik uyarınca, bu düzenlemeler, Konsey ve Komisyonun yanısıra Avrupa Parlamentosu ve Konsey ile birlikte gerçekleştirilebilir.
- Tüzükler, herhangi bir transformasyon işlemine ihtiyaç olmaksızın üye ülkelerin tamamında doğrudan uygulanmaktadır.
- Üye ülke vatandaşları nezdinde hak ve yükümlülükler doğurmak için ulusal makamların herhangi bir düzenleme yapmaları ihtiyaç yoktur.
- Tüzükler, üye ülke vatandaşlarına, ulusal yasalarda olduğu gibi direk hak ve yükümlülükler yerine getirmektedir.
- Direktifler, tüm üye ülkeler ile ya da yalnız bir üye devlet ile ilgili olabilmektedir.
- Tüzüklerden farklı olarak, direktifler iç hukuka uyarlanmak biçimiyle uygulamaya girmektedir.
- Kararlar, bir üye devleti, bir işletmeyi veya bireyleri muhatap görebilmektedir.
- Karar kime yönelmiş ise onun açısından bağlayıcı unsur teşkil etmektedir.
- Topluluk Kararlarında; Konsey ya da Komisyon tarafından alınan hükümlerdir.
 - İcra kararları mevcuttur.
 - Topluluk kararlarının gerekçeleri bunları uygulamak zorunda kalan devlet ve kuruma yazılı olarak bildirilmelidir.
- Avrupa Parlamentosu Kararlarında ise; Bazı kararlar öneri şeklinde, bazıları da Konsey yahut Komisyon'a tavsiye türünde olabilir.
- Avrupa Parlamentosu Başkanı, Parlamento'nun onayladığı metni, Parlamento önerisi olarak Konsey veya Komisyon'a takdim eder. Yetkili Komisyonların

detaylı izlenimleri sonrasında bir rapor hazırlanmakta olup, sonucunda onaylanmaktadır.

- Kabul edilmiş olan hükümler, Resmi Gazete'nin C serisinde yayımlanmaktadır.
- Gerekçeli Kararlar ise; AKÇT Anlaşması'nın 88. nci maddesi gereğince öngörülmüş olan ve Komisyon tarafından üye devletlerin eksiklikleri koşulunda alınmış olan hükümlerdir.
 - AET ile EURATOM Antlaşmaları'nda öngörülen gerekçeli görüşlere benzer nitelikte unsurlardır. Fakat, icra hükmü daha çoktur.
 - Üye ülkeler, Adalet Divanı'na başvurarak gerekçeli kararlara karşı gelebilmektedirler. Ancak, başvuruların reddedilmesi durumunda gerekçeli karara uyulması mecburidir.
- Görüş, üye ülkelere bazı koşullarda da Topluluk vatandaşlarına, herhangi bir husus da özel bir tutum benimsenmesini önerir veya Topluluk görüşünü iletir.
- Görüşler, herhangi bir yükümlülük veya bağlayıcılık unsuru içermez.
- Görüş, Topluluk organları tarafından bir hüküm verilmeden önce beyan edilir.
- Uygulamaya konulup konulmaması ve ne şekilde uygulanacağı üye devletlerin seçimine bırakılmıştır.¹⁵⁵

3.2.6. Gümrük Birliğinin Rekabet Kuralları

OKK'nın 32'nci ve 33'üncü maddelerinin kaynak olarak almış olduğu Roma Antlaşması'nın 81.inci ve 82 'nci maddeleri kapsamınca, Topluluğun uluslar üstü niteliği sebebi ile, üye ülkeler doğrudan uygulanabilen kararlardır. Bu nedenle, Topluluk rekabet kuralları ile üye ülkelerin milli rekabet mevzuatlarının çatışması durumunda Topluluk Hukukunun öncelik ilkesi gereğince, öncelikle Topluluk rekabet kuralları uygulanmak durumundadır.

Ülkemiz tam üye olmadan Gümrük Birliğini gerçekleştirmesi nedeniyle, Türkiye ile Topluluk arasındaki ilişkilerde Topluluk Hukukunun önceliği ve direk uygulanması söz konusu olmamaktadır.

¹⁵⁵ WEB_46, Çukurova Üniv.Çukurova Üniv., <http://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0ahUKEwi3pNv-ggXNAhWFXBQKHStzBocQFgg8MAY&url=http%3A%2F%2Fwww.cu.edu.tr%2Finsanlar%2Fmceker%2Favrupa%2520birli%25C4%259Fi%2520hukuku%2F3-TOPLULUK%2520HUKUKUNUN%2520KAYNAKLARI.ppt&usg=AFQjCNFflavOkbCr7TAf5xjS a8T7ZtsNaQ>, 14/05/2016.

Kural olarak, Ortaklık Konseyi Kararları da, Türkiye’de diğer klasik uluslararası örgütlerin kararları gibi etki doğurmakta olup; doğrudan uygulanmaları mümkün değildir. Bu sebeple OKK’nın rekabet maddeleri kapsamınca iç hukukta da direk bağlayıcı olabilmesi adına bir iç hukuk düzenlemesi ile iç hukuka aktarılması gerekmektedir.

OKK’da, Topluluk ile Türkiye arasındaki ticareti etkilediği ölçüde, Gümrük Birliği’nin düzgün çalışması ile bağdaşmayan rekabeti sınırlayıcı uygulamaların önlenmesi gayesiyle yer verilen 32’nci ve 33’üncü maddeleri kapsamının yanı sıra, Kararın 39’uncu maddesinde ülkemizin ulusal rekabet mevzuatını, Topluluğun rekabet mevzuatı ile uyumlu hale getireceği de karara bağlanmıştır.

OKK’nın rekabetle ilgili kararları dikkate alındığında, 32’nci maddenin 1’inci fıkrasına istinaden, Türkiye ile AT arasındaki ticareti etkilediği miktarda ve Gümrük Birliğinin düzgün çalışması ile bağdaşmayan şirketler arasında rekabeti yasaklayıcı, kısıtlayıcı ya da bozucu amaç veya etkileri olan, tüm işletmeler arası anlaşmalar, işletme birlikleri kararları, uyumlu eylemler halinde sayılan hususlar yasaklanmıştır.

32’nci maddenin 2’nci fıkrası gereğince, bu madde ile ilgili yasaklanan anlaşma ve kararların kendiliğinden geçersiz olacağı belirtilmiştir.

32’nci maddenin 3’üncü fıkrasında, bu yasak kararına muafiyet getiren bir düzenleme gerçekleştirilmiştir. Belirli şartların varlığı durumunda söz konusu anlaşma, karar ya da uyumlu davranışlara yasak (ve geçersizlik) kararı uygulanmayabilecektir. Söz konusu düzenleme ile, katacağı yararların, rekabetin sınırlandırılması ile ortaya çıkacak zararlara ağır basması durumunda, bir anlaşma ya da uygulamaya rekabet yasağından muafiyet tanınması imkanı sağlanmıştır.

33’üncü madde, hakim durumun kötüye kullanılması ile ilgili bir düzenleme getirmektedir. Söz konusu maddeye göre, Topluluk ve/ya da ülkemizin topraklarının tümünde yahut önemli bir bölümünde, bir ya da daha fazla işletmenin sahip olduğu hakim durumu kötüye kullanması, Topluluk ile Türkiye arasındaki ticareti etkilediği ölçüde, Gümrük Birliğinin düzgün işleyişi ile bağdaşmaz olduğu için engellenmiştir.

33'üncü maddenin 2'nci fıkrası gereği, bu tür bir kötüye kullanmaya örnek olabilecek bazı uygulamalar 4 bent halinde sayılmıştır. Hakim durumun kötüye kullanılması durumlarında muafiyet tanınması ise söz konusu olmamaktadır.¹⁵⁶



¹⁵⁶ WEB_47, Ünay, N.(2000), Rekabet Bülteni Dergisi, Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde Gümrük Birliği'nin Rekabet Kuralları. <http://www.escrc.com/article/3987/avrupa-birligi%E2%80%99ne-tam-uyelik-surecinde-gumruk-birligi%E2%80%99nin-rekabet-kurallari>, 14/05/2016.

BÖLÜM 4. LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE REKABET HUKUKU SORUNLARI VE ANKET ÇALIŞMASI

4.1. LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE REKABET GÜCÜ ANALİZİ

4.1.1. Lojistik Sektöründe Rekabet Gücü Analizi

Lojistik bir firmanın dünya pazarlarında var olabilmesi ve üstünlük sağlaması için piyasalarda rekabet gücü kazanmasının en önemli yoludur. Rekabet gücünün lojistik desteği ile sağlanması genel olarak ülke ekonomisinin yükselmesi sonucunu doğuracaktır. Günümüzde dünya piyasalarında yaşanan rekabet, firmaların ürünlerini daha çabuk satışa hazırlamaya ve teslim etmeye doğru zorlamaktadır.

Günümüzde üretim maliyetlerinin birbirine eşit koşullarda, rekabet edebilmeleri için lojistik faaliyetlerinin ve yöntemlerinin önemi artmaktadır. Lojistik stratejileri ile dünya pazarlarında yer bulmak ve yükselişe geçmeleri mümkün olacaktır. Bu nedenle, eşit rekabet koşullarında pazar payı ve karlılığın yükseltilebilmesinin ve korunmasının en doğru yolu etkili bir lojistik hizmet anlayışlıdır. Lojistiğe koşulları elverişli olan ülkeler global olarak değerler zincirine daha iyi uyum sağlamak ve ihracat alanında direk uluslararası firmaların yatırımlarını çekebilmektedir. Uluslararası alanda satış yapabilmek ve direkt yatırım uluslararası bilgi dağılımı için ana yollar olduğundan, lojistik performansın yetersizliği teknolojik gelişmeler ve know-how alanında geri kalmayı ve üretimin artışıdaki hızı düşürebilmektedir. Bir devletin uluslararası ulaştırma ağ sistemi entegre bir yapıda olmayıp bununla birlikte bilişim ve gümrük altyapısı da yeterli düzeyde değilse, zamanlama hataları söz konusu ise, ülkede lojistik alanında işgücü ve hizmet maliyetleri de yüksek olacaktır. Bu halde, uluslararası

taşımacılık ve lojistik rekabet gücü de bir o kadar zayıf olacak ve ülke dünya pazarlarına açılmakta son derece sıkıntı çekecektir.¹⁵⁷

4.1.2. Lojistik Sektörünün Karşılaştığı Sorunlar

Lojistik Sektörünün karşılaştığı birtakım sorunlar söz konusudur. Bu sorunların en önemlileri aşağıda maddeler halinde kaleme alınmıştır. Bunlar;

- Lojistik Sektöründe en büyük sorun rekabettir. Rekabetten kaynaklı yanlış bilgilerden sebeple de sektörü az bilen işletmelerin hizmetlerini doğru alamamaları. Bunun yanı sıra, navluna endeksli seçim yapan teşebbüslerin işini doğru yapacak firmaları seçememesi,
- Kalifiyeli personel bulunamaması, ücret odaklı rekabetin fazla olması, müşteri isteklerinin sürekli artması, kurumsallaşmanın olmaması.
- Sektördeki işletmelerin maliyet ve maliyet muhasebesi kavramları hakkında çok detaylı bilgilerinin olmaması,
- Sektörde Mevzuat sıkıntılarının olması,
- Deniz Taşımacılığında limanların yeteri kadar mevcut olmaması,
- Karayolu Taşımacılığındaki belge maliyetlerini fazla olması,
- Avrupa'daki geçiş belgeleri konusunda Türkiye'ye yaşıatılan haksızlıklar ın olması,
- Yabancı plakalı taşıtlar, sürücü, kota ve geçiş ücretlerinin söz konusu olması,
- Transit ticaret gibi katma değerli servislerde aşırı bürokrasi ve yüksek maliyetlerin olması,
- Kamu ile ilgili sistemsel sorunlar yani, Devletin lojistik sektörüne daha fazla yatırım yapıp lojistik faaliyetlerini kolaylaştırması gerekmektedir.
- İşletmelerin yatırım yapmaktan kaçınılması, küçük maliyetler ile büyük maddiyatların kazanılma düşüncesiyle hareket edilmesi ve bu sebeple de müşteri memnuniyetinin zor elde edilebilmesi,
- Bürokratik sorunlar, gümrük prosedürleri, uluslararası belge ve geçiş kapılarındaki aksaklıklar ve süreler,
- Rekabetsel iş süreçleri ve vergiler,
- Karayollarındaki seyir uygulamalarındaki kısıtlamalar ile ilgili sorunlar,

¹⁵⁷ Erkan, B., (2014), *ASSAM International Refereed Journal*, Logistics Sector and Competitivenessin TURKEY, issue 1, 54.

- Yasal düzenlemeler ile ilgili eksiklerin olması,
- Üniversitelerin teorik düzeydeki eğitime daha çok önem vermesi,
- Spesifik mevzuat ve denetimlere ihtiyaç olması,
- Haksız fiyat rekabeti
- Altyapı ve teknoloji eksikliği,
- Rekabet fiyatta değil, hizmet kalitesinde olmalı,
- Hukuki eksiklikleri, pazarda kayıt dışı çalışan lojistik firmaların varlığı,
- Hukuki sorunlar ve hukuki
- Sektöre yönelik yasal düzenlemeler yapılmalı; lojistik hukuku. Sektörün gelişmesi adına teşvik sisteminin kurulması gerekmektedir.

Yukarıda kaleme alınan maddeler, elbet de arttırılabilir fakat ilk akla gelen ve bu sebeple de en önemli maddeler olarak belirtilebilir.¹⁵⁸

Lojistik Sektöründe Firma Stratejileri: Ülkemizde lojistik alanında faaliyet gösteren firmalar bu gibi stratejilerle rekabet ortamında güçlerini yükseltme çabası içerisindeyler. Rekabette firmaların söz sahibi olabilmek için kullandıkları yöntemleri geliştirebilmek adına kullandıkları yöntemler şunlardır:

Maliyetleri Azaltmak

- Farklı markaları aynı anda taşımak sureti ile müşteriler ve hizmet verilen firma açısından da maliyetleri azaltmak,
- Sermaye giderlerinin azaltılması,
- Nakliye, maliyetlerini azaltmak ve sürelerini kısaltmak,
- İşçilik maliyetlerini azaltmak,
- En az düzeyde stok yöntemi ile stok maliyetlerini azaltmak,
- Outsourcing-insourcing yapmaktır.

Ölçümler

- Performansa ilişkin yapılan ölçümler,
- Müşteri memnuniyet anketleridir.

Yeni Sabit Yatırımlar

- Depo, hangar, antrepo yatırımları,
- Rafama sistemi,
- Araç filosunu yenilemek,

¹⁵⁸ Tanla, B, Tuna, O., Yener, A., Akpolat, A., Güngör, T., (2013), Lojistik Sektöründe Eğilimler Araştırması, Beykoz Meslek YüksekOkulu Çalışma Projesi, 32-34.

- Bilgi işlem departmanlarını yenileme ve sistem yazılımlarını etkinleştirmektir.

