

Nereye Kadar Rekabet-1: Microsoft ve Rakipleri

— ◆ —
Fuat Oğuz*

İnsanlar, sevdiklerine âdil davranırlar, sevmediklerine ise
kuralları uygularlar.
(Lâtin Atasözü)

Bill Gates, Microsoft'u kurduğunda herhâlde bu kadar çok politik soruda karşılaşacağını tahmin edememiştir. Önceleri pek de göze görünmeyen anti-tekel uygulamaları, son zamanlarda Bill Gates'in piyasadaki davranışlarını etkiler olmuştur. ABD'deki anti-tekel davasının beklenenden daha düşük bir cezayla sonuçlanması, rekabetçi piyasaların gelişmesi açısından olumlu sonuçlar doğurduysa da, Avrupa'da benzeri bir davanın yavaş yavaş gündeme gelmesi, regülatörlerin serbest piyasaların yarattığı tekellerin (!) önüne geçmekte kararlı olduğunu göstermektedir. Peki, global kapitalizmin geleceği açısından Microsoft örneği ne anlam ifade etmektedir? Bu yazının amacı, karşılıklı stratejik davranışların hem firmaları hem de regülatörleri oyunun kurallarını karşı tarafın maliyetlerini artırmak için kullanmayı *her zaman* tercih ettiğini göstermektir.

Önce, basit bir soruya cevap vermek gerekmektedir: Windows tek başına bir mal ve piyasayı mı temsil etmektedir, yoksa, her eklenen program ile yeni bir ürün mü ortaya çıkmaktadır? Hukukî olarak bu nasıl tespit edilecektir? İktisat teorisinin bu sorulara verecek cevabı yoktur. Biz, mal ve piyasanın tanımlı olduğunu varsayalım. Şimdi, Windows işletim sistemi ile Internet Explorer arasındaki ilişkiye bakalım. İlk başta, Microsoft, Win-

* İktisatçı

dows'u ve İnternet Explorer'ı ayrı ayrı satmaktaydı. Daha sonra, İnternet Explorer'ın Windows'a entegre edilmesi durumunda daha etkin çalışacağını iddia ederek, ikisinin tek bir mal olarak tanımlanmasını istedi. Ancak, Netscape firması İnternet Explorer'ın rakibi bunu kabul etmiyordu. Ona göre, işletim sistemi ile browser ayrı mallardı ve ayrı piyasalardaydı.

ABD'deki davada ilk başta her şey Microsoft'un aleyhine gelişirken, seçimlerle muhafazakâr bir hükümetin iktidara gelmesi ve yüksek yargının Microsoft'un cezasını azaltmasıyla, gelecekteki muhtemel davranışları açısından, Bill Gates'i strateji değiştirmeye zorlamayacak bir sonuç ortaya çıktı.

Netscape'in kaderini paylaşan bir diğer firma Real Networks oldu. Microsoft'un kendi Media Player'ını, ses ve görüntü dosyalarını çalıştırmak için gerekli olan program, Windows'un bir parçası olarak işletim sistemiyle piyasaya sunması, Real Networks firmasının piyasada yaygın olarak kullanılan Real Player'ının piyasa payını büyük ölçüde kaybetmesine yol açtı. Argümanlar, internet browserlarıyla aynıydı. Microsoft, Windows'a Media Player'ın entegre edildiğini söylemekte ve bu şekilde Media Player'ın daha etkin çalışacağını iddia etmekteydi. Real Networks için ise, durum, tek el olan bir mala rekabetçi bir malın bağlanmasıyla (tying) rekabetçi piyasada haksız rekabete yol açılmasıydı. Sonuçta Real Networks, Microsoft'a karşı bir milyar dolarlık bir antitrust davası açtı.

Şimdi, Microsoft gözünü bir başka başarılı firmaya dikmiş gibi görünmekte: Google. Google internette enformasyon arama motoru olarak çalışmakta ve şu anda, internet arama motoru piyasasında hâkim durumda bulunmakta. Hem kullandığı teknolojinin Microsoft'a göre daha üstün olması, hem de Windows'a alternatif bir işletim sistemi olan Linux'u kullanıyor olması, Bill Gates'in onu kendisine rakip olarak seçmesi için önemli gerekçeler yaratıyor. Gates ilk başta internette enformasyon arama işini çok kârlı görmediği için bu piyasaya girmiyordu. Daha sonra, geç kaldığını farkederek piyasaya girdi, ancak kendi arama motoru hayli verimsizdi. Şimdiki hedefi, kendi arama motorunu İnternet Explorer'ın ve dolayısıyla Windows'un bir alt programı olarak sunmak. Google yöneticileri ise bu durumun, daha önceki Netscape ve Real Player örneklerinde olduğu gibi, kendilerinin piyasadaki silinmesine yol açacak sonuçlar ortaya çıkaracağını düşünüyor.

Google oldukça kârlı bir firma, başlıca gelir kaynağı reklamlar. Reklamların etkin şekilde kullanılmasını sağlayan sistemi firmaya yılda bir milyar doların üzerinde bir gelir ve 350 milyon dolar kâr sağlamakta. Google, sadece kendi sitesinde değil, başta AOL ve Yahoo olmak üzere binlerce

siteye arama motoru hizmeti sunmakta. Microsoft, Google'a karşı kendi arama motorunu, İnternet Explorer'ın bir parçası hâline getiren bir toolbar'ı geçen ay ücretsiz olarak piyasaya sundu.

