

FUTBOLDA YAYIN HAKKININ REKABET HUKUKU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Şeyda ŞANLI AŞKIN*

Öz

Futbolda yayın hakları konusunda Türkiye Futbol Federasyonu'nun (TFF) merkezi bir rolü vardır. TFF, Türkiye'deki profesyonel futbol liglerinin ve milli takım maçlarının yayın haklarını düzenleyen, yönetimini sağlayan ve satışını gerçekleştiren yetkili kuruluştur. TFF, yayın haklarının pazarlanması, futbolun ekonomik yapısı ve yaygınlaştırılması açısından önemli bir aktördür. TFF'nin futbol müsabakalarında yayın hakkı ile ilgili rolü, zaman zaman tekelleşme veya rekabetin zayıflaması gibi konularda eleştirilebilir. Bu nedenle TFF, yayın hakları dağıtımında şeffaf ve rekabeti teşvik eden yöntemler izlemek zorundadır. TFF'nin yayın hakları üzerindeki bu yönetim gücü, Türk futbolunun finansal sağlığı ve popülerliği açısından kritik öneme sahiptir. Yayın hakları, kulüplerin ekonomik gücünü artırırken, futbolun globalleşmesine ve geniş kitlelere ulaşmasına da katkıda bulunur. Futbolda yayın hakları, kulüplerin ana gelir kaynaklarından biri olması sebebiyle doğru bir şekilde yönetilmesi, futbolun sürdürülebilir gelişimi için gereklidir. Çalışmamızda TFF'nin futbolda yayın hakkını rekabet hukuku açısından değerlendireceğiz.

Anahtar Kelimeler • Rekabet Hukuku • Tekelleşme • TFF • Futbolda Yayın Hakkı • Teşebbüs

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, İstanbul, Türkiye. ✉ Asst. Prof., Istanbul Gelisim University, Istanbul, Turkey.

✉ ssanli@gelisim.edu.tr • ORCID 0000-0002-9484-0515

✉ **Atıf Şekli** ✉ **Cite As:** ŞANLI AŞKIN, Şeyda: "Futbolda Yayın Hakkının Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi", SÜHFD, C. 34, S. 2, 2026, s. 813-837.

✉ **İntihal** ✉ **Plagiarism:** Bu makale intihal programında taranmış ve en az iki hakem incelemesinden geçmiştir. ✉ This article has been scanned via a plagiarism software and reviewed by at least two referees.

EVALUATION OF THE RIGHT TO BROADCAST IN FOOTBALL IN TERMS OF COMPETITION LAW

Abstract

The Turkish Football Federation (TFF) has a central role in broadcasting rights in football. TFF is the authorized organization that regulates, manages and sells the broadcasting rights of professional football leagues and national team matches in Turkey. TFF is an important actor in terms of the marketing of broadcasting rights, the economic structure of football and its dissemination. TFF's role in broadcasting rights in football matches may occasionally face criticism such as monopolization or weakening of competition. For this reason, TFF must follow transparent and competitive methods in the distribution of broadcasting rights. This management power of TFF over broadcasting rights is critical for the financial health and popularity of Turkish football. While broadcasting rights increase the economic power of clubs, they also contribute to the globalization of football and its reach to large audiences. Since broadcasting rights in football are one of the main sources of income for clubs, their proper management is necessary for the sustainable development of football. In our study, we will evaluate TFF's broadcasting right in football in terms of competition law.

Key Words

- Competition Law • Monopolization • TFF • Broadcasting Rights In Football
- Undertaking

Extended Abstract

The Turkish Football Federation (TFF) plays a central role in football broadcasting rights. The TFF is the authorized body that regulates, manages, and sells the broadcasting rights for professional football leagues and national team matches in Türkiye. The TFF is a significant actor in the marketing of broadcasting rights, the economic structure of football, and its popularization. The TFF's role in broadcasting rights for football matches can sometimes be criticized for issues such as monopolization or weakening competition. Therefore, the TFF must follow transparent and competition-promoting methods in the distribution of broadcasting rights. This management power of the TFF over broadcasting rights is critically important for the financial health and popularity of Turkish football. Broadcasting rights increase the economic power of clubs while contributing to the globalization of football and its accessibility to wider audiences. Since broadcasting rights in football are one of the main sources of income for clubs, their proper management is crucial for the sustainable development of football.