Ürün Çeşitliliği

Ürünlerin üretim ve ihracatında belirli ürünlerde yoğunlaşmama ürün çeşitliliğini artırmak

Kontrath Satış

Müşteri ile uzun zamanlı anlaşma yapmaktır.¹⁵⁹

Şirket Anket Soruları ve Anketin Yorumlanması

Anket İsmi

Rekabet hukuku'nun lojistik sektörüne yansımaları'dır.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, bir yandan Rekabet Kurumu'nun faaliyetlerinin ve kararlarının teşebbüsler bakımından farkındalığı, diğer husus da ise teşebbüslerin karşılaşmış oldukları temel sorunlarının ne olduğunun tespit edilmesi anket çalışmasında hedeflenmiştir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, daha önce Rekabet Kurumu tarafından, İstanbul Ticaret Odası'nın ve İstanbul Ticaret Üniversitesinin de işbirliğiyle KOBİ'lere yapılmış olan çalışmanın geniş kapsamlısıdır. Teşebbüslerin rekabet hukuku ve uygulamaları ile Rekabet Kurumu'nun faaliyetleri hakkındaki düşüncelerine ve ülkemizde ne tür rekabet sorunları ile karşılaştıklarına değinilmiştir. Ulaşılan veri sonuçlarının dikkat çekilerek ileride kamu teşebbüslerinin önlem almasına katkı sağlamasına dikkat çekilmektedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, İstanbul ve Gaziantep bölgesinde faaliyet gösteren küçük ve büyük ölçekli her ticari faaliyet sürdüren tüm işletmeler de görev yapan orta (müdür yardımcısı ve müdür gibi) ve üst kademedeki (genel müdür, hissedarlar ve şirket sahipleri) oluşmaktadır. Ankete katılan teşebbüs sayısı 70 adettir.

Seçilen bu örneklemin güvenilirlik derecesi hesaplandığında, örneklemin ortalama 0, 95 güvenilirlik düzeyinde, değişkenlerin evrendeki değerlerini (+, -) 0, 14 (W) hata ile tahmin edebilecek güçte olduğu bulunmuştur.

Ölçeğin Güvenilirliği ve Geçerliliği

Araştırma kapsamında kullanılan stres ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Survey Monkey tarafından yapılmıştır. Bununla birlikte bu araştırmanın amacını

¹⁵⁹ Erkan, B., (2014), *ASSAM International Refereed Journal*, Logistics Sector and Competitivenessin TURKEY, issue 1, 55.

gerçekleştirmeye uygun olup olmadığını kontrol etmek ve kapsam geçerliliğini belirlemek amacıyla üniversitelerin ve anket firmalarında çalışmakta olan uzman görüşleri alınmış ve on tane yönetici üzerinde pilot uygulama yapılmıştır.

Verilerin Toplanması

Anket formunda 31 soru yer almıştır. Anket uygulaması, şirketlerin genel müdürleri'nin bilgisi dahilinde ve şirketlere araştırmacının şahsen gitmesi ve elektronik ortamda gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizi aşamasında, anket yoluyla elde edilen veriler bilgisayara yüklenerek veri tabanı oluşturulmuş, bu veriler üzerinde “Survey Monkey” paket programı aracılığıyla istatistiksel işlemler gerçekleştirilmiştir.

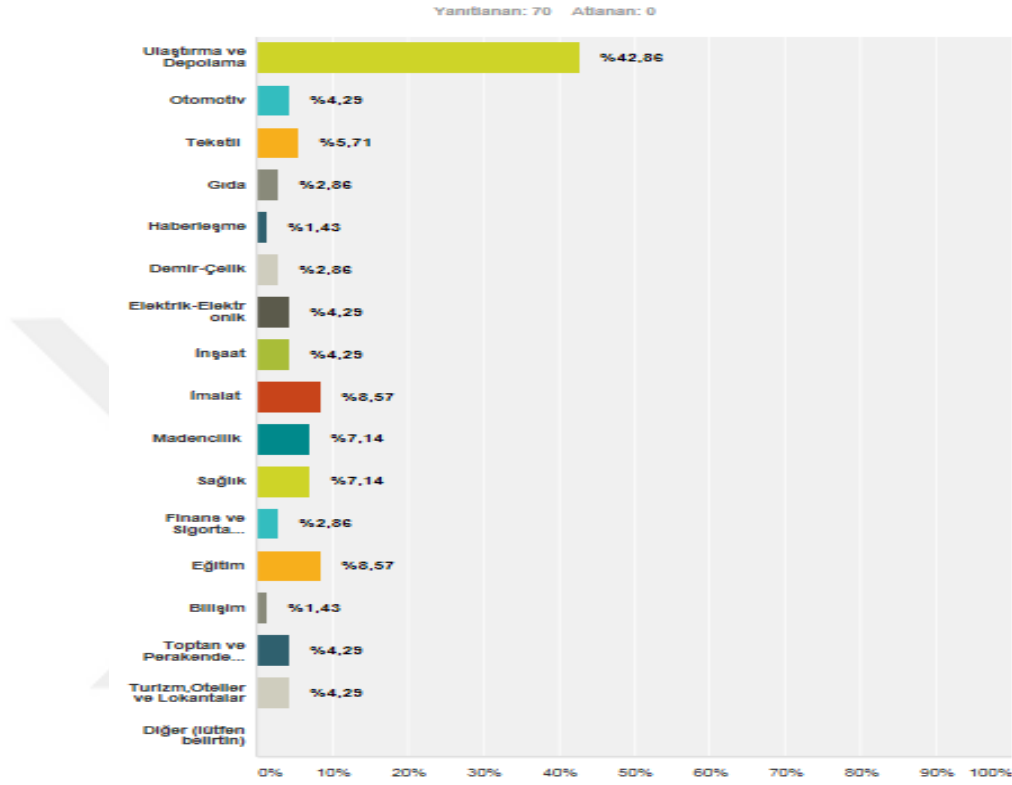
4.1.3. Araştırma Bulguları

Araştırma sonuçlarının sağlıklı çıkması için katılan yöneticilerin şahsi ve kurum bilgilerine yer verilmemiştir. İstanbul ve Gaziantep ilinde faaliyet gösteren ilgili teşebbüsler de anketi gerçekleştirenler arasında dengeli bir dağılım sergilendiği ifade edilebilir.

ANKET SONUÇLARI

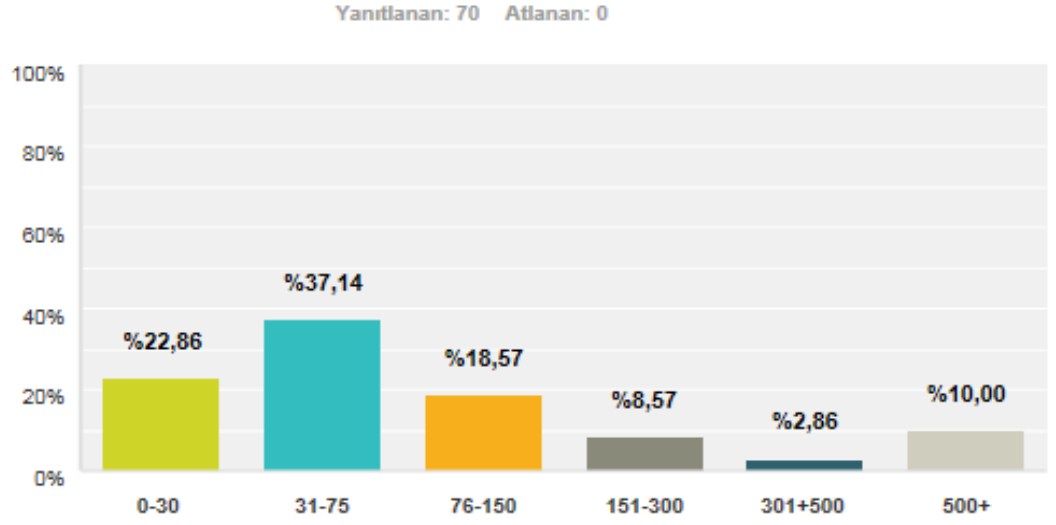
Firmaların Faaliyet gösterdiği Sektör Yüzdeleri

1. Şirketinizin faaliyet sektörünü lütfen belirtiniz?



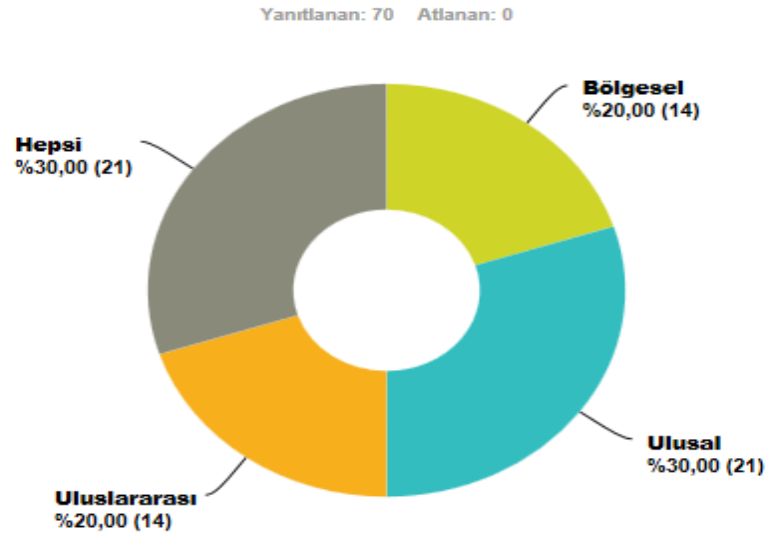
Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar	
Ulaştırma ve Depolama	%42,86	30
Otomotiv	%4,29	3
Tekstil	%5,71	4
Gıda	%2,86	2
Haberleşme	%1,43	1
Demir-Çelik	%2,86	2
Elektrik-Elektronik	%4,29	3
İnşaat	%4,29	3
İmalat	%8,57	6
Madencilik	%7,14	5
Sağlık	%7,14	5
Finans ve Sigorta Hizmetleri	%2,86	2
Eğitim	%8,57	6
Bilişim	%1,43	1
Toptan ve Perakende Ticaret	%4,29	3
Turizm, Oteller ve Lokantalar	%4,29	3
Diğer (lutfen belirtin)	%0,00	0
Toplam Yanıtlayan: 70		

2. Şirkette kaç kişi çalışmaktadır?



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar
0-30	%22,86
31-75	%37,14
76-150	%18,57
151-300	%8,57
301+500	%2,86
500+	%10,00
Toplam	70

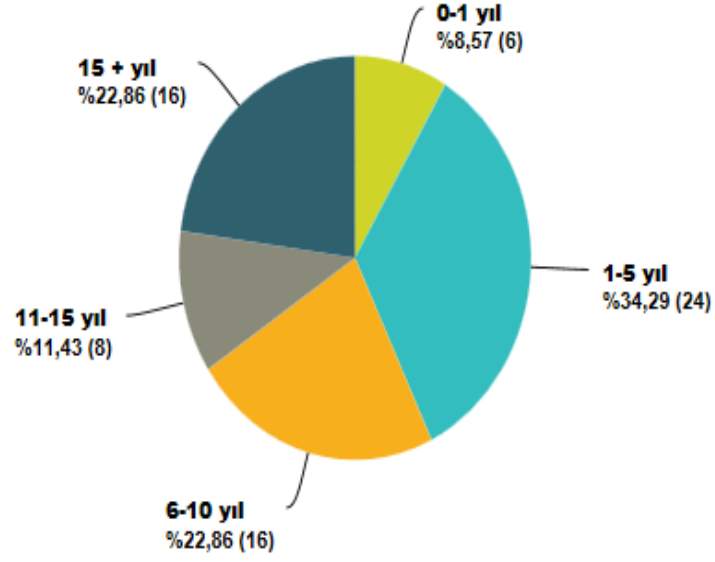
3. Şirketinizin faaliyet alanı nedir?



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar
Bölgesel	%20,00 14
Ulusal	%30,00 21
Uluslararası	%20,00 14
Hepsi	%30,00 21
Toplam	70

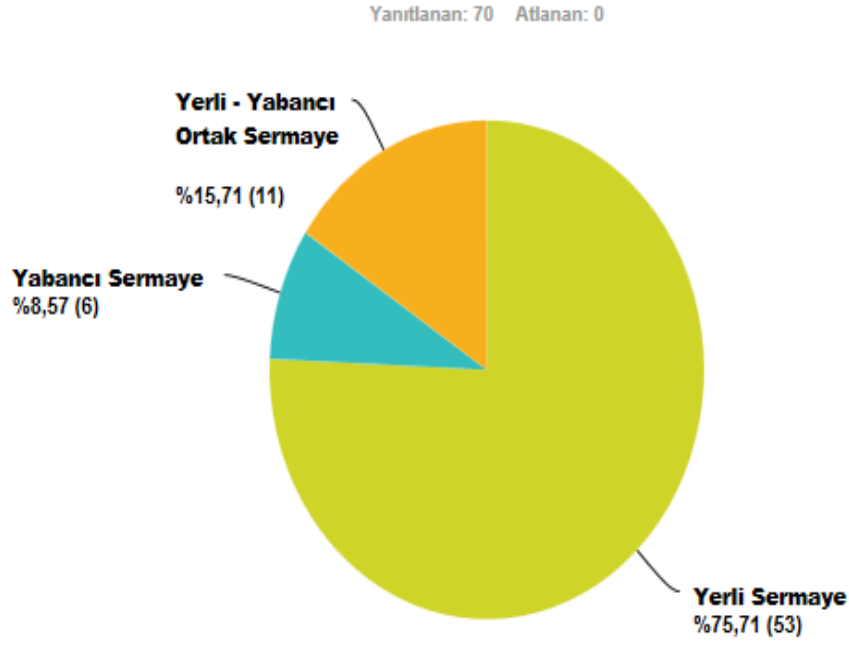
4. Şirketinizin sektördeki tecrübesi ne kadardır?

Yanıtlanan: 70 Atlanan: 0



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar
0-1 yıl	%8,57 6
1-5 yıl	%34,29 24
6-10 yıl	%22,86 16
11-15 yıl	%11,43 8
15 + yıl	%22,86 16
Toplam	70

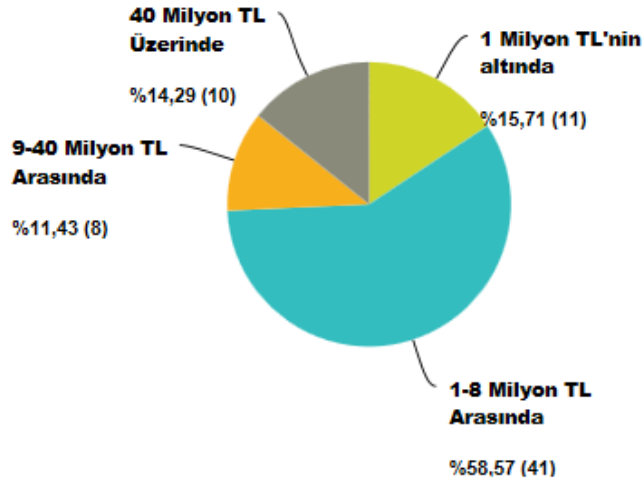
5. Şirketinizin Sermaye yapısını lütfen giriniz?