Microsoft'un silikon vadisindeki firmalara karşı ataklarının yeni bir adımını oluşturan bu çabası, "acaba Google da Netscape'in kaderini paylaşacak mı" sorusunu gündemegetirmekte. Ancak, Google'ın Netscape kadar kolay yenilmeyeceği beklenmekte, zira tüketici tatmini ve arama motorunun etkinliğinde kendisini sürekli yenileme imkânı var. Google, bir örnek vermek gerekirse, kendi arama motorunun performansıya, diğer arama motorlarının performanslarını sürekli karşılaştırmakta. Kendi performansı zayıfladığında hemen gerekli tedbirleri almakta.

Bununla birlikte, görünen o ki, yakında bir başka anti-tekelleme davası Microsoft ve Google arasında yaşanacak. Peki kim haklı? Google açısından baktığımızda, Microsoft hâkim durumunu kötüye kullanmakta. Ortada, iki malın birbirine bağlanması var ki, Türkiye dâhil her ülkede yasadışı. Microsoft ise, arama motorunun Windows ve İnternet Explorer'a eklenmesinin verimliliği artıracığını iddia etmekte. Dolayısıyla, iki ayrı mal değil, yeni bir malın ortaya çıktığını belirtmekte.

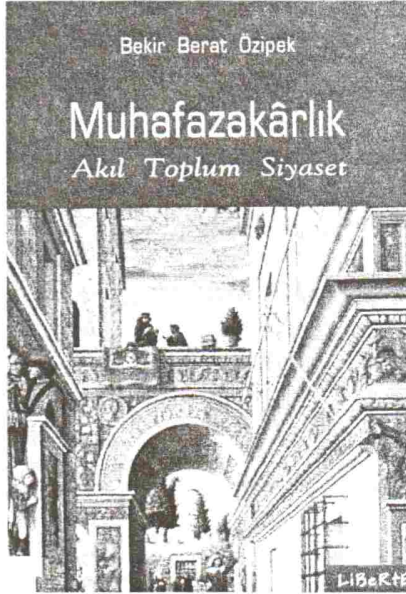
Peki, bir veya iki mal ile karşı karşıya olduğumuza nasıl karar vereceğiz. Meselâ, bir daire alırken, genelde, onu banyosu ve mutfak yapılmış olarak alırız. Ancak, içi yapılı olmadan da bir daire satın almak mümkündür. Bu durumda iki malı birbirine bağlı olarak rekabeti önleyecek bir şekilde satmaktan söz etmek mümkün olabilir mi? Yahut, aldığınız yeni bir arabayı düşünün, birçok insan otomobil alırken onun "bir parçası olarak" satılan tekerlekleri geri verip, farklı türde lastikler almaktadır. Şimdi, otomobilleri lastikleri ile birlikte satmak rekabet hukukuna aykırı demek mümkün olabilir mi?

Her iki durumda da yasa dışı bir oluşumdan söz etmek mümkün değildir. Zira hem ev örneğinde hem de araba örneğinde iki ayrı malın birlikte satılması durumunda tüketicinin faydası her iki malın ayrı ayrı faydalarının toplamından daha fazladır. Dolayısıyla, tüketiciler içi yapılı evlere ve lastiği olan arabalara bunları daha sonra kullanım esnasında eklemenin maliyetinden daha fazla bir ödemede bulunmayı tercih etmektedirler. İktisat teorisi açısından baktığımızda eğer iki malı birarada satmak pozitif bir servet etkisine yol açacaksa bunları tek bir mal olarak görmek gerekir. Malın nelerden müteşekkil olduğuna fayda-maliyet analizinin sonucunda karar verilir.

Sonuç olarak, mallar ve piyasalar sürekli bir değişim içindedir. Bu değişim tüketicilerin mallardan elde ettikleri fayda doğrultusunda olmaktadır. Yeni ürünlerin piyasalara sürülmesi üreticilerin teknolojik ilerleme konu-

sundaki çabalarını engelleyecek düzenlemeler ile zorlaştırılmamalıdır. Anti-tekel davalarının piyasada başarısız olan firmalar tarafından rakiplerin maliyetlerini suni bir şekilde artırma yolu olarak görmelerinin önüne geçmek gerekmektedir. Şunu unutmamak gerekir ki, varolan rakipleri korumak ile rekabeti korumak farklı şeylerdir.

Meseleye daha genel bir perspektiften bakarsak, Microsoft'un Windows ile kazandığı başarıyı diğer alanlara yayması ne anlam ifade etmekte? Bu sorunun cevabını, benzer şekilde bir gelişim gösteren Walmart ve süpermarket piyasasını kısaca tartıştıktan sonra ele alacağız.



Muhafazakarlık Türkiye'de hiçbir zaman felsefi kabul görememiş bir yaklaşım olagelmıştır. Oysa, dünyanın gelişmiş ülkelerine ve istikrarlı demokrasilerine bakıldığında muhafazakarlığın hem felsefi-ideolojik bir yaklaşım hem de demokratik siyasetin ana kanallarından biri olarak çok önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Türkiye'nin fikir ve siyaset hayatında dengelerin yerine oturması için muhafazakarlığın daha iyi ve daha çok tanınmasına ihtiyaç vardır. Elinizdeki bu kitap muhafazakarlık hakkında şimdiye kadar ülkemizde yazılmış ve yayınlanmış en önemli eser olarak size ulaşmaktadır.

LIBERTE

kitaplığımızda özgürlüğe yer açın...