Football is felt across a wide spectrum with its cultural, economic, and social dimensions. Being loved and followed by billions of people worldwide gives football a universal dimension. This sport is more than just a game; it's a force that brings people together, stimulates the economy, and contributes to society in various ways. The economic aspect of football, followed by the whole world, is also significant. In this context, a huge economy is formed around football clubs, leagues, and tournaments. This economy provides employment to many people, including players, coaches, referees, club staff, broadcasters, and sponsors. Furthermore, broadcasting rights and sponsorship deals for football matches are major sources of income. Particularly popular leagues and tournaments generate high revenues from broadcasting rights sales.

Currently, the Turkish Football Federation (TFF) alone has the authority to enter into broadcasting agreements on behalf of football clubs and to determine the procedures and conditions for the transfer of broadcasting rights. The TFF offers broadcasting rights for football matches through a centralized marketing method. This centralized marketing method has a structure that can lead to both restrictive and efficiency-enhancing effects from a competition law perspective. The centralized marketing system can offer significant advantages such as reduced transaction costs, standardized broadcast quality, and increased commercial value of the league. However, the exclusive control of broadcasting rights by the TFF can lead to reduced competition among broadcasters and make it more difficult for new entrants to the market. From a competition law perspective, whether the restrictive effects of this system can be balanced by the efficiency gains it provides is a critical point of debate. In this context, the centralized marketing system can be considered legally acceptable as long as it benefits consumers and does not excessively restrict competition in the market. In this regard, it is of great importance that the TFF designs the centralized marketing system in a way that preserves the competitive structure. The Turkish Football Federation's (TFF) sale of broadcasting rights through a centralized marketing method can be considered a type of horizontal cooperation model. However, this might initially be perceived as an agreement that restricts competition. Nevertheless, if certain conditions are met, such arrangements can be considered exempt under Turkish competition law and European Union practices. Granting broadcasting rights exclusively to a single organization for a long period can lead to bottlenecks in the market. Therefore, licensing the rights for specific periods and regularly re-auctioning them is highlighted as an important strategy for protecting competition.

For a centralized marketing system to operate in compliance with competition law, it is critical that competition authorities establish an effective monitoring and oversight mechanism. When agreements or practices that restrict competition are identified, necessary interventions in these areas are essential for main-

taining market balance. Furthermore, it should be considered that football broadcasting rights carry social value, and control mechanisms should be implemented to prevent excessive pricing that could harm consumers. When carefully designed and regulated, a centralized marketing system can offer an effective model in terms of both efficiency and competition protection. Dividing and offering broadcasting rights, making tender processes transparent, limiting contract durations to reasonable levels, and operating strong control mechanisms are important steps that can contribute to the healthy development of the football broadcasting sector in Turkey. In this way, both competitive markets can be supported and consumer welfare can be increased. This study evaluates the Turkish Football Federation's (TFF) football broadcasting rights from the perspective of competition law.

GİRİŞ

Futbolun önemi, kültürel, ekonomik ve sosyal boyutlarıyla geniş bir yelpazede hissedilir. Dünya genelinde milyarlarca insan tarafından sevilmesi ve takip edilmesi, futbolun evrensel bir fenomen olmasını sağlar. Bu spor dalı sadece bir oyun olmaktan öte, insanları bir araya getiren, ekonomiyi canlandıran ve topluma çeşitli açılardan katkıda bulunan bir güçtür.

Dünya tarafından takip edilen futbolun ekonomik boyutu da önem arz etmektedir. Bu bağlamda, futbol kulüpleri, ligler ve turnuvalar etrafında devasa bir ekonomi oluşmaktadır. İlgili ekonomi, oyuncular, antrenörler, hakemler, kulüp çalışanları, yayıncılar ve sponsorlar gibi birçok kişiye istihdam sağlamaktadır. Bununla birlikte, futbol maçlarının yayın hakları ve sponsorluk anlaşmaları, büyük gelir kaynaklarıdır. Özellikle popüler ligler ve turnuvalardan ve yayın hakları satışlarından yüksek meblağlarda gelir elde edilmektedir.

Kulüpler, televizyon ve radyo yayın gelirleri bugünkü kadar yüksek olmadığı dönemde yayın haklarını sahiplenerek doğrudan sözleşmeler yapma yetkisine sahipti. Bu durum, kulüplerin kendi yayın haklarını yönetmelerine ve bu hakları kendi çıkarları doğrultusunda pazarlamalarına olanak tanıyordu. Ancak günümüzde durum önemli ölçüde değişti. Yayın gelirlerinin artması ve profesyonel sporların küreselleşmesiyle birlikte, federasyonlar ve lig organizasyonları, yayın haklarını TFF merkezli olarak yönetilmeye başlandı (Türkiye Futbol Federasyonu Yayın Talimatı (TFFYT) madde (m.) 3).

