



REKABET FORUMU

HUKUK-EKONOMİ-POLİTİKA

Şubat 2019, Sayı: 123

Rekabet Derneği, 20 Mayıs 2004 tarihinde kurulmuş bir sivil toplum örgütüdür. Derneğin amacı Türkiye’de rekabet ortamının ve rekabet kültürünün gelişmesine katkıda bulunmaktır.

Bu dergide ileri sürülen görüşler yazarlarına ait olup Rekabet Derneği’ni bağlayıcı değildir.

Web: www.rekabetderneği.org

TANZİM SATIŞ-YIKICI FİYAT VE REKABET

Prof. Dr. Erdal Türkkkan (erdalturkkan@hotmail.com)

Tanzim satışı, devletin işlem gören mal miktarını ve- veya oluşan fiyatları etkileyerek piyasaları düzene sokma amacıyla satıcı olarak piyasaya girmesini ifade eder. Bu tanımdaki tanzim kavramı düzen verme, düzene sokma anlamındadır. Dolayısıyla tanzim satışın düzene sokma etkisinin olup olmadığı büyük önem taşımaktadır. Bu anlamda prensip olarak tanzim satış kavramı, yıkıcı etkilere sahip olan dar anlamda maliyetine satış veya maliyetin altında satış kavramlarından farklıdır. Burada karşımıza çıkan temel soru, Türkiye’deki tanzim satış uygulamasının ne ölçüde piyasalar üzerinde düzenleyici etkilere sahip olduğudur. Bu soru tanzim satış uygulamalarının rekabet süreçlerine etkisinin değerlendirilmesi ve sürdürülebilirliği açısından önem kazanmaktadır. Diğer taraftan tanzim satışın bir sosyal politika aracı olarak, rekabetçi bir ekonomi açısından amaca uygun bir tercih olup olmadığı da sorgulanması gereken bir husustur. Nihayet bütün bu uygulamaların gerisinde yaratan piyasa mekanizmasına güvensizlik olgusu da kısa bir değerlendirmeyi hak etmektedir.

Tanzim Satış mı Yıkıcı Fiyat mı?

Tanzim satış uygulamasının düzenleyici etkilere sahip olup olmadığını belirleme açısından sorulması gereken ilk soru Türkiye’de Şubat 2019 da başlatılan, uygulamalarda ne tür bir fiyatlama yönteminin uygulandığıdır. Burada önemli olan husus, bu fiyatın yıkıcı fiyat olmamasıdır. Yıkıcı fiyat, gerekli bilgiye, tecrübeye ve sermayeye sahip her açıdan ideal bir girişimcinin piyasada varlığını sürdürebilmek için uygulamak zorunda olduğu fiyatın altında kalan ve onu piyasa dışı kalmaya mecbur eden bir fiyattır.

Siyasi iktidarın açıklamalarına göre, tanzim satışta maliyet fiyatına satış yapılmaktadır. Ancak burada malın temin edildiği fiyat, maliyet fiyatını yansıtmaktan çok uzaktır. Tanzim satış noktalarında uygulanan fiyatın içinde, ulaştırma, stoklama ve perakende dağıtım maliyetleri, yer almamaktadır. Uygulanan tanzim satış fiyatları içinde özellikle meyve ve sebze kaçınılmaz olan fire maliyeti, ambalajlama maliyeti, girişimcinin koyduğu sermayenin minimum maliyeti ve

minimum düzeyde bir girişimci karı yer almamaktadır. Böylece tanzim satış mağazalarında uygulanan fiyatlarla en ideal girişimcinin bile rekabet etmesi mümkün değildir.