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar	
Yerli Sermaye	%75,71	53
Yabancı Sermaye	%8,57	6
Yerli - Yabancı Ortak Sermaye	%15,71	11
Toplam		70

6. Yıllık net satış hasılatınızın (cironuzun) veya mali bilançonuzun bulunduğu aralığı belirtiniz?

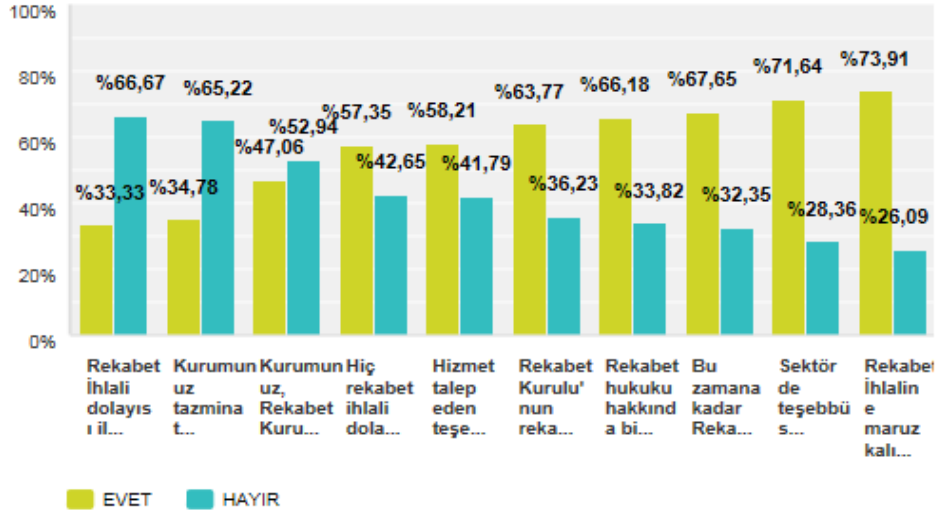
Yanıtlanan: 70 Atlanan: 0



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar	
1 Milyon TL'nin altında	%15,71	11
1-8 Milyon TL Arasında	%58,57	41
9-40 Milyon TL Arasında	%11,43	8
40 Milyon TL Üzerinde	%14,29	10
Toplam		70

7. Aşağıdaki sorularda lütfen evet veya hayır seçeneklerini işaretleyiniz?

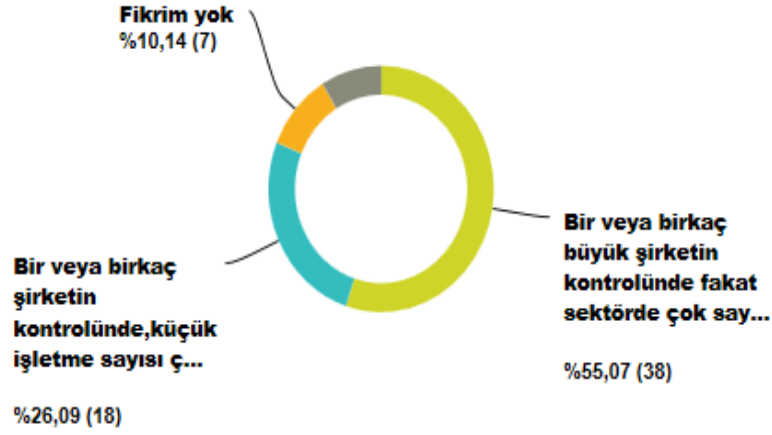
Yanıtlanan: 69 Atlanan: 1



	EVET	HAYIR	Toplam	Ağırlıklı Ortalama
Rekabet ihlali dolayısı ile açtığınız bir dava var mı ?	33,33 23	66,67 46	69	1,00
Kurumunuz tazminat davası açtı mı ? veya açmayı düşünüyor mu?	34,78 24	65,22 45	69	1,00
Kurumunuz, Rekabet Kuruluna rekabet ihlali başvurusu yaptı mı veya yapılan bir başvuru hakkında kurumunuzun bilgisi var mı ?	47,06 32	52,94 36	68	1,00
Hiç rekabet ihlali dolayısı ile zarara uğradınız mı ?	57,35 39	42,65 29	68	1,00
Hizmet talep eden teşebbüs baskısı var mı ?	58,21 39	41,79 28	67	1,00
Rekabet Kurulu'nun rekabet ihlali bulunduran firmalara ağır para cezaları verebildiğini biliyor musunuz ?	63,77 44	36,23 25	69	1,00
Rekabet hukuku hakkında bilgi sahibisiniz ?	66,18 45	33,82 23	68	1,00
Bu zamana kadar Rekabet Kurumu firmanızda inceleme yada denetim yaptı mı ?	67,65 46	32,35 22	68	1,00
Sektör de teşebbüs birlikleri var mı ?	71,64 48	28,36 19	67	1,00
Rekabet ihlaline maruz kalırsanız, mahkemelere başvurarak rekabeti ihlal eden firmalardan tazminat isteyebileceğinizi biliyor musunuz?	73,91 51	26,09 18	69	1,00

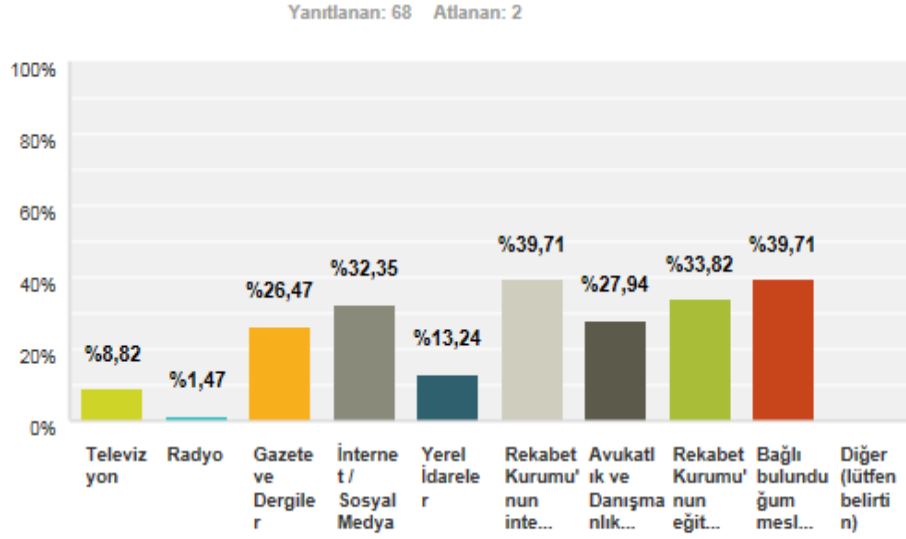
8. Faaliyet gösterdiğiniz sektörü tanımlar mısınız?

Yanıtlanan: 69 Atlanan: 1



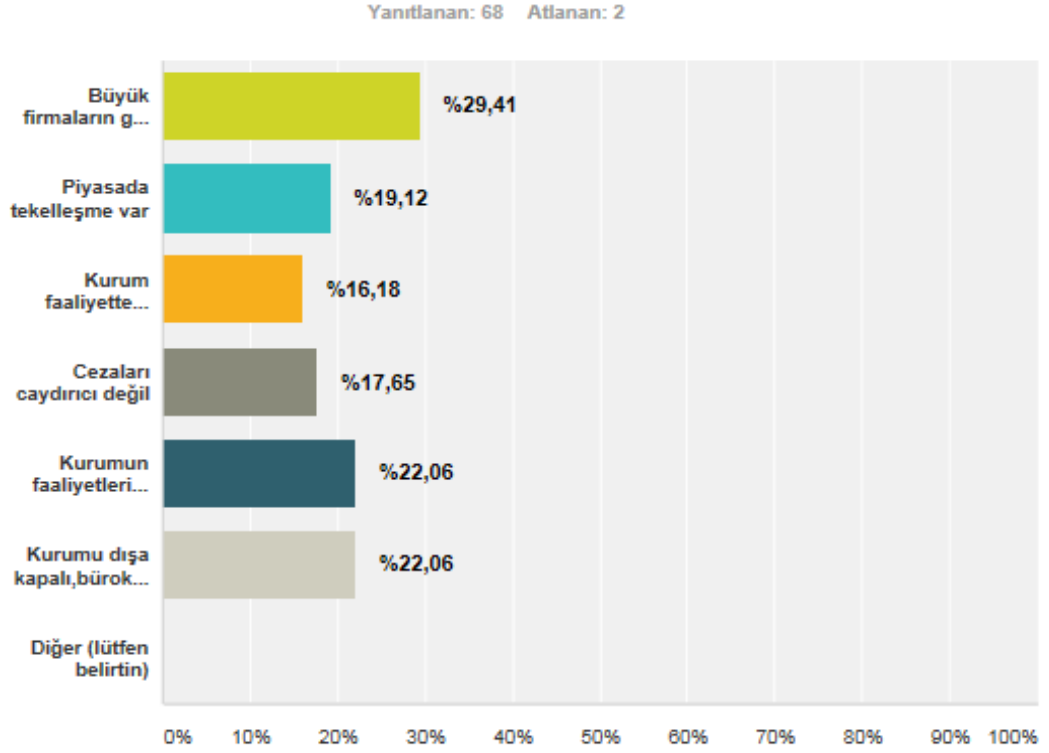
Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar
▼ Bir veya birkaç büyük şirketin kontrolünde fakat sektörde çok sayıda küçük işletme de yer alıyor.	%55,07 38
▼ Bir veya birkaç şirketin kontrolünde, küçük işletme sayısı çok az	%26,09 18
▼ Fikrim yok	%10,14 7
▼ Tekelci Piyasa	%8,70 6
▼ Diğer (lütfen belirtin)	Yanıtlar %0,00 0
Toplam	69

9. Rekabet Kanunu ve Kurumu hakkındaki bilgileri en çok hangi kaynaktan öğreniyorsunuz?



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar	
Televizyon	%8,82	6
Radyo	%1,47	1
Gazete ve Dergiler	%26,47	18
İnternet / Sosyal Medya	%32,35	22
Yerel İdareler	%13,24	9
Rekabet Kurumu'nun internet sitesi	%39,71	27
Avukatlık ve Danışmanlık Büroları	%27,94	19
Rekabet Kurumu'nun eğitim,seminer ve yayınları	%33,82	23
Bağlı bulunduğum meslek örgütü,sanayi ve ticaret odaları	%39,71	27
Diğer (lutfen belirtin)	%0,00	0
Toplam Yanıtlayan: 68		

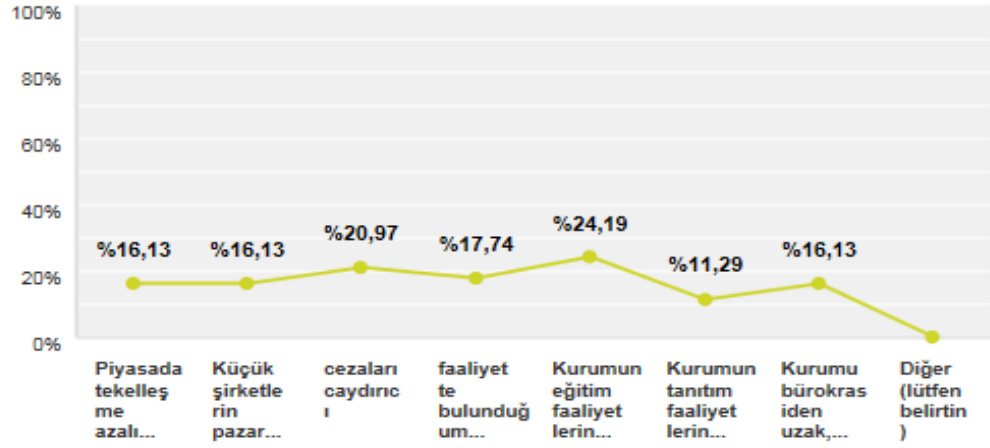
10. Rekabet Kurumu'nun faaliyetlerini etkisiz buluyorsanız nedenlerini lütfen belirtiniz?



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar	
▼ Büyük firmaların gücü artıyor	%29,41	20
▼ Piyasada tekelleşme var	%19,12	13
▼ Kurum faaliyette bulunduğum sektöre gereksiz müdahale ediyor	%16,18	11
▼ Cezaları caydırıcı değil	%17,65	12
▼ Kurumun faaliyetleri hakkındayeterli tanıtım yapılmıyor	%22,06	15
▼ Kurumu dışı kapalı,bürokratik bir kurum olarak görüyorum.	%22,06	15
▼ Diğer (lütfen belirtin)	Yanıtlar %0,00	0
Toplam Yanıtlayan: 68		

11. Rekabet Kurumu’nun faaliyetlerini etkili buluyorsanız lütfen sebeplerini belirtiniz?

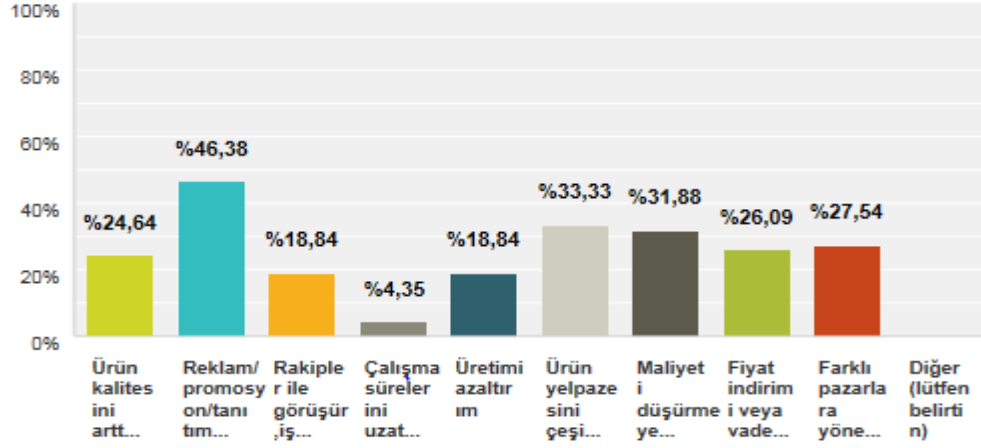
Yanıtlayan: 62 Atlanan: 8



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar	
▼ Piyasada tekelleşme azalıyor	%16,13	10
▼ Küçük şirketlerin pazara girişini kolaylaştırıyor	%16,13	10
▼ cezaları caydırıcı	%20,97	13
▼ faaliyette bulunduğum sektörde Kurum’un yaptığı incelemeler etkili oluyor	%17,74	11
▼ Kurumun eğitim faaliyetlerini yararlı buluyorum	%24,19	15
▼ Kurumun tanıtım faaliyetlerini yararlı buluyorum	%11,29	7
▼ Kurumu bürokrasiden uzak, dışa açık buluyorum	%16,13	10
▼ Diğer (lutfen belirtin)	Yanıtlar	%0,00 0
Toplam Yanıtlayan: 62		

12. Faaliyet gösterdiğiniz pazarda rekabetin artması halinde ne yaparsınız?

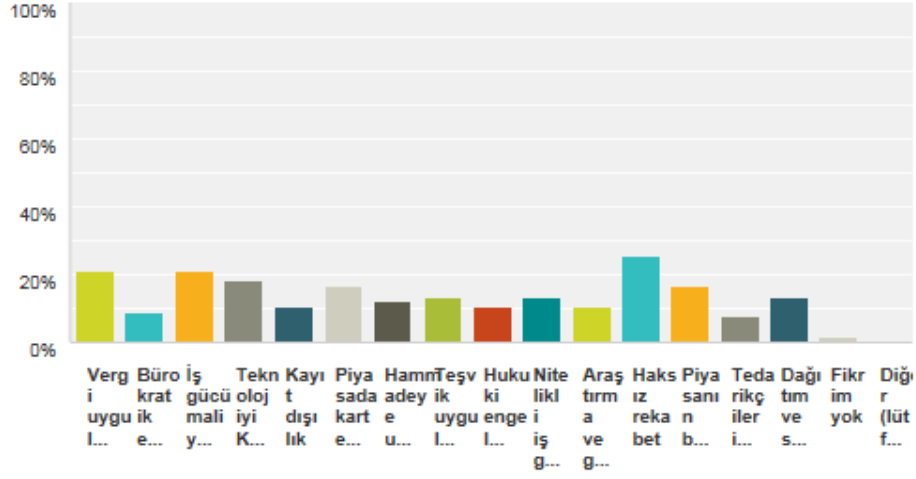
Yanıtlayan: 69 Atlanan: 1



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar	
Ürün kalitesini arttırmaya çalışırım	%24,64	17
Reklam/promosyon/tanıtım çabalarını arttırırım	%46,38	32
Rakipler ile görüşür, iş birliği yaparım	%18,84	13
Çalışma sürelerini uzatırım	%4,35	3
Üretimi azaltırım	%18,84	13
Ürün yelpazesini çeşitlendirmeye çalışırım	%33,33	23
Maliyeti düşürmeye çalışırım	%31,88	22
Fiyat indirimini veya vadeli satış yaparım	%26,09	18
Farklı pazarlara yönelmeye çalışırım	%27,54	19
Diğer (lutfen belirtin)	%0,00	0
Toplam Yanıtlayan: 69		

