

## TEPAV – Konuşma Metni

Türkiye, 2001 yılında tarihindeki en ağır mali ve sosyal krizi yaşadığından bu yana, piyasalarda yarışın koşullarının değişmeye başladığı bir sürece girmiş bulunmaktadır. Bu değişim sürecinin dinamiklerini en iyi takip edebileceğimiz sektörlerden biri de perakende sektörüdür. En önemli özelliği yüksek enflasyon olan bir makroekonomik ortamda uzun vadelerle alım yapma, öte yandan peşin satışlardan elde edilen gelirleri mali enstrümanlarda değerlendirerek kazanç sağlama olanakları artık tükenmiştir. Geçmişte, makroekonomik dengesizliklerin yol açtığı koşullardan faydalanarak elde edilen sonuçların zincirleme olarak pek çok pazardaki işleyişi bozucu etkileri olmuştur. Ancak bugün için denilebilir ki, perakende sektöründe rekabet, olması gerektiği gibi, etkinlik kriteri üzerine kurulmaya başlamıştır.

Perakende sektöründeki uygulamaların zincirleme etkisi bu sektörün ekonominin geneli içindeki yerini de ortaya koymaktadır. Hızlı tüketim mallarının tüketici harcamaları içindeki büyük payının yanı sıra, sektörün önemi, tarımla ve tedarikçi firmalarla olan yakın ilişkilerine bakılınca anlaşılmalıdır. Dolayısıyla, perakendecilik kuruluşundan bu yana Rekabet Kurumu'nun gündemindeki en önemli alanlardan biri olmuştur.

2005 yılı ise sektörde rekabet boyutu açısından ciddi gelişmelerin yaşandığı bir yıl olmuştur. Önce Sabancı Holding-Carrefour Grubu ortak girişimi olan CarrefourSa, Fiba Holding'e bağlı Gima'yı devralarak perakende pazarının lideri olmuştur. Hemen ardından Koç Holding bünyesindeki Migros, Tansaş'ı alarak sektördeki liderliğini geri kazanmıştır. Bu devralmalar ile perakende pazarında Gima ve Tansaş gibi iki önemli ulusal oyuncu rakiplerinin kontrolüne geçmesine rağmen, rekabet hukuku açısından bir problem yaratmayacağı dikkate alınarak, Rekabet Kurulu bu işlemlere izin vermiştir. Bu Kararlarda göz önünde bulundurulmuş iki husus önemlidir: 1). Pazarda yoğunlaşma oranlarının Avrupa ülkelerine göre hâlâ düşük seviyelerde olması; 2). Piyasaya girişte önemli engellerinin bulunmaması.

Buna göre, bugün için yerli ve yabancı teşebbüslerin birarada bulunduğu perakendeciliğin rekabetçi bir yapıda olduğunu söylemek mümkündür. Önümüzdeki dönemde de pazarda, özellikle bölgesel perakendecilerin hedef olacağı yeni devralmaların ve Wal-Mart gibi büyük zincirler seviyesinde yeni girişlerin yaşanması muhtemeldir. Bu yönelimin devam edeceği dikkate alındığında, perakendeciliğe yönelik sektör incelemelerinin gereği anlaşılmalıdır. Dolayısıyla, TOBB-Rekabet Kurumu-Dünya Bankası'nın ortak olarak yürüttüğü ve az sonra sunulacak olan projenin önemi de büyüktür. Bu değerli çalışma Rekabet Kurulu'nun pazara yönelik olarak belirleyeceği politikalara etki edecek sonuçlar ortaya koymuştur.

Öncelikle belirtmek gerekir ki, pazarda son yıllarda yaşanan değişikliklerin en ciddi etkisi tüketici davranışlarında olmuştur. Alışveriş alışkanlıklarımızdaki yenilikler, pazardaki perakendeci tipleri ve bunların ağırlıkları ile etkileşim içindedir. Bugün hiper ve süper marketlerin toplam pazar içindeki payı %22'ye çıkmıştır. Ancak bu oran hâlâ pek çok Avrupa ülkesinin altındadır. Aynı şekilde alıcı tarafındaki perakendecilikte yoğunlaşma oranları da

Avrupa ülkelerine göre düşüktür. Ancak çalışmada ortaya konduğu üzere belirli ürün gruplarında tedarik tarafında yoğunlaşmanın yüksek olması, alıcı-satıcı güçleri karşılaşmasının rekabetçi perspektiften ciddi bir konu olmaya devam etmesi anlamına gelmektedir.

Tüketici davranışlarındaki değişikliklerle beraber yeni durumda yerel marketler ve indirim marketleri payını artırırken, en fazla zarar gören bakkallar olmuştur. Burada belirleyici olan da yerel rekabet koşullarıdır. Nitekim, perakendeci tipleri arasındaki fiyat farklılıkları önemli boyutlara ulaşmış ve fiyata duyarlılığı süren tüketici bundan etkilenmiştir. Rekabet boyutu açısından, büyük perakendecilerin paylarını artırma beklentisiyle beraber, pazarda hakimiyet tartışmalarının da yerel düzeyde ele alınması gerekmektedir.

Değişim, kazananlarını oluşturması yanında kaybedenlerini de beraberinde getirmektedir.

Bugün yapılacak sunumlar ve tartışmalar sektörde rekabetçi yapının korunması açısından önemli hususlara işaret edecektir. Rekabet Kurumu olarak, benzer çalışmaların gerek perakendeci gerekse üretici boyutunu kapsayacak şekilde devam ettirilmesini planlamaktayız. Bu sayede, Rekabet Kurumu bekle-gör politikası değil, olması muhtemel gelişmeleri dikkate alarak inisiyatifini önceden ele alan aktif bir politika izleyecektir.