Maliyetin altında tanzim satış uygulaması karşısında girişimcinin şansı, devletin piyasada hakim durumda olmaması, yani talebin ancak çok küçük bir kısmını karşılayacak kadar mal satabilmesidir. Bu durumun sonucu olarak uzun kuyruklarda bekleme maliyetine katlanmak istemeyen, veya istediği malları bulamadığı için tekrar tekrar satış noktalarına gelerek nöbet tutmak istemeyen tüketicilerin diğer satış noktalarına yönelmesi söz konusudur. Özel girişimcinin bir diğer şansı, kendisine yönelen tüketicinin mal çeşitliliği ve istediği miktarda malı alabilme avantajına sahip olmasıdır. Ancak yıkıcı fiyatla karşı karşıya olan özel girişimcinin, sürekli kendi mallarının neden daha pahalı olduğunu izah etme durumunda kalması ve aşağılayıcı suçlamalara muhatap olması onu, bazı sabit maliyetlerini ve girişimci karını yansıtmayan bir fiyattan satış yapmaya zorlayacaktır. Böyle bir durumda dahi, girişimcinin müşterilerinin güven kaybına uğramasını ve yeni arayışlar içine girmesini engelleme şansı bulunmamaktadır.

Siyasi iktidarın, vatandaşları uzun kuyruklarda bekletme “utancından” kurtulmak için başvurduğu on line PTT kargosu ile satış uygulamasını başlatması klasik tanzim satışın yarattığı yıkıcı etkileri daha da güçlendirmektedir. Burada maliyetin altında satış olgusu daha da vahim boyutlar kazanmaktadır. Çünkü kargo yoluyla gönderilen meyve sebzenin fiyatı çoğu zaman kargo maliyetinin altında kalmaktadır ve bu maliyet kamu tarafından karşılanmaktadır. Bu durumda evlere on line talep üzerine mal gönderen ve kargo maliyetine katlanmak zorunda olan marketlerin bu uygulama ile mücadele etme şansları kalmamaktadır.

Yıkıcı Fiyat Bir Rekabet İhlali Midir?

Yıkıcı fiyat, Rekabet Yasasına göre hakim durumun kötüye kullanımı kapsamında bir yasa ihlalidir ve müeyyideye bağlanmıştır. Dolayısıyla normal olarak böyle bir durumda Rekabet Kurumu'nun harekete geçmesi gerekir. Uygulamada Rekabet Kurumu'nun ilk olarak hakim durumun var olup olmadığına bakması söz konusudur. Burada ilgili pazar tanımı önem kazanır. Konuya mega bir kent düzeyinde bakılırsa tanzim satış mağazalarının piyasa payı, hakim durum yaratacak kadar çok yüksek olmayabilir. Ancak ilgili pazar daha dar tanımlanırsa, bazı bölgeler için hakim durum söz konusu olabilir. Aslında yıkıcı fiyat uygulamasında hakim duruma bakılmasının nedeni, yıkıcı fiyat uygulayan teşebbüslerin bunun maliyetine katlanabilecek boyutta ve ağırlıkta olmaları gereğidir. Yıkıcı fiyat uygulayan teşebbüs kamu kurumu olunca, bu gereklilik ortadan kalkmaktadır. Çünkü kamu kurumu zarar etme lüksüne veya zararını başka kurumlara yükleme imkanına sahiptir. Yıkıcı fiyat uygulamasında geçmişte gerekli görülen hasat uygulaması, yani rakipleri bertaraf ettikten veya sindirdikten sonra yıkıcı fiyatın zararını fazlasıyla telafi etme imkanı burada gerekli bir koşul olmamakla birlikte yine de vardır. Çünkü siyasi iktidar, yıkıcı fiyat uygulamasıyla katlandığı maliyetin bir karşılığını almaktadır. Bu karşılık, ara seçimlerde daha fazla oy ve siyasi iktidarın başarı hanesine yazılacak diğer kazanımlardır.

Şüphesiz siyasi iktidarın tanzim fiyat uygulamasıyla, mevcut özel teşebbüsler piyasadan çekilmiş değildir. Ancak mevcut teşebbüslerin, bu politika aynı şekilde uzun süre uygulandığında piyasada kalıp kalamayacakları şüphelidir. Her halde tanzim fiyatı uygulamasının yaygınlaşması ve derinleşmesi halinde yeni teşebbüslerin piyasaya girmesi zorlaşacaktır. Dolayısıyla bu uygulamanın bir giriş engeli yaratacağı muhakkaktır. Bu giriş engelini küçük bölgelerde daha etkili olması söz konusudur. Yani, zaman içinde mutlaka bir tüketici kaybı ortaya çıkacaktır. Çünkü özel sektör