Günümüzde futbol kulüpleri adına ve hesabına yayın sözleşmesi yapmaya ve bununla ilgili yayın hakkı devrinin, usul ve şartlarını tayin etme yetkisi sadece TFF'ye aittir (TFFYT m. 3/II). Yayınların TFF tasarrufunda münhasıran yapılmasının bazı avantajları olduğu gibi dezavantajları da vardır. Avantajları arasında gelirlerin maksimize edilmesi, marka ve lig değerinin artırılması ve daha profesyonel yönetim anlayışının olması yer alabileceği gibi; dezavantajları arasında da, kulüplerin bağımsızlık kaybı, yerel taraftarın etkilenmesi, pazarlama ve reklam fırsatlarının sınırlandırılması gibi durumlar ortaya çıkabilmektedir.

TFF'nin yayın haklarını merkezi pazarlama sistemiyle yönetmesi, hem rekabet hukuku hem de haksız rekabet açısından dikkatle ele alınması gereken bir konudur. Çalışmamızda, TFF'nin yayın haklarını merkezi pazarlama sistemiyle yönetmesini rekabet hukuku açısından değerlendirilmektedir.

I. TFF'NİN FUTBOLDA YAYIN HAKKI İLE İLGİLİ HÂKİM DURUMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

A. Genel Olarak

TFF'nin futbol piyasasındaki yayın hakkı ile ilgili hâkim durumda olup olmadığını tespit edebilmek adına teşebbüs ya da teşebbüs birliği olup olmadığının tespitinden sonra hâkim durum kavramını açıklamak gerekmektedir. 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'unun (RKHK) temel amacı, mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya sınırlayıcı nitelikteki anlaşma, karar ve uygulamaları ortadan kaldırmak, hâkim durumda bulunan teşebbüslerin bu durumu kötüye kullanmasının önüne geçmek ve genel olarak rekabetin korunmasını sağlamaktır. (RKHK, m. 1). Bu bağlamda, Kanun'da "ticari işletme" yerine "teşebbüs" ifadesine yer verilerek, ticari işletme niteliğini taşımayan tüzel kişilerin de rekabeti sınırlandırıcı faaliyetlerde bulunmaları yasaklanmaktadır¹. RKHK bahsi geçen teşebbüs kavramının yanı sıra 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununda (TTK) bahsi geçen ticari işletme kavramına da değinmek gerekmektedir. TTK m. 11' e göre ticari işletme, esnaf işletmesi sınırlarını aşan ve ticari nitelikteki işlerin yapıldığı, dü-

¹ **KARAMAN COŞGUN**, Özlem: "6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu'nda Teşebbüs Kavramı ve Tacir Sayılmasının Sonuçları", MÜHF - HAD, C.21, S.1, s. 107-166.

zenli olarak gelir elde etmeye yönelik faaliyet gösteren işletmedir². Bu bağlamda, TTK'da düzenlenen ticari işletme kavramı ile RKHK'da bahsi geçen teşebbüs kavramı birbirinden farklıdır. RKHK'da düzenlenen teşebbüs kavramı, ticari kuruluşlardan kamu kurumlarına, derneklerden spor federasyonlarına kadar çeşitli türdeki organizasyonları kapsamaktadır. Teşebbüs birliği ise, iki ya da daha fazla teşebbüsün oluşturduğu topluluklardır³. Bu bağlamda, rekabet hukuku açısından "teşebbüs" kavramı, klasik ticaret hukukundaki "işletme" kavramına kıyasla çok daha geniş bir anlam taşımaktadır. Teşebbüs, belirli bir ekonomik faaliyeti gerçekleştiren her türlü birimi kapsayan işlevsel bir kavram olarak değerlendirilir. Bu çerçevede, yalnızca ticari işletmeler değil, aynı zamanda dernekler, vakıflar, meslek kuruluşları ve hatta kamu tüzel kişileri bile ekonomik faaliyet yürüttükleri sürece teşebbüs kapsamında değerlendirilebilir. Bu doğrultuda, işletme, teşebbüs kavramının daha dar bir çerçevede ele alınan versiyonunu ifade ederken; teşebbüs, işletmeleri de içine alan daha kapsamlı ve üst bir kategori olarak karşımıza çıkar⁴.