13. Firmanızın rekabet gücünü sizce en fazla etkileyen unsurlar nelerdir?

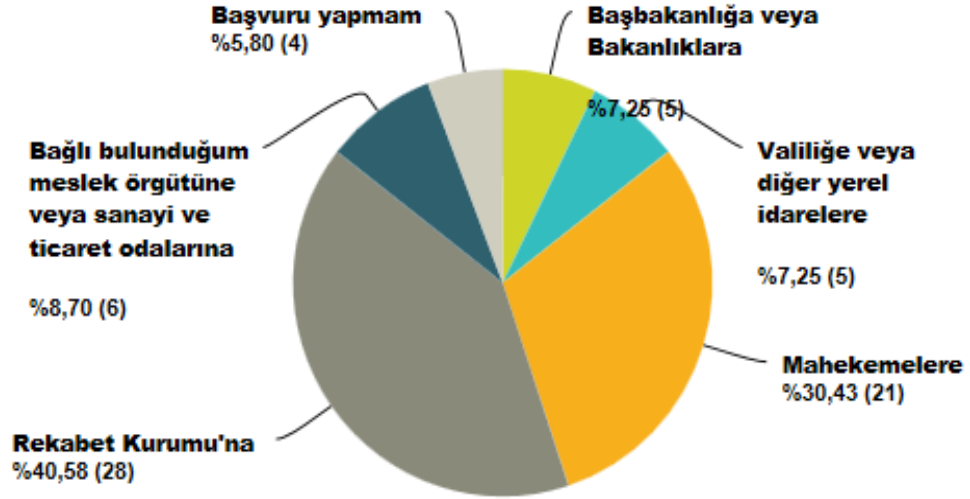
Yanıtlanan: 67 Atlanan: 3



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar
Vergi uygulamaları	%20,90 14
Bürokratik engeller	%8,96 6
İş gücü maliyetleri	%20,90 14
Teknolojiyi Kullanma	%17,91 12
Kayıt dışılık	%10,45 7
Piyasada kartel ve tekellerin varlığı	%16,42 11
Hammedeye ulaşma maliyetleri	%11,94 8
Teşvik uygulamaları	%13,43 9
Hukuki engeller	%10,45 7
Nitelikli iş gücüne ulaşma	%13,43 9
Araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin zorluğu	%10,45 7
Haksız rekabet	%25,37 17
Piyananın büyük şirketlerinininde toplanması	%16,42 11
Tedarikçilerin tekelleşmesi	%7,46 5
Dağıtım ve satış kanallarında tekelleşme	%13,43 9
Fikrim yok	%1,49 1
Diğer (lütfen belirtin)	%0,00 0
Toplam Yanıtlayan: 67	

14. Bir rekabet ihlaline maruz kalırsanız nereye başvurursunuz?

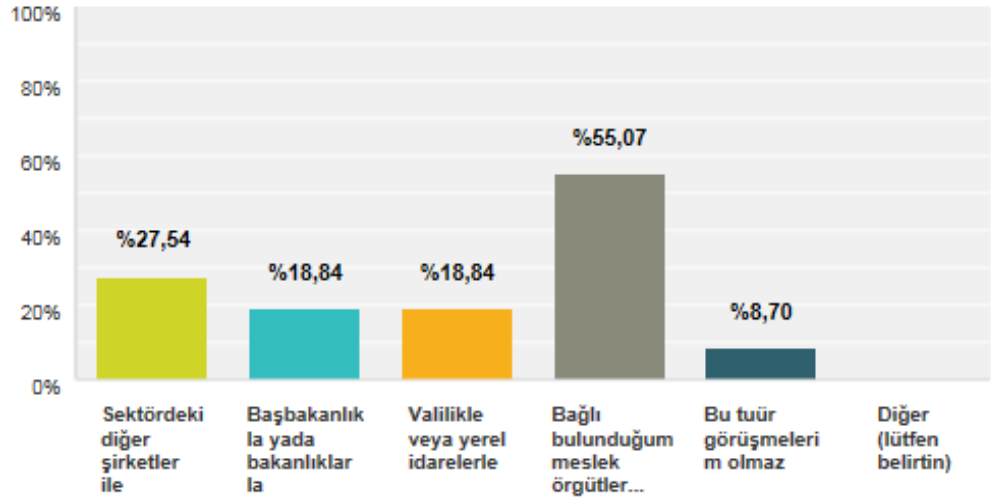
Yanıtlanan: 69 Atlanan: 1



Yanıt Seçenekleri	Yanıt	
Başbakanlığa veya Bakanlıklara	%7,25	5
Valiliğe veya diğer yerel idarelere	%7,25	5
Mahekemelere	%30,43	21
Rekabet Kurumu'na	%40,58	28
Bağlı bulunduğum meslek örgütüne veya sanayi ve ticaret odalarına	%8,70	6
Başvuru yapmam	%5,80	4
Diğer (lütfe belirtin)	%0,00	0
Toplam		69

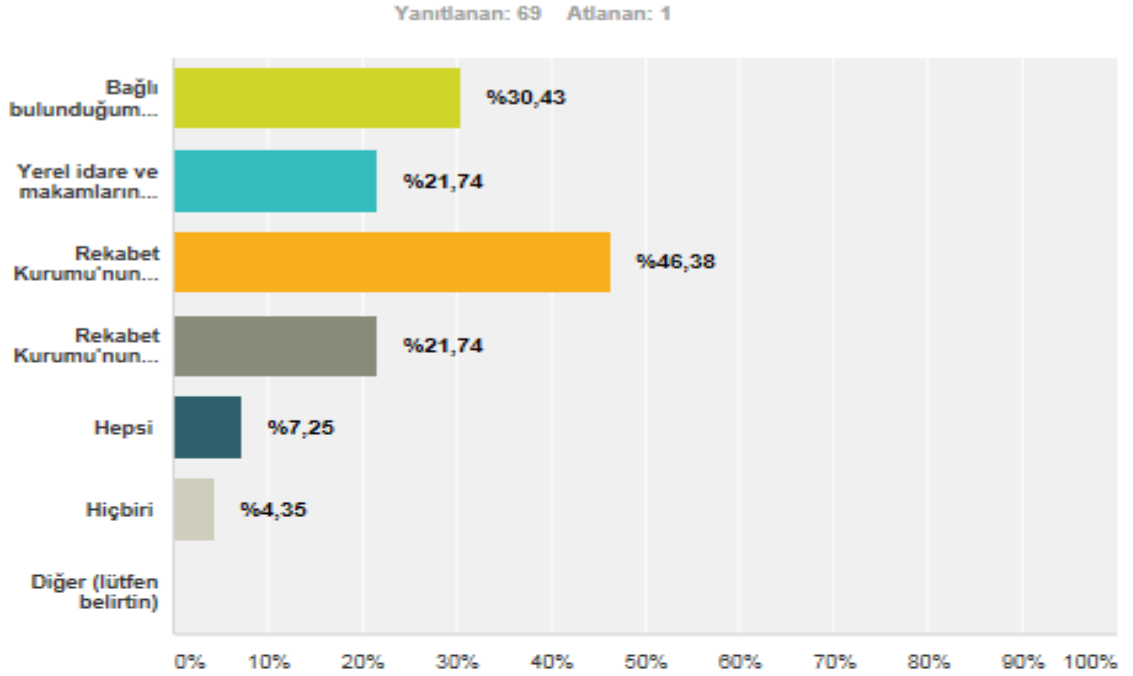
15. Sektör sorunlarının çözümü için hangi kurumlar ile görüşüyorsunuz?

Yanıtlayan: 69 Atlanan: 1



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar	
▼ Sektördeki diğer şirketler ile	%27,54	19
▼ Başbakanlıkla yada bakanlıklarla	%18,84	13
▼ Valilikle veya yerel idarelerle	%18,84	13
▼ Bağlı bulunduğum meslek örgütleri ile	%55,07	38
▼ Bu tür görüşmelerim olmaz	%8,70	6
▼ Diğer (lütfen belirtin)	%0,00	0
Toplam Yanıtlayan: 69		

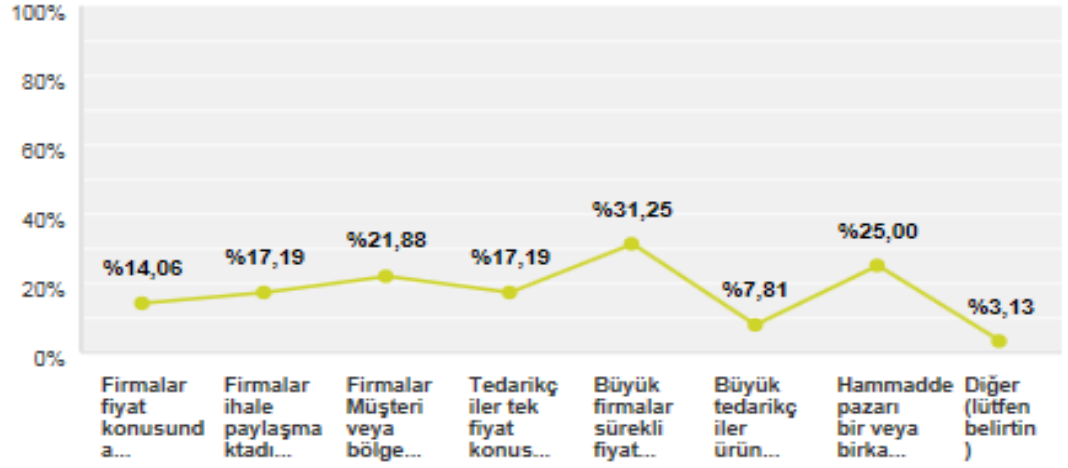
16. Firmaların rekabet mevzuatını ihlal etmelerini engellemek adına en etkili gördüğünüz yol hangisidir?



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar
Bağlı bulunduğum meslek örgütlerinin veya sanayi ticaret odalarının bilgilendirme yapması	%30,43 21
Yerel idare ve makamların uyarı ve tasviyeleri	%21,74 15
Rekabet Kurumu'nun inceleme ve denetimlerini arttırması	%46,38 32
Rekabet Kurumu'nun eğitim, tanıtım ve yayınlarını arttırması	%21,74 15
Hepsi	%7,25 5
Hiçbiri	%4,35 3
Diğer (lutfen belirtin)	%0,00 0
Toplam Yanıtlayan: 69	

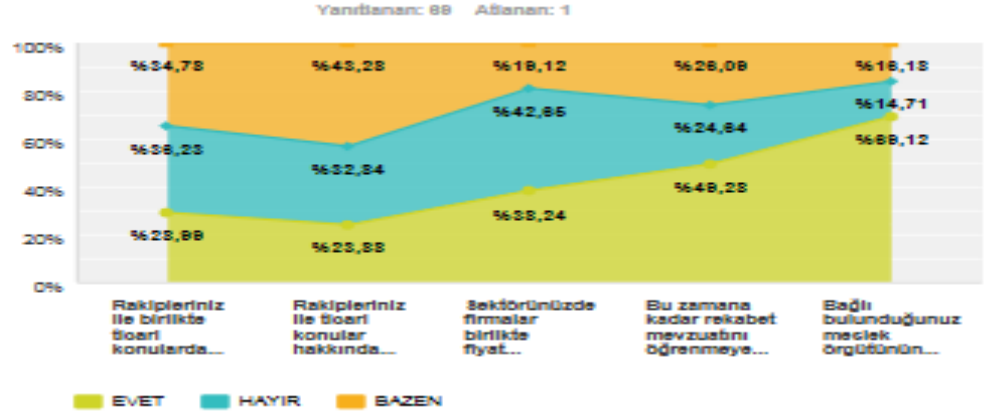
17. Pazarda karşılaştığınız veya maruz kaldığınız rekabet sorunları nelerdir?

Yanıtlayan: 64 Atlanan: 6



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar
Firmalar fiyat konusunda anlaşma sağlıyor, bu sebeple yalnız başına fiyat belirlemek zor	%14,06 9
Firmalar ihale paylaşmaktadır, dışarıdan iş almak mümkün değil	%17,19 11
Firmalar Müşteri veya bölge paylaşmaktadır	%21,88 14
Tedarikçiler tek fiyat konusunda baskı yapıyor, bayi istediği fiyattan satma imkanı yoktur	%17,19 11
Büyük firmalar sürekli fiyat indirimleri gerçekleştiriyor	%31,25 20
Büyük tedarikçiler ürün vermiyor	%7,81 5
Hammadde pazarı bir veya birkaç büyük şirketin kontrolünde, istedikleri ücret ve koşulları zorluyorlar	%25,00 16
Diğer (lutfen belirtin) Yanıtlar	%3,13 2
Toplam Yanıtlayan: 64	

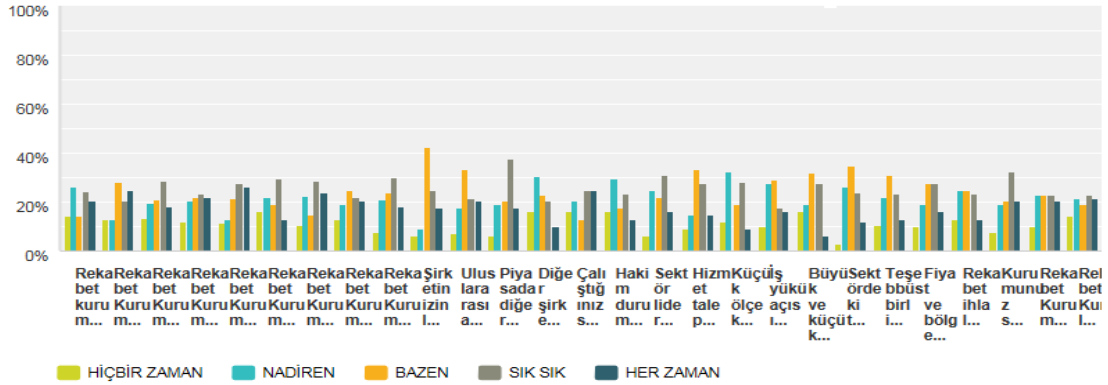
18. Lütfen aşağıdaki sorunlarından evet/hayır veya bazen şıklarından bir tanesini işaretleyiniz?