girişimcisi, piyasadaki çekilmese bile, mal çeşidini kısıtlayarak, kalitesiz mallara daha fazla ağırlık vererek, bozuk malları kamufle ederek uğradığı kar payını tüketiciden dolaylı olarak tahsil etmenin yollarını arayacaktır. Ancak tüketici için en büyük kayıp, yakınındaki manavın piyasayı terk etmesi, pazarda dürüst esnafın yerini daha az dürüst olanlara bırakması, marketlerde daha az çeşit ve daha düşük kaliteli malların satılması olacaktır.

Yıkıcı Fiyat Bir Sosyal Politika Olarak Değerlendirilebilir mi?

Siyasi iktidarın tanzim satış uygulamasının özellikle de bu ad altında yıkıcı fiyat uygulamasının sosyal politika aracı olarak anlamlı olması, rekabet ihlalin toplumsal açıdan gerekli olduğunu savunanların kullanabilecekleri bir argümandır. Şüphesiz bu konuda bazı kriterlere göre değerlendirme yapılması gerekir. Bu kriterlerden birisi, tanzim satışlardan sadece sosyal yardıma muhtaç olan düşük gelirlilerin yararlanıp yararlanmadığıdır. Tanzim satış noktalarında kuyruğa girme maliyetinin olması, buradan alışveriş yapanların sosyal yardıma muhtaç kişiler olduğunu kanıtlamamaktadır. Esasen bu tür kişilerden bir bölümü için tanzim satış noktalarındaki fiyatlar bile çok yüksektir veya bu kişilerin ceplerinde buradan zamanında alışveriş yapacak nakit paraları bulunmamaktadır. Buna karşılık, orta gelirli kişilerin de bu mecradan yararlanması konusunda bir engel yoktur. Mahalle bakkalının birkaç adam devreye sokarak bu satış noktalarından mal almasını engelleyecek bir durum da yoktur. Nihayet İktidarın başlattığı on line kargolu tanzim satışlar en yüksek gelirli kullanımlarına bile açıktır. Bu durumda genel olarak tanzim satışların sosyal politika aracı olarak etkinliği çok sınırlıdır.

Türkiye’de kamu, gelirlerinin büyük bölümünü, dolaylı vergiler aracılığıyla elde etmektedir. Bu vergiler de zengin-fakir her kesimin katkısıyla toplanmaktadır. Bu durumda özellikle yıkıcı fiyat uygulayarak yürütülen tanzim satışlarda kuyruğa girip mal alan düşük gelirli tüketici, bu alımdan dolayı devletin uğradığı zararı diğer cebinden ödemek durumundadır.

Nihayet tanzim satışlar, insanların sosyal maliyeti yüksek bir malı düşük maliyetle alarak, bir anlamda israf etmelerine yol açacaktır. Diğer bir ifade ile tanzim satışlar, özellikle de yıkıcı fiyatla satılan tanzim satışlar bireylerin kendilerine eş tatmin sağlayacak düşük sosyal maliyetli mallar yerine daha yüksek sosyal maliyeti olan bir malı tercih etmelerine neden olacaktır. Tanzim satışlarda bireylerin mallar arası ikameyi de yanlış fiyat sinyali dolayısıyla etkin olmayan biçimde yapmaları olasıdır.

Kısaca ifade etmek gerekirse tanzim satışlar etkin olmadığı için terkedilmiş olan kötü bir sosyal politika aracıdır. Bunun yerine gerçekten muhtaç kesimlere farklı ve daha etkili yollarla yardım etme imkanları vardır.

Bu çerçevede tanzim satışı piyasalara doğrudan müdahale niteliğinde olan ve daha ziyade savaş, kriz veya diğer olağanüstü durumlarda ve dönemlerinde görülen ve iktisadi açıdan önemli sakıncalar yarattığı bilinen ilkel bir sosyal politika aracıdır. Özelleştirme başta olmak üzere, işlerliği olan rekabetçi bir piyasa ekonomisine geçiş konusunda önemli adımlar atmış olan XXI. Yüzyıl Türkiye’sinde tanzim satış uygulamasının başlatılması ve yaygınlaştırılma kararı alınmış olması, en hafif deyimle geriye doğru bir adım olarak algılanabilecek ve hayretle ve biraz da endişeyle karşılanacak bir durumdur.

Tanzim Satışların Gerekçelerindeki Yanılgılar ve Sorunlar

Siyasi iktidar, tanzim satış uygulamasının gerekçesi olarak, meyve ve sebzeler başta olmak üzere gıda sektöründe ciddi bir fiyatlandırma davranışı bozukluğu olduğunu ileri sürmektedir. Bu bağlamda siyasi iktidar, sebze meyve piyasalarında spekülasyon, fırsatçı yaklaşımların varlığından bahisle, bu davranışların siyasi iktidarı seçim öncesinde zora sokma amacını da taşıdığı ima ederek bir gıda teröründen söz etmiş ve bununla mücadelenin hükümetin görevi olduğunu ilan etmiştir. Bu yaklaşımla, zabıta tedbirleri ve idari cezalandırmalar yoluyla fiyatların aşağı çekilmesi gibi çok tartışmalı bir yöntemle baş vurulmuştur. Bu teşhis çeşitli açılardan doğruları yansıtmamaktadır. İlk olarak bu teşhis, 2019 şubatında mevsim dışı ürünlerde (domates, patlıcan sivribiber gibi) havaların kapalı olmasından kaynaklanan geçici yoklukları göz ardı etmektedir. İkinci olarak bu teşhis, 2018 Ağustos ayında yaşanan döviz kuru şokunun ve arkasından yaşanan belirsizlik sürecinin yarattığı haklı fiyatlandırma davranışı değişmelerini göz ardı etmektedir. Nihayet bu teşhis, Türk tarımında uzun süredir yaşanan ve çare aranmayan yapısal bozuklukların etkilerini görmezden gelmektedir.

Siyasi iktidarın 31 Mart yerel seçimlerini bir beka sorunuyla ilişkilendirmesi, tanzim satış uygulamasına geçişte yerel seçimlerde oy kaybını önleme kaygısının ön planda olduğunu göstermektedir. Bu çerçevede düşünüldüğünde yıkıcı fiyat, özelliği nedeniyle devleti zarara uğratan tanzim satışlar, kamu imkanlarının seçimlerde prim yapma amacıyla kullanılması anlamına gelmektedir. Bu anlamda yıkıcı fiyat uygulaması aynı zamanda siyasette de bir adil rekabet ihlali niteliğindedir.

Siyasi iktidarı tanzim satış uygulamasına başvurmaya iten ikinci önemli neden, gıda fiyatlarının fiyatlar genel seviyesini yukarı çeken bir faktör olarak uzun süredir gündemde olması, ancak buna kısa vadede sonuç verebilecek bir çözüm bulunamamış olmasıdır. Siyasi iktidarın enflasyon hassasiyetinin gerisindeki esas faktör, yüksek faiz hassasiyetidir. Bu hassasiyetin gerisinde enflasyonun bir sebep değil, yüksek faizin bir sonucu olduğu gibi iktisat bilimi ile bağdaşmayan bir inancın bulunmasıdır. Bu inancın da İslam'ın daha doğru bir ifade ile Erdoğan'ın faize karşı yaklaşımından kaynaklandığı bir sır değildir. Aslında İslam'ın yasakladığı faiz değil, tefeci faizi olarak anlam kazanan "riba"dır. Her halde pahalıya mal olan denemelerle enflasyon aşağı çekilmeden faiz oranlarının düşürülemeyeceğinin anlaşılmış olması, önemli bir gelişmedir. Ancak enflasyonun suni ve rekabeti tahrip ederek meşruiyeti olmayan yöntemlerle, girişimcileri haksız yere itham ve tehdit ederek düşürülmeye çalışılması, en azından enflasyon kadar tahrip edici ve güven sarsıcı etkilere sahiptir. Çünkü böylece Türkiye "eli sopalı piyasa ekonomisi" tercihini yaparak, tanzim satış adı altına yapılan maliyetine satış veya maliyetin altında satış ile yaşamaya zorlanmış olmaktadır. Böyle bir yaklaşımın ortaya çıkmış olması bile etkileri uzun yıllar devam edecek bir güvensizlik unsurudur.