	EVET	HAYIR	BAZEN	Toplam	Ağırlıklı Ortalama
Rakipleriniz ile birlikte ticari konularda ortaklaşa geliştirebilir misiniz ?	%20,88 20	%38,23 25	%34,78 24	68	1,00
Rakipleriniz ile ticari konular hakkında görüşüyor musunuz ?	%23,88 16	%32,84 22	%43,28 29	67	1,00
Sektörünüzde firmalar birlikte fiyat belirlemeye çalışıyor mu ?	%33,24 26	%42,86 29	%18,12 13	68	1,00
Bu zamana kadar rekabet mevzuatını öğrenmeye ihtiyaç duyduğunuz mu ?	%48,28 34	%24,84 17	%26,08 18	69	1,00
Bağlı bulunduğunuz meslek örgütünün rekabet hukuku hakkında size danışmanlık hizmeti vermesini arzu eder misiniz ?	%68,12 47	%14,71 10	%16,18 11	68	1,00

19. Uygun seçenekleri lütfen işaretleyiniz.

Yanıtlanan: 69 Atlanan: 1



	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sık Sık	Her Zaman	Toplam
Rekabet kurumu'nun kararlarını ne sıklıkla takip ediyorsunuz ?	%14,49 10	%26,09 18	%14,49 10	%24,64 17	%20,29 14	69
Rekabet Kurumu'nun faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz ?	%13,24 9	%13,24 9	%27,94 19	%20,59 14	%25,00 17	68
Rekabet Kurumu'nun kararlarına güveniyor musunuz ?	%13,43 9	%19,40 13	%20,90 14	%28,36 19	%17,91 12	67
Rekabet Kurumunun sektöre hangi sıklıkla faydası oluyor ?	%11,76 8	%20,59 14	%22,06 15	%23,53 16	%22,06 15	68
Rekabet Kurumu'nun size ne sıklıkla faydası oluyor ?	%11,59 8	%13,04 9	%21,74 15	%27,54 19	%26,09 18	69
Rekabet Kurumu fiyat dengesini sağlayabiliyor mu ?	%16,18 11	%22,06 15	%19,12 13	%29,41 20	%13,24 9	68
Rekabet Kurumu hangi sıklıkla adaleti sağlayabiliyor ?	%10,45 7	%22,39 15	%14,93 10	%28,36 19	%23,88 16	67
Rekabet Kurumu'nun gerekli durumlarda cezai yaptırımları tatmin edici mi ?	%13,24 9	%19,12 13	%25,00 17	%22,06 15	%20,59 14	68

Rekabet Kurumu piyasa rekabetini koruyabiliyor mu ?	%7,46 5	%20,90 14	%23,88 16	% 29,85 20	%17,91 12	67
Şirketinizin lojistik departmanlığında rekabet konusunda diğer firmalar ile sorun yaşıyor mu?	%5,88 4	%8,82 6	%42,65 29	% 25,00 17	%17,65 12	68
Uluslararası alanda rekabet kanunları'nın yeterli olduğunu düşünüyor musunuz ?	%7,25 5	%17,39 12	%33,33 23	% 21,74 15	%20,29 14	69
Piyasada diğer şirketlerin faaliyetlerini ne sıklıkla gözetlersiniz ?	%5,80 4	%18,84 13	%20,29 14	% 37,68 26	%17,39 12	69
Diğer şirketlere hangi aralıklarla bilgi paylaşımın da bulunursunuz ?	%15,94 11	%30,43 21	%23,19 16	% 20,29 14	%10,14 7	69
Çalıştığınız sektörün şeffaf olduğuna inanıyor musunuz ?	%16,18 11	%20,59 14	%13,24 9	% 25,00 17	%25,00 17	68
Hakim durumdaki teşebbüsler piyasayı ne sıklıkla etkiliyor ?	%16,18 11	%29,41 20	%17,65 12	% 23,53 16	%13,24 9	68
Sektör liderliği ve onu takip söz konusu hangi sıklıkla oluyor ?	%5,88 4	%25,00 17	%22,06 15	% 30,88 21	%16,18 11	68
Hizmet talep eden teşebbüsler hangi aralıklarla büyük firmalar ile çalışmak istiyor ?	%9,09 6	%15,15 10	%33,33 22	% 27,27 18	%15,15 10	66
Küçük ölçekli firmalar ne sıklıkla küçük lojistik firmaları ile çalışmaktadırlar ?	%11,76 8	%32,35 22	%19,12 13	% 27,94 19	%8,82 6	68
İş yükü açısından küçük veya orta büyüklükteki lojistik firmaları arasında ne kadar sıklıkla ortak çalışma yapıyor ?	%10,14 7	%27,54 19	%28,99 20	% 17,39 12	%15,94 11	69
Büyük ve küçük ölçekli lojistik firmaları arasında hangi aralıkla hareket edebiliyor ?	%15,94 11	%18,84 13	%31,88 22	% 27,54 19	%5,80 4	69
Sektördeki teşebbüs birlikleri ne sıklıkla sektör sorunlarına çözüm getirebiliyor ?	%3,03 2	%25,76 17	%34,85 23	% 24,24 16	%12,12 8	66
Teşebbüs birliklerinde, bölge veya fiyat konusunda ne sıklıkla kararlar alınabiliyor ?	%10,29 7	%22,06 15	%30,88 21	% 23,53 16	%13,24 9	68
Fiyat ve bölge konuları hakkında bilgi paylaşımını hangi aralıklarla görüyorsunuz ?	%10,14 7	%18,84 13	%27,54 19	% 27,54 19	%15,94 11	69
Rekabet ihlali dolayısı ile zarara uğruyor iseniz hangi sıklıkla uğruyorsunuz ?	%13,24 9	%25,00 17	%25,00 17	% 23,53 16	%13,24 9	68
Kurumunuz sektöre ilişkin verilen kurul kararlarını ne sıklıkla takip ediyorsunuz ?	%7,35 5	%19,12 13	%20,59 14	% 32,35 22	%20,59 14	68
Rekabet Kurumu görevini yeterli düzeyde yerine getiriyor mu?	%10,14 7	%23,19 16	%23,19 16	% 23,19 16	%20,29 14	69
Rekabet Kurulu resmi internet sitesini hangi sıklıkla inceliyorsunuz ?	%14,49 10	%21,74 15	%18,84 13	% 23,19 16	%21,74 15	69

20. Sektör de karşılaştığınız veya maruz kaldığınız rekabet sorunları hakkında bilgi verir misiniz?(minimum iki cümle ile açıklayınız)

İşletmelerin maruz kaldıkları belli başlı rekabet sorunlarının en başında, başka firmalar tarafından fiyat kırılması yapılarak uygun fiyat verilmesi, kayıt dışılık ve yanlış reklam, maddi sıkıntılar, pazardaki firma artış sayısı, piyasa firma sayısının belli bir seviyede tutulma düşüncesi çünkü tutulmadığı takdirde şirketlerin çoğaldığı, sağlık alanında ise, küçük polikliniklerin haksız rekabeti, kamu idarelerinin adrese teslim politikası uygulaması sayılmıştır.

21. Rakipleriniz ile rekabet ile ilgili hangi konular hakkında görüşüyorsunuz? (minimum iki cümle ile açıklayınız)

Şirketler rakipleri ile fiyat, kalite, hayır, pazar rekabeti, ürün çeşitliliği, başka firmaların yapmış oldukları haksız rekabeti hakkında görüşmektedir.

22. Sizce Rekabet Kurumu ülkemizde lojistik sektöründe ne gibi önlemler almalı? (minimum iki cümle ile açıklayınız)

Firmalar en başta haksız rekabeti nasıl ortadan kaldırılacağı hakkında önlemlerin alınmasını talep etmektedir. Ayrıca rekabet kurumunun, maliyet, küçük firmaların korunması, Şeffaflık ve denetim konusunda lojistik sektöründe önlemler almasını istemektedir.

23. Sizce uluslararası alanda lojistik sektöründe rekabet konusunda neler geliştirilmelidir? (minimum iki cümle ile açıklayınız)

İşletmeler herşeyin geliştirilmesi hakkında talep de bulunmaktadırlar. Bunun alt başlığında ise, sektörün geliştirilmesi, eğitim, teknoloji, bakanlığın birliği sağlayıcı çalışmalar yapmasını, yeşil lojistik ve tersine lojistiğin arttırılması gerekliliği, ucuz navlun imkanı sağlanması gerektiğini düşünmektedir.

24. Sizce teşebbüsler arası piyasaya ilişkin anlaşma nedir? Bulunduğunuz kurumda bu anlaşmalar oluyor mu? (minimum iki cümle ile açıklayınız)

Bu soruda birçok firma, fikirlerinin olmadığını ifade etmektedir. Diğer firmalar ise evet ve hayır olarak görüşlerini beyan etmiştir.

25. Hakim durumdaki teşebbüs nedir? (minimum iki cümle ile açıklayınız)

İşletmelerin genel düşüncesi aynı olup farklı tarz da düşüncelerini ifade etmişlerdir. Alınan cevaplar “tek bir firmanın piyasaya hakim olması, tek bir elden fiyatların belirlenmesi, piyasanın tek elde olması, piyasadaki en güçlü teşebbüstür.” şeklindedir.

26. Şirketlerin rekabet mevzuatını ihlal etmelerini önlemek için sizce nasıl bir önlem alınmalıdır? (minimum iki cümle ile açıklayınız)

Firmalar, cezalar, denetim, zararsız rekabet düşüncesinin yayılması önerilerini ifade etmektedir.

27. Lojistik sektöründe hakim durumdaki teşebbüsler var mı? var ise bağlı bulunduğunuz kurumu baz alarak genel örnekler ile açıklayabilir misiniz? (minimum iki cümle ile açıklayınız)

Bu soru da işletmelerin cevapları ikiye ayrılmakta olup, evet ve hayır'dır.

28.”Rekabet” sözcüğü sizde nasıl bir düşünce yaratıyor?

Yanıtlanan: 59 Atlanan: 11



Yanıt Seçenekleri	Yanıtlar
Olumlu	%50,85 30
Olumsuz	%25,42 15
Fikrim yok	%23,73 14
Toplam	59

29. “Rekabet” sözcüğü size ne ifade ediyor?

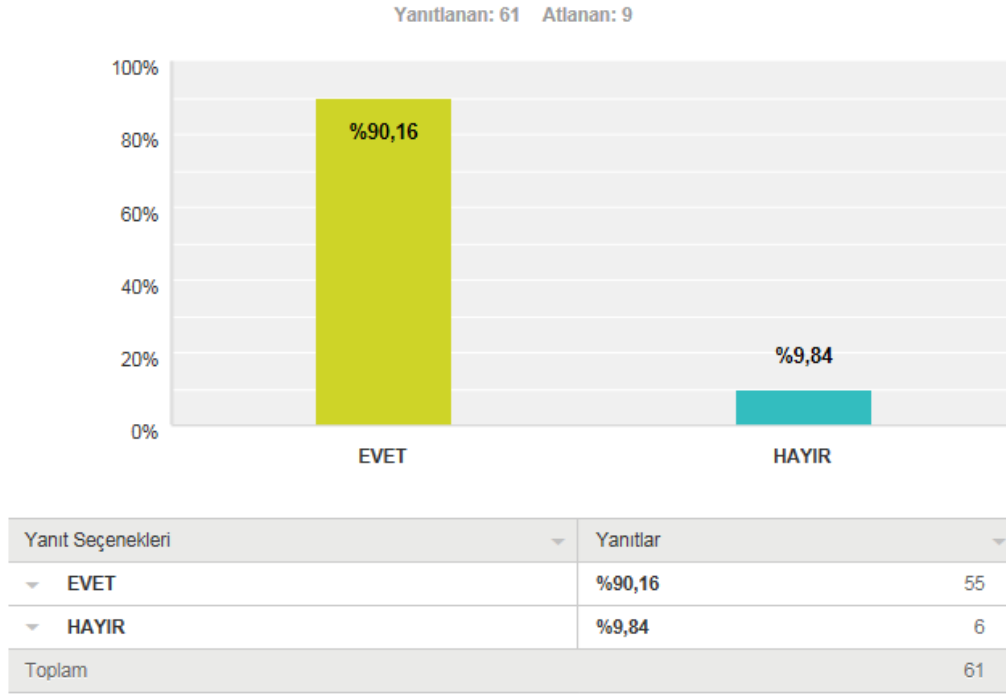
Şirketler için rekabet sözcüğü, olumsuzluk, hırsla mücadele, firmaların yarışı, azim ve başarı, haksız rekabet, yıpranmadan gelişim, üstünlük sağlama ve müşteri menfaati olarak ifade etmektedir.

30. Rekabet ve Rekabet Kurumu hakkındaki düşüncelerinizi paylaşır mısınız?

Firmaların bu konuda ki düşünceleri farklıdır. Görüşler şöyledir.” rekabet kurumunun daha çok kurumsallaştırılması gerekliliği, rekabet kurumunun faaliyetlerinin yetersiz olması, kurumun daha çok denetim yapması, kurumun varlığını ve ne işe

yaradığını bilmiyoruz” ifadesini beyan eden işletmeler söz konusu olup, bunun yanı sıra kurumu başarılı bulan, kurumun hiçbir zaman istikrarını bozmaması gerektiğine inan kuruluşlarda söz konusudur.

31. Rekabet Kurumu'nun faaliyetlerini takip etme veya rekabet mevzuatını öğrenme konusunda bu anket sizde bir ilgi oluşturdu mu?



ANKETİN YORUMLANMASI

Küçük çaplı teşebbüsler tarafından rekabetin korunması, söz konusu teşebbüslerin hem piyasaya girişlerini kolaylaştırması, hemde piyasada varlıklarını sürdürebilmeleri bakımından son derece önemlidir. Rekabet hukuku uygulamalarının da dikkat çektiği gibi, rekabet ihlalleri birçok olayda teşebbüsleri kötü yönde etkileyebilmektedir. Anket ‘de dikkat edildiği üzere, işletmeler fiyata ve pazar paylaşımına dair anlaşmaların mağduru konumundadırlar. Rekabet Kurulu kararlarına yansıyan ve firmaların maruz kaldıkları ihlalleri hakkındaki davranışları ile firmaların rekabet sorunlarına dair kendi değerlendirmelerini kapsayan anket verileri büyük oranda aynıdır. İşletmelerin en fazla karşılaştıkları sorunlar Hammadde pazarı bir veya birkaç büyük şirketin kontrolünde, istedikleri ücret ve koşulları zorladıkları, ikinci sırada ise firmaların müşteri ve bölge paylaştıkları anket katılımcıları tarafından gösterilmektedir. Ayrıca, dikkat edilmesi gerekmektedir ki, işletmelerin rekabet gücünü en fazla etkileyen unsurların başında,

haksız rekabet gelmekte bunu takiben ise, vergi uygulamaları ve iş gücü maliyetleri başı çekmektedir. Günümüzde teknoloji ve bazı durumların varlığı sebebi ile rekabet her geçen gün artmaktadır. Anket sonuçları göz önüne alındığında, rekabetin artması durumunda firmalar ilk durumda reklam/ promosyon ve tanıtım çabalarını arttıracaklarını izah etmişlerdir. Anket sonuçlarında işletmelerin belli bir bölümü rekabet kurumundan şikayetçi olsa da, ülkemizde rekabet ile ilgili bir durum söz konusu olduğu zaman rekabet ihlaline maruz kalındığında, başka işletmelerin rekabet mevzuatını ihlal etmelerini engellemek adına en etkili gördükleri yollar daima rekabet kurumuna çıkmakta ve firmalar rekabet kurumunun varlığını bilerek piyasa da kendilerini daha güvende hissetmektedirler.



BÖLÜM 4. SONUÇ

Dünyamızda yoğunlaşan rekabet koşullarında teknolojik gelişmeler ve diğer uygulamalar çok kısa zaman diliminde gelişmekte olup, diğer teşebbüsler tarafından taklit edilebilmektedir. Bunun sonucunda teşebbüsler piyasadaki rekabet üstünlüğünü uzun süre ellerinde bulunduramayarak hakimiyetlerini kaybetmektedirler. Buna rağmen rekabet avantajı olan tek sektör lojistikdir.