Siyasi iktidarın önce büyük şehirlerde başlattığı tanzim satış uygulamasını hem ürünleri çeşitlendirerek hem de tüm Türkiye'ye yaygınlaştırarak uygulama kararını almış olmasının bir başka nedeni de ilk uygulamalar sonucunda marketlerde ve pazarlarda sebze fiyatlarının yarıya yakın oranda düşmüş olmasıdır. Bu durum, tanzim satış olgusunun "enflasyonla topyekun mücadele" anlayışı çerçevesinde gelecekte de gündemde kalabileceğini göstermektedir. Halkın, tanzim satışa ilgi göstererek memnun olduğu imajı da tanzim satış modelinin bir başarısı olarak değerlendirilmektedir. Oysa, fiyatların yarıya yakın düşmesinde havaların iyileşmesinin rolü olduğu gibi, girişimcinin belli bir süre kardan zararı sineye çekmiş olmasının da büyük bir rolü vardır. Bu durum sürdürülebilir değildir. Dolayısıyla burada bir başarı da söz konusu değildir.

Piyasaya Güven Sorunu

Siyasi iktidarın, fiyat artışlarını engellemek için ısrarlı bir biçimde piyasaya çeşitli yöntemlerle müdahale tercihini yapmış olması, genel olarak piyasalara, özel olarak da tarımsal ürün piyasalarına güven duymaması, hatta bu alanda piyasa mekanizmasının uygun bir işleyiş kazanamayacağına inanması ile ilişkilidir. Nitekim bu güvensizlik bizatihi Sn. Cumhurbaşkanı tarafından ifade edilmiştir. Tarım sektöründe üreticilerin bir yıl önceki fiyatları göz önüne alarak hareket etmelerinin önemli dalgalanmalara neden olduğu bilinmektedir. Ancak bu evrensel sorunun çözümü için her ülkede çeşitli kurumsal tedbirler alınmış ve geliştirilmiştir. Bu açıdan bir yıl sonraki ürün fiyatlarının önceden açıklanması, yöntemi Avrupa Birliği başta olmak üzere çeşitli ülkelerde uygulanmaktadır. Ancak Türkiye bir türlü bu uygulamaya geçememiştir. Aynı şekilde fiyat istikrarını sağlayacak depolama altyapısı da Türkiye’de gerekli ölçüde geliştirilememiştir. Önlenebilir doğal afetler için gelişmiş ülkelerin yüzyıllar öncesinde yaptığı yatırımlar Türkiye’de henüz yeterince gerçekleştirilememiştir. Toprak mülkiyetinin el değiştirmesini kolaylaştıran temel düzenlemeler yapılamamıştır. Ayrıca etkin bir teşvik sistemi oluşturulamamıştır. Kısaca tarımda sağlıklı bir piyasa altyapısının oluşması için gerekli tedbirlerin büyük bir bölümü henüz alınabilmiş değildir. Bütün bunlardan daha önemli olarak tarım sektöründeki girişimci profili henüz tam olarak değişmemiş, yani İngiltere’de XVIII ve XIX. yüzyılın başlarında gerçekleşen tarımın kapitalistleşmesi ve modernleşmesi sürecinde henüz gerekli mesafe alınamamıştır. Bu tedbirlere odaklanmak yerine yüzeysel ve çözdüğünden daha fazla sorun yaratan, rekabet alanlarını daraltan ve rekabetin işleyişini bozan müdahalelerle yol alınmaya çalışılması şüphesiz endişe vericidir. Ancak yaşanan kötü tecrübeler doğru yaklaşımların bulunması açısından pozitif etkilere sahiptir. Burada önemli olan en düşük öğrenme maliyeti ile bu sorunların aşılmasıdır.