Kaleme alınan bu akademik çalışmada müşteriye hizmet ve rekabet açısından güçlü bir sermaye ile gerekli yatırım yapılarak altyapının zenginleştirilmesi lojistik firmaları tarafından en iyi hizmet için hedef olduğu anlaşılmıştır. Bilhassa yaşadığımız koşullarda lojistik sektöründe yaşanan değişimler ile fiziksel olarak ürünlerin bir yerden başka bir yere taşınması işlemi yerini yeni ürünlerin, depolarda yerleştirilmesi ve tedarik zinciri yönetimi süreçlerine dönüştürülmüştür. Ulusal ve Uluslararası Küçük pazarda, her geçen gün yeni firmaların artması ve yine ulusal ve uluslararası büyük pazarda ise lojistik firmaları ile iş yapan teşebbüslerin uygun fiyat talepte bulunması lojistik işletmelerinin birbirleriyle olan rekabetini (teknolojik ve maddiyat) arttırmaktadır. Bu tüketicilere olumlu etkiler iken, lojistik işletmelerini zaman zaman olumsuz etkilemektedir. Geçmiş yıllarda bunun bir cezai yaptırımını yüksek değilken, günümüzde ulusal ve uluslararası boyutta rekabet açısından birçok hukuki yönden önlemi vardır. Teşebbüslerin birbirleri olan rekabet durumlarında kanunumuz çok büyük cezalara ve yaptırımlara teşebbüşleri zorunlu bırakmıştır.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında kanun'nun 57 ve 58.maddesince bir tazminat sorumluluğundan söz edilebilmesi için, rekabet ihlalini oluşturan fiillerin alakalı pazarda olumsuz durumlarının gözle görülmesi gerekmektedir. Bu sebeple, mutlak amacı bakımından rekabeti kısıtlayıcı olan danışıklı ilişkilere dayandırılarak kişilerin tazminat talepte bulunmaları zor bir olasılıktır. Ayrıca söz edilen durum, potansiyel rekabet bakımından gündeme gelebilir.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında kanun'nun 4. ve 6.maddeye aykırılıkların ortaya çıkmasından dolayı işletmelerin yaptıkları yanlışlıkların önemi

yoktur. İşletmeler bir bakıma kusursuz olarak bunların sonuçlarından sorumlu olmaktadır. Ayrıca, tazminat davalarında, davalıların yaptıkları yanlışlıklar her zaman aranacaktır. Bu sebeple tazminat davaları bakımından kusur sorumluluğu geçerli olmaktadır.

Rekabet ihlallerinden dolayı zarara uğrayan teşebbüsler her türlü zararını davalılardan talep edebilirler. Her türlü zarar kapsamına fiili zararlar yoksun kalınan kar da girmektedir.

Ayrıca, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında kanun'un 58.maddesi gereğince rakip teşebbüslerin ve müşterilerin dava açma hakları vardır.

Lojistik sektörü faaliyetlerinde rekabet edilebilmesi için, temel verimlilik anlayışı yerine ek verimlilikler sağlayarak karlılığı yükseltecek işler yapılmalı gerekmektedir. Çünkü karlılık yükseldiği takdirde teşebbüslerin maddi olanakları fazlalaşır böylece daha çok imkan olarak diğer teşebbüsler ile rekabet arası açılacaktır.

Global rekabetin fazlasıyla yaşanmakta olduğu iş dünyasında bir ürünü satın alırken kazanmanın yolları araştırılması gerekmektedir. Bu husus da başarılı bir lojistik yönetiminden geçmektedir. Bunun yanı sıra üretilen madde yahut hizmetin kalitesini doğrudan etkileyen malzemenin kalitesi ile ilgili olarak seçilecek tedarikçi şirketin önemi vurgulanmaktadır. Tedarikçi işletme seçimine gereken ehemmiyet verilmesi gerekmektedir. Az sayıda tedarikçi teşebbüs seçilerek onlarla yakın işbirliği ve güven içinde olunması önemlidir.

Pazara girişi kısıtlanan bir işletme, batık maliyet oluşturan yatırım harcamalarını zarar olarak talep etme hakkına sahiptir.

Meydana gelmiş olan zararın hesaplanmasında dikkat edilecek diğer bir husus da pazar payı yöntemidir. Bu kıstas, rekabet ihlalinin mevcut pazar içerisinde meydana geldiği, fakat konu pazarın bütününün de pazar dışındaki herhangi bir olay sebebiyle bir bütün olarak etkisi altında kaldığı zamanlarda uygulanabilmektedir. Rekabet ihlalinin önce piyasa payı ile birlikte ihlalin meydana geldiği süre arasındaki piyasa payı rasında farkı kanıtlayarak, zararını hesaplama yönetimine davacı başvurabilecektir.

Okumuş olduğunuz bu akademik çalışmada yüz yüze görüşmeler, raporlar ve içerik analizlerinden yararlanılmıştır. Bunun yanı sıra, çalışmada lojistik, rekabet ve hukuk konusunda bilgi verilmesi de amaçlandığı için öncelikle bu konularda geniş bir içerik analizi ve yapılmıştır. Lojistik, rekabet ve hukuk ile alakalı yayınlanmış kitap, makale ve bazı araştırma sonuçları ile istatistiksel bilgilere erişilmiştir. Kaynakçada detaylı

tanıtımları kitap, makale ve araştırmaların konumuzla ilgili kısımları okunmuş, incelenmiş ve çalışmada değerlendirilmiştir.

Bilhassa Ülkemiz’de önde gelen lojistik üslerinden bir tanesi olan Gaziantep sanayi odası üyeleri ile ve yöneticileriyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Yine konuyla doğrudan veya dolaylı muhatap olmak durumunda olan resmi makamlar ile görüşmeler yapılmış, bu kurum ve kuruluşların görüş ve önerileri alınmıştır. Çalışmada lojistik hizmet veren ve üretenler ile lojistik hizmet alacak sanayici ve üreticilerin de görüş ve önerilerinin neler olduğu öğrenilmiştir.

Anket sonuçları dikkate alınarak Rekabet Kurumunun yapmış olduğu denetlemeler doğrultusunda teşebbüslerin aralarında yaptıkları rekabet, hukuka uygun olarak yapılmaktadır. Çünkü rekabet kurumunun aksi bir durum karşısında vereceği cezalar ağır olacaktır bu durumda pazarda yer alan firmalar farkındadır.

Rekabeti, piyasanın üretim, ticaret, tüketim ve dış ticaret yapısı, demografik özellikleri, ulaştırma alt yapısı, depolama, yük ayrıştırma, birleştirme ve aktarma merkezleri, taşımacılıkta kullanılan araç envanteri, lojistik ve taşımacılık teşebbüslerinin kapasiteleri belirlenmelidir.

KAYNAKÇA

- Acuner, T.: (1998), *TKY İnsan Faktörü ve Bir Model Önerisi*, Doktora Tezi, K.T.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü: Trabzon, S.10.
- Akyıldız, M., Tuna O.: (2007), Lojistik Değer ve Ek Değer: Bir Odak Grup Çalışması, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 649.
- Arslan, M.: (2014), *Müşteri İlişkileri Yönetimi Ders Notları*, Harran Üniv., Birecik Meslek Yüksek Okulu.
- Atakan, T.: (2006), Trakya Bölgesinde Tekstil İşletmelerinde Kalite Yaklaşımı ve Müşteri memnuniyeti Analizi, Doktora Tezi, Trakya Üniv., Fen Bilimleri Enstitüsü, 61.
- Ateş, M.: *AB'ye Uyum Bağlamında Türk Rekabet Hukuku ve Politikasına Genel Bir Bakış*, Barosu
- Aydoğan, F.: (2005), Ticaret Ortaklıklarında Rekabet Yasağı, *Rekabet Dergisi*, 81.
- Badur, E.: (2001), *Türk Rekabet Hukukunda Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar (Uyumlu Eylem ve Kararlar)* Lisans Üstü Tez Seri no 6, Rekabet Kurumu.
- Bakan, İ., Kelleroğlu H.: (2003), *Performans Değerlendirme: Çalışanların Performans Değerlendirme Uygulamalarından Beklentileri Konusunda Bir Alan Çalışması*, Süleyman Demirel Üniv., İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, 112.
- Birdoğan, B.: (2004), *Lojistik Yönetimi ve Lojistik Sektör Analizi*. Volkan Matbaacılık, I. Baskı Trabzon.
- Baş, A.: (2012), *Rekabet Analizi ve Strateji Belirleme Süreci*, Stratejik Yönetim Ders Notu, 27.
- Bayuk, N., Küçük F.: (2007), Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati İlişkisi, *Marmara Üniv., İ.İ.B.F Dergisi*, İstanbul, 286.
- Boru Hatları ile Petrol Taşıma A.Ş. Genel Müdürlüğü (BOTAŞ) *Ham Petrol ve Doğal Gaz Boru Hattı Tesislerinin Yapımı ve İşletilmesine Dair Teknik Emniyet ve Çevre Yönetmeliği*, Resmi Gazete 4 Temmuz 2014, Sayı: 29050 Madde 1-2.
- Bulgan, G., Soybalı H.: (2011), *Antalya Belek Bölgesindeki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Düşük Sezonda Konaklayan Alman Müşterilerin Hizmet Beklentilerinin ve Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi*, Yaşar Üniv., 3582.

- Bulut, Z.: (2004), İşletmeler Açısından Kapasite Planlaması ve Kapasite Planlamasına Etki Eden Faktörler, *Mevzuat Dergisi*, Sayı 80, Yıl 7.
- Burucuoğlu, M.: (2011), *Müşteri Memnuniyeti ve Sadakatini Arttırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi*, Karamanoğlu Mehmetbey Univ., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 86.
- Can, O.: (2007), Rekabet Yasağı ve Rekabet Sınırlandırmaları Hukuku İlişkisi, *Rekabet Kurumu Dergisi*, 11.
- Ciravoğlu, G.: (2006), *Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamaları ve Performans Üzerine Etkilerinin Analizi*, Trakya Üniv, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye, 40.
- Coyle, J.J., Bardı, E.J., Langley, J.C.: (2003), *The Management of Business Logistics*, West Publishing Company, USA.
- Çeker, M.: *Türk Hukukunda Rekabetin Korunması ve Yeni Rekabet Düzeni*, Ders notu.
- Daşkan, E.: (2016), *Türkiye’de Lojistik Sektörünün Gelişi ve Gelecek Öngörülleri*, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Tartışma Metinleri, 6.
- David, B., Fischer, S., Dornbusch, R.: (1994), *Economics*. 4th Edition, McGraw-Hill Book Company; Orhan, T., (1997), *Mikroiktisat Teorisine Giriş*, Mikroiktisat, 12.
- Devlet Desteklerinin İzlenmesi ve Denetlenmesi Hakkında Kanun*, Kanun No. 6015, Sayı: 27738, Resmi Gazete Tarihi 23 Ekim 2010.
- Devlet Planlama Teşkilatı*, Sekizinci 5. Yıllık Kalkınma Planı, 3.
- Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (2014), *Singapur Ülke Bülteni*, 9.
- Doğan, İ.: Mekânların Sokaklaştırılması ve Gençlik Kültürü: Temellendirilmiş Kuram Yaklaşımı, *Yurt ve Dünya Dergisi*.
- Dünya Gazetesi*, Eylül 2015
- Ege, Y.: (2002), *Rekabet Dergisi*, Kamu Teşebbüsleri, *Yasal Tekeller ve Rekabet Konulu Sempozyumda sunduğu Tebliği*, 60.
- Ege, Y.: (2002), *Rekabet Dergisi*, Kamu Teşebbüsleri, *Yasal Tekeller ve Rekabet Konulu Sempozyumda sunduğu Tebliği*, 58.
- Erkan, B.: (2014), ASSAM International Refereed Journal, *Logistics Sector and Competitivenessin Turkey*, issue 1, 54-55.
- Bocutoğlu, E., Berber, M., Çelik, K.: (2000), *İktisada Giriş*, Akademi Yayınevi, Trabzon
- Joe, S.: (1968), *Industrial Organization*, Second Edition, University of California, Berkeley, s.28’den aktaran Essen, 36.

- Eryürekli, P.: (2001), Birleşme ve Devralma Başvurularında En Sık Karşılaşılan Sorular, *Rekabet Bülteni*.
- Göze, S.: (2014), *Türkiye'de Lojistik Hizmetlerindeki Gelişimin Dış Ticaret Üzerine Etkileri*, Afyonkarahisar Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 113.
- Gulçubuk, A.: (2008), Müşteri Bağlılığı Yaratmada Fiyat Politikasının Önemi ve Uygulanan Fiyatlandırma Yöntemlerinin Değerlendirilmesi, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Celal Bayar Univ., İ.İ.B.Fakültesi, 16.
- Gülşen, G., Gemci, R., Kabasakal, M.: (2009), Markalar ve Markalaşma Şartları, *Uludağ Üniv., Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 106.
- Gürçay, C.: (2001), İşletmelerde Örgüt Kültürü Faktörlerinin Farklı Boyutlarda Oluşmasında Sektörel Farklılığın Etkisi: Hizmet ve Sanayi Sektörlerindeki Yöneticiler Üzerinde Yapılan Bir Araştırma Sonuçları, *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*.
- Güven, T., Çoban G., (2011), *Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Bir Firmada Fabrika İçi Lojistik Sürecinin İyileştirilmesi*, Dokuz Eylül Üniv., Endüstri Mühendisliği Bölümü.
- IMF, *World Economic Outlook Raporu*, 2014
- İmer, H.: (2006), *Avrupa Birliği ile Entegrasyon Sürecinde Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayisinin Rekabet Gücü ve Gelişme Olanakları*, Dokuz Eylül Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 14.
- Karacaoğlu, K.: (2006), *Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Endüstri Temelli ve Kaynak Temelli Bakış Açısı: Kayseri'de faaliyet gösteren imalat sanayi işletmeleri için bir model önerisi*, Doktora Tezi, Ankara Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 20.
- Karayolu Taşıma Kanunu, Kanun No.4925, Yayımlandığı Resmi Gazete: Tarih: 19/7/2003 Sayı: 25173
- Kaya, S., Çevik, S.: (2010), *Türkiye'nin Lojistik Potansiyeli ve İzmir'in Lojistik Faaliyetleri Açısından Durum (swot) Analizi*, İzmir Ticaret Odası, Ar-Ge Bülten, 27.
- Kayabaşı, A., Özdemir, A.: (2008), *Üretim İşletmelerinde Lojistik Yönetimi Faaliyetlerinde Performans Yönetimine Bakış: Beklenti-Fayda Farkı Analizi Uygulaması*, 196.
- Kayhan, Ş.: (2003), *Acentelik Sözleşmesi*, Ankara, 102.
- İmregün, O.: (2001), *Kara Ticareti Hukuku Dersleri*, İstanbul, 132.
- Melikşah Üniversitesi, *Tam Rekabet Piyasası Slayt*.

- Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü Mevzuat Bilgi Sistemi, Deniz Alacaklarına İlişkin Gemilerin Sigortalandırılması ve Denetlenmesi Hakkında Yönetmelik, Resmi Gazete Tarihi: 14.11.2010 Resmi Gazete Sayısı: 27759 Madde 1-2-3.
- Nomer, F.: (1999), *Anonim Ortaklıkta Pay Sahibinin Sadakat Yükümlülüğü*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 133.
- Ofluoğlu, G.: (2006), Küreselleşme Sürecinde İşletmelerde Dış Çevrenin Analizi, Zonguldak Karaelmas Univ., İ.İ.B.F. *İşletme Bölümü Dergisi*, 14.
- Orhan, O.: (2003), Dünyada ve Türkiye'de Lojistik Sektörünün Gelişimi, *İstanbul Ticaret Odası Dergisi*, 41.
- Özgül, H., Daubayeva, A., *Stratejik Bir Araç Olarak Ürün Tasarımı Çalışması*, Ankara Univ., Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özkan, F.: (2016), Türk Rekabet Hukuku Uygulamasında Rekabet Uyum Programları, *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. XX, Y, 375.
- Öztürk, Y., Ergün, E.: (2004), *Rekabet Hukuku'nun Önemi*, Çakmak Ortak Avukat Bürosu, 3.
- Posta Tüzüğü*, Yayımlandığı Resmi Gazetenin Tarihi 12/4/1973, No: 14505
- Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ*, Tebliğ No: 2010/4, Resmi Gazete Tarihi: 07.10.2010., Mad.2, 3, 8.
- Rekabet Kurumu*, Sözlük, S.51
- Rekabetin Korunması Hakkında Kanun*, Kanun Numarası: 4054, Yayımlandığı Resmi Gazete: 13/12/1994 Sayı: 22140, Madde 4, 6, 7.
- Richard Lipswy, O.P.steiner ve D.D Purvis (1989), *Economics*, 8.Baskı, New York, 246
- Ruşçuk, G.: (2002), ABD Rekabet Hukukunda Şirket Birleşmeleri ve Devralmalar, *Rekabet Bülteni*, Sayı 8.
- Saraçoğlu, B., Köse, N.: (2000), *Bazı Gıda Sanayilerinin Uluslararası Rekabet Gücü: Makarna, Bisküvive Un Sanayi*, Gazi Univ, Proje Raporu, 1.
- Sezer, Y.: (2013). *Vergi Günceli Dergisi*, *Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalara İlişkin Eşik Değerler Yeniden Belirlendi*.
- Shapiro, Roy D abd Heskett James L. (1985). *Logistic Strategy*, Minnesota; West Publishing Company, s.6.
- Sivri, Ş.: (2001). *Müşteri Memnuniyeti /Memnuniyetsizliği ve Buna Bağlı Müşteri Şikayet Davranışları Üzerine Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Univ., Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, İstanbul.26.

- Süklüm, N.: (2006), *Türkiye’de Hizmet Sektöründeki Turizm İşletmelerinde Uygulanan “Herşey Dahil” Sisteminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Ölçümlemesi ve Bir Alan Araştırması*, Adnan Menderes Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 27.
- Şen, İ.: (2014), *Lojistik Faaliyetlerin Yönetimi ve Maliyetleme Yaklaşımları*, Çankırı Karatekin Üniv., *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 84-86
- Şenel, Ş.: (2015), *Türkiye’deki Teknoloji Perakendecilerinin Rekabet Stratejileri Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi*, Bahçeşehir Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 10.
- Şişmanyazıcı, H.: (2015), *Kuru Dökme Yük Sektöründe Tam Rekabet Piyasasına Baş Kaldırış*, Kaptan Haber.
- Tanla, B., Tuna, O., Yener, A., Akpolat, A., Güngör, T., (2013), *Lojistik Sektöründe Eğilimler Araştırması*, Beykoz Meslek Yüksek Okulu Çalışma Projesi, 32-34.
- Tanyaş, M.: (2005), *Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi*, Ders Notu, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 4.
- Ticari Hava Taşıma İşletmeleri Yönetmeliği, *Resmi Gazete*, 16 Kasım 2013, Sayı: 28823, Madde 1-2-3.
- TOBB, *Türkiye Ulaştırma ve Lojistik Meclisi Sektör Raporu*, 2011
- Ateş, M.: (2013), *Rekabet Hukukuna Giriş*, 1.Bası, Adalet yayınevi, Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı*, Sekizinci 5.Yıllık Kalkınma Planı, S.2..
- Topçuoğlu, M.: (1999), *Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları*, Doktora Tezi, Marmara Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, 66.
- Trakya Kalkınma Ajansı* (2014), Eskişehir Lojistik Zirvesi.
- Turner, Areed A. (1981), *Antitrust Analysis*, Boston.
- Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (2007), *Türkiye’de Rekabetçilik ve Düzenleme Türkiye’de Rekabetçilik, Yatırım İklimi ve Rekabet Politikasının Rolü*, TEPAV yayını, 5, 8, 19,
- TÜSİAD, (2014), *Türkiye’de Kombine Taşımacılığın Fırsatları*, Yayın No. TÜSİAD-T/2014-12/565, 30.
- Ulukaya, S.: (2015), *Deniz ulaştırmasında rekabet hukuku sorunları: Hakim durumun kötüye kullanılması*, Yüksek lisans Tezi, 1.bası, oniki levha yayınevi, İstanbul, 66.
- Uluslararası Nakliyeciler Derneği*, Üdy 3 Eğitim Kitabı, No: 6

- Uşan, F.: (2011), Rekabet Yasağı Sözleşmesinin Taşınması Gereken Şartlar ve Bunun Geçerliliği Meselesi, *Sicil İş Hukuku Dergisi*, 121.
- Ünay, N., (2002), Türkiye’de Rekabet Hukuku ve Uygulaması, *Rekabet Bülteni*, Sayı 8.
- WEB_1, (2016), Yatar, R., <https://receptyatar.wordpress.com/2016/04/23/gecmisten-gunumuze-lojistik-kavrami-ve-lojistik-yonetimi/>, 17/05/2016.
- WEB_2, (2013), Akandere, G., *Lojistik Köylerin Etkin Yönetimi: Konya İline Yönelik Bir Model Önerisi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, S.5, Konya, (<http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1676/331865.pdf?sequence=1>, 06/05/2016.
- WEB_3, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Lojistik>, 07/05/2016.
- WEB_4, www.elalog.org, 07/05/2016.
- WEB_5, www.loder.org, 07/05/2016.
- WEB_6, (2002), Tulgar, A., <http://logisticus.blogcu.com/lojistik-sektorunun-daha-hizli-ilerlemesi-icin-lojistik/2769186>, 05/10/2015.
- WEB_7, www.cscmp.org, 05/10/2015.
- WEB_8, Göztepe Nakliyat Evden Eve Taşımacılık Ltd. Şti., <http://goztepenakliyat.com.tr/lojistikte-amac/>, 17/10/2015.
- WEB_9, (2015), Serkan, S., <http://documents.tips/documents/tersane-ueretimyoenetimi.html>, 07/06/2015.
- WEB_10, (2016), Yıldırım, Z., Doc Player, <http://docplayer.biz.tr/12574670-Turkgye-lojgstgk-sektorunde-demgryolu-tagimaciliginin-mevcut-durumuna-glggkgn-bgr-analgz.html>, 12/02/2016.
- WEB_11, TUGEM, <https://www.tugem.com.tr/yetki-belgeleri>, 07/04/2016.
- WEB_12, Wikipedia, https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye_Cumhuriyeti_Ula%C5%9F%C4%B1rma,_Denizcilik_ve_Haberle%C5%9Fme_Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1, 10/03/2016.
- WEB_13, Nenedir, <http://nenedir.com.tr/denizcilik-mustesarliginin-gorevi-nedir/>, 10/03/2016.
- WEB_14, Loder, Loder Site, <http://www.loder.org.tr/kurumsal.aspx>, 10/03/2016.
- WEB_15, Utikad, Utikad, <http://www.utikad.org.tr/sayfalar.asp?page=12>, 10/03/2016.
- WEB_16, Und, Und, <http://www.und.org.tr/tr/8/hakkimizda>, 10/03/2016.

- WEB_17,
http://www.udybelgesi.com/uye/slaytlar/uluslararası_ulaştırma_mevzuati/uluslararası_ulaştırma_mevzuati.swf, 26/05/2015.
- WEB_18, http://www.lojistikci.com/?page_id=114, 10/03/2016.
- WEB_19, <http://und.org.tr/tr/5600/uluslararası-karayolu-tasimacılığı-birliği-iru-nedir-10/03/2016>.
- WEB_20,
https://tr.wikipedia.org/wiki/Uluslararası%C4%B1_Denizcilik_%C3%96rg%C3%BCt%C3%BC 10/03/2016.
- WEB_21, Gültekin, A., İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Yüksek Okulu, Uluslararası Sivil Havacılık Örgütleri slaytı,
<http://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=12&ved=0ahUKEwjomoKh3NvMAhWsE5oKHcAhAloQFghbMAs&url=http%3A%2F%2Fwww.gultekinaltuntas.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2012%2F11%2FUluslararası-Sivil-Havacılık-Orgutleri.ppt&usg=AFQjCNFeHWJZqyfnO0-wWS0ALGNLLmxFNA>
10/03/2016.
- WEB_22, <http://www.spenak.com/soezluek.Avrupa%20Lojistik%20Derneği.1294.html>, 10/03/2016.
- WEB_23, AB ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü resmi, <http://ab.gtb.gov.tr/uluslararası-orgutler/dunya-gumruk-orgutu>, 10/03/2016.
- WEB_24, Select Advanced Solutions, (2015), Dünyada ve Türkiye’de Lojistik Sektörü, <http://www.selectbilisim.com/dunyada-ve-turkiyede-lojistik-sektoru/>, 10/03/2016.
- WEB_25, Babacan, M., http://www.okan.edu.tr/uploads/pages/tez-proje-yazim-kurallari/sbe_tez.pdf, 10/03/2016.
- WEB_26, Uluslararası Nakliyeciler Derneği, (2014), Uluslararası Nakliyeciler Derneği, <http://www.und.org.tr/tr/14901/dunya-bankasi-kuresel-lojistik-performans-endeksi-2014-yayinlandi;-turkiye-160-ulke-arasinda-30.-sirada>, 10/05/2016.
- WEB_27, Ekinci K., (Türk Dış Ticaret Vakfı) Türk Dış Ticaret Vakfı, <http://www.tdv.org.tr/ozgun+fikir+yarismasi+mansiyon.html>, 10/03/2016.
- WEB_28, Method Research Company’s
<http://www.methodresearchcompany.com.tr/mcs-method-customer-satisfaction>, 10/03/2016.
- WEB_29, (2013), Rekabet Kurumu, Rekabet Kurumu, <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Kanunun-Genel-Gerekcesi>, 10/05/2015.
- WEB_30, Ekodialog, İşletme Birleşmeleri,
https://www.ekodialog.com/isletme_ekonomisi/isletmeler_konsorsiyum_karteller_trostler.html, 10/11/2015.

- WEB_31, Karabudak, B., Bilken Üniv.,
<http://www.ekonomihukuku.bilkent.edu.tr/dersler.html>, 03/04/2016.
- WEB_32, Balhoğlu, B., Academia,
http://www.academia.edu/5698324/Eksik_Rekabet_Piyasas%C4%B1
03/04/2016.
- WEB_33, Wikipedia, https://tr.wikipedia.org/wiki/Rekabet_hukuku, 03/04/2016.
- WEB_34, Birazgen, <http://www.biraz.gen.tr/hukuk/rekabet-hukuku> 03/04/2016.
- WEB_35, İktisadi Kalkınma Vakfı, <http://www.ikv.org.tr/ikv.asp?id=246>, 17/05/2016.
- WEB_36, Wikipedia, Wikipedia, https://tr.wikipedia.org/wiki/Haks%C4%B1z_rekabet,
17/05/2016.
- WEB_37, (2012), Önal, E., İşte Kobi, <http://www.istekobi.com.tr/kobi-bilgi-merkezi/sizin-icin-arastirdik/haksiz-rekabet-ile-rekabet-hukuku-arasindaki-farklar-nelerdir-s1244.aspx>, 17/05/2016.
- WEB_38, Wikipedia, Wikipedia,
https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_rekabet_hukuku,
17/05/2016.
- WEB_39, (2013), Rekabet Kurumu, Rekabet Kurumu, <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Genel-Bilgiler>, 17/05/2016.
- WEB_40, Başbakanlık, Başbakanlık,
www.basbakanlik.gov.tr/docs/kkgm/kanuntasarilari/devletyardimi.doc,
11/05/2016.
- WEB_41, (2010), Özdoğrular, <http://www.ozdogrular.com/content/view/13980/180/>,
11/05/2016.
- WEB_42, (2008), Uysal, M., Turk Hukuk Sitesi,
http://www.turkhukuksitesi.com/makale_916.htm, 11/05/2016.
- WEB_43, Wikipedia, Wikipedia, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tekel>, 11/05/2016.
- WEB_44, (2011), Çayan, G., Yeni Makale, *Rekabet Hukuku'nun Temelleri; Hammurabi'den 4054 Sayılı Kanuna Kadar Antitröst Hukuku Temelleri*,
<http://www.yenimakale.com/rekabet-hukukunun-temelleri-hammurabiden-4054-sayili-kanuna-kadar-antitrost-hukuku-temelleri.html#ixzz4BSQH1b5B>,
12/05/2016.
- WEB_45, Wikipedia, Wikipedia, Avrupa Topluluğu Rekabet Hukuku,
https://tr.wikipedia.org/wiki/Avrupa_Toplulu%C4%9Fu_Rekabet_Hukuku,
14/05/2016.

WEB_46, Çukurova Üniv.Çukurova Üniv.,
<http://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0ahUKEwi3pNv-gqXNAhWFXBQKHStzBocQFgg8MAY&url=http%3A%2F%2Fwww.cu.edu.tr%2Finsanlar%2Fmceker%2Favrupa%2520birli%25C4%259Fi%2520hukuku%2F3-TOPLULUK%2520HUKUKUNUN%2520KAYNAKLARI.ppt&usg=AFQjCNFflavOkbCr7TAf5xjSa8T7ZtsNaQ>, 14/05/2016.

WEB_47, Ünay, N.(2000), Rekabet Bülteni Dergisi, Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde Gümrük Birliği'nin Rekabet Kuralları.
<http://www.esrcr.com/article/3987/avrupa-birligi%E2%80%99ne-tam-uyelik-surecinde-gumruk-birligi%E2%80%99nin-rekabet-kurallari>, 14/05/2016.

Yeni Ümit Eğitim Kurumları, Ulaştırma Mevzuatı Bölüm 1.

Yiğit I., (2012), *Rekabetin İhlallerinden doğan Tazminatı Sorumluluğu*, Doktora Tezi, İstanbul Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü. 121., İstanbul, 2012, Bellamy/Child, age., s.590; Sanlı, age., s.245

Yörüker, G.: (2000), Türk Rekabet Hukuku, *Rekabet Bülteni*, Sayı 3

Yiğit, İ.: (2013), *Rekabet İhlallerinden Doğan Tazminat Sorumluluğu*, s. 124, vedat yayıncılık 2013; Rekabet Kurulu'nun 28.04.1999 tarih ve 99-21/167-86, 29.12.2005 tarih ve 05-88/1221-353 sayılı kararları için bkz.www.rekabet.gov.tr

Yurdakul, N., Bat M.: (2011), Şirketler İçin Rekabette Sanal Farkındalık; Arama Motoru Pazarlaması, Gümüşhane Üniv., *İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 50.

Yücel, A.: (2014), PTT'nin Posta tekeli Genişliyor, Sektör Şaşkın, *Dünya Gazetesi*.

EKLER

REKABET HUKUKU'NUN LOJİSTİK SEKTÖRÜNE YANSIMALARI ANKETİ

Sayın Yöneticilerim,

T.C Okan Üniversitesi Uluslararası Lojistik mezunu ve Ekonomi Hukuku yüksek lisans öğrencisiyim. Lojistik sektörünü yakinen ilgilendiren fakat bu zamana kadar detaylı ele alınmayan rekabet hukuku'nun lojistik sektöründeki yansımaları hakkında tez yazıyorum. Birazdan uygulayacağınız anket sorularında kişisel ve şirket bilgileriniz istenmeyecek olup, kim tarafından ve hangi firmadan yapıldığı bilinmeyecektir. Bu bakımdan anket sonucunun sağlıklı ve net sonuç vermesi için size en yakın cevabı vermenizi ve anketi tanıdığınız şirketlere de göndermenizi arz ederim. Anket bitiminde cevapsız soru kalmaması gerekmekte olup, tamamladıktan sonra lütfen BİTTİ'yi tıklayınız.

Teşekkür mesajını görmeden ekrandan çıkmayınız.

Gösterdiğiniz ilgi ve yardımlarınız için teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

CEM TAMER
cemstamer@hotmail.com

1. Şirketinizin faaliyet sektörünü lütfen belirtiniz?

- ☐ Turizm, Oteller ve Lokantalar
- ☐ Bilişim
- ☐ Madencilik
- ☐ Haberleşme
- ☐ Tekstil
- ☐ Sağlık
- ☐ Finans ve Sigorta Hizmetleri
- ☐ İnşaat
- ☐ Elektrik-Elektronik
- ☐ İmalat
- ☐ Otomotiv
- ☐ Toptan ve Perakende Ticaret
- ☐ Eğitim
- ☐ Ulaştırma ve Depolama
- ☐ Demir-Çelik
- ☐ Gıda
- ☐ Diğer (lütfen belirtin)

2. Şirkette kaç kişi çalışmaktadır?*

- ☐ 0-30
☐ 31-75
☐ 76-150
☐ 151-300
☐ 301+500
☐ 500+

3. Şirketinizin faaliyet alanı nedir?*

- ☐ Hepsi ☐ Bölgesel ☐ Uluslararası ☐ Ulusal

4. Şirketinizin sektördeki tecrübesi ne kadar?

- ☐ 6-10 yıl
☐ 1-5 yıl
☐ 15 + yıl
☐ 11-15 yıl
☐ 0-1 yıl

5. Şirketinizin sermaye yapısını lütfen giriniz?

- ☐ Yerli - Yabancı Ortak Sermaye ☐ Yerli Sermaye ☐ Yabancı Sermaye

6. Yıllık net satış hasılatınızın (cironuzun) veya mali bilançonuzun bulunduğu aralığı belirtiniz?

- ☐ 9-40 Milyon TL Arasında
☐ 1-8 Milyon TL Arasında
☐ 1 Milyon TL'nin altında
☐ 40 Milyon TL Üzerinde

7. Aşağıdaki sorularda lütfen evet veya hayır seçeneklerini işaretleyiniz?

	Evet	Hayır
Rekabet hukuku hakkında bilgi sahibi misiniz?	☐	☐
Bu zamana kadar Rekabet Kurumu firmanızda inceleme yada denetim yaptı mı?	☐	☐
Kurumunuz, Rekabet Kuruluna rekabet ihlali başvurusu yaptı mı veya yapılan bir başvuru hakkında kurumunuzun bilgisi var mı?	☐	☐
Rekabet Kurulu'nun rekabet ihlalinde bulunan firmalara ağır para cezaları verebildiğini biliyor musunuz?	☐	☐
Sektör de teşebbüs birlikleri var mı?	☐	☐
Kurumunuz tazminat davası açtı mı? veya açmayı düşünüyor mu?	☐	☐
Hiç rekabet ihlali dolayısı ile zarara uğradınız mı?	☐	☐
Rekabet İhlaline maruz kalırsanız, mahkemelere başvurarak rekabeti ihlal eden firmalardan tazminat isteyebileceğinizi biliyor musunuz?	☐	☐
Rekabet İhlali dolayısı ile açtığınız bir dava var mı?	☐	☐
Hizmet talep eden teşebbüs baskısı var mı?	☐	☐

8. Faaliyet gösterdiğiniz sektörü tanımlar mısınız?

- ☐ Bir veya birkaç şirketin kontrolünde, küçük işletme sayısı çok az
 - ☐ Bir veya birkaç büyük şirketin kontrolünde fakat sektörde çok sayıda küçük işletme de yer alıyor.
 - ☐ Fikrim yok
 - ☐ Tekelci Piyasa
 - ☐ Diğer (lütfen belirtin)
-

9. Rekabet kanunu ve Kurumu hakkındaki bilgileri en çok hangi kaynaktan öğreniyorsunuz?

- ☐ Gazete ve Dergiler
 - ☐ Rekabet Kurumu'nun eğitim, seminer ve yayınları
 - ☐ Avukatlık ve Danışmanlık
 - ☐ Büroları
 - ☐ Yerel İdareler
 - ☐ Radyo
 - ☐ Bağlı bulunduğum meslek örgütü, sanayi ve ticaret odaları
 - ☐ İnternet / Sosyal Medya
 - ☐ Rekabet Kurumu'nun internet sitesi
 - ☐ Televizyon
 - ☐ Diğer (lütfen belirtin)
-

10. Rekabet Kurumu'nun faaliyetlerini etkisiz buluyorsanız nedenlerini lütfen belirtiniz?

- ☐ Büyük firmaların gücü artıyor
 - ☐ Kurumu dışı kapalı, bürokratik bir kurum olarak görüyorum.
 - ☐ Kurumun faaliyetleri hakkında yeterli tanıtım yapılmıyor
 - ☐ Piyasada tekelleşme var
 - ☐ Kurum faaliyette bulunduğum sektöre gereksiz müdahale ediyor
 - ☐ Cezaları caydırıcı değil
 - ☐ Diğer (lütfen belirtin)
-

11. Rekabet Kurumu'nun faaliyetlerini etkili buluyorsanız lütfen sebeplerini belirtiniz?

- ☐ Küçük şirketlerin pazara girişini kolaylaştırıyor
 - ☐ Kurumu bürokrasiden uzak, dışa açık buluyorum
 - ☐ Piyasada tekelleşme azalıyor
 - ☐ Kurumun eğitim faaliyetlerini yararlı buluyorum faaliyette bulunduğum sektörde Kurum'un yaptığı incelemeler etkili oluyor cezaları caydırıcı
 - ☐ Kurumun tanıtım faaliyetlerini yararlı buluyorum
 - ☐ Diğer (lütfen belirtin)
-

12. Faaliyet gösterdiğiniz pazarda rekabetin artması halinde ne yaparsınız?

- ☐ Maliyeti düşürmeye çalışırım
 - ☐ Üretimi azaltırım
 - ☐ Ürün kalitesini artırmaya çalışırım
 - ☐ Reklam/promosyon/tanıtım çabalarını artırırım
 - ☐ Ürün yelpazesini çeşitlendirmeye çalışırım
 - ☐ Fiyat indirimi veya vadeli satış yaparım
 - ☐ Farklı pazarlara yönelmeye çalışırım
 - ☐ Rakipler ile görüşür, iş birliği yaparım
 - ☐ Çalışma sürelerini uzatırım
 - ☐ Diğer (lütfen belirtin)
-

13. Firmanızın rekabet gücünü sizce en fazla etkileyen unsurlar nelerdir?

- ☐ Teşvik uygulamaları
 - ☐ Haksız rekabet
 - ☐ Hammadeye ulaşma maliyetleri
 - ☐ Fikrim yok
 - ☐ Piyasanın büyük şirketlerinin toplanması
 - ☐ Teknolojiyi Kullanma
 - ☐ İş gücü maliyetleri
 - ☐ Vergi uygulamaları
 - ☐ Tedarikçilerin tekelleşmesi
 - ☐ Nitelikli iş gücüne ulaşma
 - ☐ Piyasada kartel ve tekellerin varlığı
 - ☐ Kayıt dışılık
 - ☐ Dağıtım ve satış kanallarında tekelleşme
 - ☐ Hukuki engeller
 - ☐ Araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin zorluğu
 - ☐ Bürokratik engeller
 - ☐ Diğer (lütfen belirtin)
-

14. Bir rekabet ihlaline maruz kalırsanız nereye başvurursunuz?

- ☐ Mahkemelere
 - ☐ Başvuru yapmam
 - ☐ Rekabet Kurumu'na
 - ☐ Başbakanlığa veya Bakanlıklara
 - ☐ Bağlı bulunduğum meslek örgütüne veya sanayi ve ticaret odalarına
 - ☐ Valiliğe veya diğer yerel idarelere
 - ☐ Diğer (lütfen belirtin)
-

15. Sektör sorunlarının çözümü için hangi kurumlar ile görüşüyorsunuz?

- ☐ Bağlı bulunduğum meslek örgütleri ile
- ☐ Valilikle veya yerel idarelerle
- ☐ Bu tür görüşmelerim olmaz
- ☐ Başbakanlıkla yada bakanlıklarla
- ☐ Sektördeki diğer şirketler ile
- ☐ Diğer (lütfen belirtin)

16. Firmaların rekabet mevzuatını ihlal etmelerini engellemek adına en etkili gördüğünüz yol hangisidir?

- ☐ Bağlı bulunduğum meslek örgütlerinin veya sanayi ticaret odalarının bilgilendirme yapması
- ☐ Hepsi
- ☐ Hiçbiri
- ☐ Rekabet Kurumu'nun inceleme ve denetimlerini artırması
- ☐ Rekabet Kurumu'nun eğitim, tanıtım ve yayınlarını artırması
- ☐ Yerel idare ve makamların uyarı ve tavsiyeleri
- ☐ Diğer (lütfen belirtin)

17. Pazarda karşılaştığınız veya maruz kaldığınız rekabet sorunları nelerdir?

- ☐ Firmalar ihale paylaşmaktadır, dışarıdan iş almak mümkün değil
- ☐ Büyük firmalar sürekli fiyat indirimleri gerçekleştiriyor
- ☐ Hammadde pazarı bir veya birkaç büyük şirketin kontrolünde, istedikleri ücret ve koşulları zorluyorlar
- ☐ Firmalar Müşteri veya bölge paylaşmaktadır
- ☐ Firmalar fiyat konusunda anlaşma sağlıyor, bu sebeple yalnız başına fiyat belirlemek zor
- ☐ Büyük tedarikçiler ürün vermiyor
- ☐ Tedarikçiler tek fiyat konusunda baskı yapıyor, bayi istediği fiyattan satma imkanı yoktur
- ☐ Diğer (lütfen belirtin)

18. Lütfen aşağıdaki sorularından evet /hayır veya bazen şıklarından bir tanesini işaretleyiniz?

	Evet	Hayır	Bazen
Rakipleriniz ile birlikte ticari konularda ortaklaşa çalışıyor musunuz?	☐	☐	☐
Sektörünüzde firmalar birlikte fiyat belirlemeye çalışıyor mu?	☐	☐	☐
Bağlı bulunduğunuz meslek örgütünün rekabet hukuku hakkında size danışmanlık hizmeti vermesini arzu eder misiniz?	☐	☐	☐
Bu zamana kadar rekabet mevzuatını öğrenmeye ihtiyaç duyduunuz mu?	☐	☐	☐
Rakipleriniz ile ticari konular hakkında görüşüyor musunuz?	☐	☐	☐

19. Uygun seçenekleri lütfen işaretleyiniz.

	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sık Sık	Her Zaman
Hakim durumdaki teşebbüsler piyasayı ne sıklıkla etkiliyor?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet Kurumu'nun faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz?	☐	☐	☐	☐	☐
Küçük ölçekli firmalar ne sıklıkla küçük lojistik firmaları ile çalışmaktadırlar?	☐	☐	☐	☐	☐
Çalıştığınız sektörün şeffaf olduğuna inanıyor musunuz?	☐	☐	☐	☐	☐
Şirketinizin lojistik departmanlığında rekabet konusunda diğer firmalar ile sorun yaşıyor mu?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet Kurumu piyasa rekabetini koruyabiliyor mu?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet Kurumunun sektöre hangi sıklıkla faydası oluyor?	☐	☐	☐	☐	☐
Sektör liderliği ve onu takip söz konusu hangi sıklıkla oluyor?	☐	☐	☐	☐	☐
Büyük ve küçük ölçekli lojistik firmaları arasında hangi aralıkla hareket edebiliyor?	☐	☐	☐	☐	☐
Piyasada diğer şirketlerin faaliyetlerini ne sıklıkla gözetlersiniz?	☐	☐	☐	☐	☐
Fiyat ve bölge konuları hakkında bilgi paylaşımını hangi aralıklarla görüşüyorsunuz?	☐	☐	☐	☐	☐
Kurumunuz sektöre ilişkin verilen kurul kararlarını ne sıklıkla takip ediyorsunuz?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet Kurumu görevini yeterli düzeyde yerine getiriyor mu?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet Kurumu'nun gerekli durumlarda cezai yaptırımları tatmin edici mi?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet kurumu'nun kararlarını ne sıklıkla takip ediyorsunuz?	☐	☐	☐	☐	☐
Uluslararası alanda rekabet kanunları'nın yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet Kurumu hangi sıklıkla adaleti sağlayabiliyor?	☐	☐	☐	☐	☐
Teşebbüs birliklerinde, bölge veya fiyat konusunda ne sıklıkla kararlar alınabiliyor?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet ihlali dolayısı ile zarara uğruyor iseniz hangi sıklıkla uğruyorsunuz?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet Kurumu'nun kararlarına güveniyor musunuz?	☐	☐	☐	☐	☐
İş yükü açısından küçük veya orta büyüklükteki lojistik firmaları arasında ne kadar sıklıkla ortak çalışma yapılıyor?	☐	☐	☐	☐	☐

	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sık Sık	Her Zaman
Diğer şirketlere hangi aralıklarla bilgi paylaşımın da bulunursunuz?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet Kurumu'nun size ne sıklıkla faydası oluyor?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet Kurulu resmi internet sitesini hangi sıklıkla inceliyorsunuz?	☐	☐	☐	☐	☐
Hizmet talep eden teşebbüsler hangi aralıklarla büyük firmalar ile çalışmak istiyor?	☐	☐	☐	☐	☐
Sektördeki teşebbüs birlikleri ne sıklıkla sektör sorunlarına çözüm getirebiliyor?	☐	☐	☐	☐	☐
Rekabet Kurumu fiyat dengesini sağlayabiliyor mu?	☐	☐	☐		

20. Sektör de karşılaştığınız veya maruz kaldığınız rekabet sorunları hakkında bilgi verir misiniz?
(minimum iki cümle ile açıklayınız)
-
21. Rakipleriniz ile rekabet ile ilgili hangi konular hakkında görüşüyorsunuz?
(minimum iki cümle ile açıklayınız)
-
22. Sizce rekabet Kurumu ülkemizde lojistik sektöründe ne gibi önlemler almalı?
(minimum iki cümle ile açıklayınız)
-
23. Sizce uluslararası alanda lojistik sektöründe rekabet konusunda neler geliştirilmelidir?
(minimum iki cümle ile açıklayınız)
-
24. Sizce teşebbüsler arası piyasaya ilişkin anlaşma nedir?
Bulduğunuz kurumda bu anlaşmalar oluyor mu?
(minimum iki cümle ile açıklayınız)
-
25. Hakim durumdaki teşebbüs nedir?
(minimum iki cümle ile açıklayınız)
-
26. Şirketlerin rekabet mevzuatını ihlal etmelerini önlemek için sizce nasıl bir önlem alınmalıdır?
(minimum iki cümle ile açıklayınız)
-

27. Lojistik sektöründe hakim durumdaki teşebbüsler var mı?
var ise bağlı bulunduğunuz kurumu baz alarak genel örnekler ile açıklayabilir misiniz?
(minimum iki cümle ile açıklayınız)
-
28. "Rekabet" sözcüğü sizde nasıl bir düşünce yaratıyor?
-
29. "Rekabet" sözcüğü size ne ifade ediyor?
-
30. Rekabet ve Rekabet Kurumu hakkındaki düşüncelerinizi paylaşır mısınız?
-
31. Rekabet Kurumu'nun faaliyetlerini takip etme veya rekabet mevzuatını öğrenme konusunda bu anket sizde bir ilgi oluşturdu mu?
- ☐ EVET
- ☐ HAYIR