Rekabet hukukunda teşebbüs kavramı belirlenirken kriter alınan ölçüt, birimin hukuki statüsünden ziyade yürüttüğü faaliyetin ekonomik niteliğidir. Bu bağlamda, TFF'nin bazı faaliyetlerinde kamu gücünü kullanıyor olması, onu bütünüyle rekabet hukukunun kapsamı dışında bırakmayı gerektirmez. Aksine, ekonomik faaliyet oluşturan işlemleri açısından TFF'nin teşebbüs olarak kabul edilmesi ve rekabet hukuku kurallarına tabi tutulması mümkündür.

RKHK m. 3' e göre hâkim durum, bir ya da birden fazla teşebbüsün rakiplerinden ve müşterilerden bağımsız belirli piyasadaki ekonomik parametreleri tayin etme gücüdür. 5894 sayılı TFF Kuruluş ve Görevleri Hakkındaki Kanunun (TFFK) m. 13' e göre, *"Türkiye Cumhuriyeti sınırları içindeki tüm futbol müsabakalarının televizyon, radyo, internet ve her türlü teknik cihaz ve benzeri araçlarla yayınlanmasına, iletilmesine, yayınların*

² Y. 3. HD, 20.09.2018, E. 2018/4288, K. 2018/8854 (Sinerjimevzuat, Erişim Tarihi: 26.07.2024).

³ ASLAN, s. 27.

⁴ Yazara göre, tüm ticaret şirketleri, adi şirket ve kişi firmaları teşebbüs niteliğine haizdir. ÖZSUNAY, Ergun: "Türk Kartel Hukukunda Teşebbüsler Arası Anlaşmalar ve Teşebbüs Birliklerinin Kararları" Rekabet Dergisi, 2000 <<https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/persembe-konferanslari-yayinlari/perskonfyyn74.pdf>> Erişim Tarihi 30 Ağustos 2024.

düzenlenmesine ve programlanmasına münhasıran TFF Yönetim Kurulu yetkilidir” demek suretiyle TFF’nin futbol müsabakalarının yayınlanması ile ilgili tek yetkili kuruluş olduğu hüküm altına alınmıştır. Bu bağlamda, TFF spor müsabakalarının yayın hakları ile ilgili diğer yayın organları ile sözleşme yapma yetkisine haiz tek kuruluştur⁵.

TFF’nin yayın hakları konusunda hâkim durumunu belirlemek, rekabet hukuku açısından çeşitli analizleri gerektirmektedir. Bu analizler, TFF’nin yayın haklarını merkezi pazarlama sistemiyle⁶ yönetmesi (TFFK m. 13) ve bu sistemin piyasa üzerindeki etkilerini değerlendirmek açısından önemlidir.

TFF, yayın haklarının fiyatlarını ve satış koşullarını büyük ölçüde bağımsız olarak belirlemekte; yayıncı kuruluşların da bu şartları değiştirme veya müdahale etme imkânı oldukça sınırlıdır. Bu durum, TFF’nin ekonomik parametreleri (fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi) müşteri etkisinden bağımsız olarak belirleyebildiğini göstermektedir⁷.

B. TFF’nin Teşebbüs Birliği Olup Olmadığının Değerlendirilmesi

TFF’nin futbol maçlarının yayın hakkında hâkim durumda olup olmadığının tespitinde öncelikle TFF’nin teşebbüs birliği olup olmadığının belirlenmesi gerekmektedir. Zira piyasada hâkim durumda olabilmek için ön şart hâkim pozisyonunda olanın teşebbüs olması gerektiği-

⁵ Rekabet Kurumu Kararı, E 2022-5-033 (Muafiyet) K 22-30/494-198, 04.07.2022.

⁶ Futbolda yayın haklarının merkezi pazarlama sistemiyle organize edilmesi, rekabet hukuku bağlamında kartelleşme riskini doğurabilir. Ancak, bu sistemin tamamen yasaklanması durumunda, lig organizasyonunun verimliliği ve ekonomik sürdürülebilirliği olumsuz yönde etkilenebilir. **BUDZİNSKİ**, Oliver; **GÄNBLE**, Sophia; **KUNZ-KALTENHÄUSER**, Philipp: “How does online streaming affect antitrust remedies to centralized marketing? The case of European football broadcasting rights”, Ilmenau University of Technology, Institute of Economics, Ilmenau Economics Discussion Papers, No. 128, 2019, s. 1-29.

⁷ “Merkezi satış yöntemi ile ilgili Komisyon, kararlarında rekabetin gereğinden fazla kısıtlanmaması için paketlere ayırma koşulu (kısmi ayrıştırma (partial unbundling)), tek bir alıcının yasaklanması (örneğin bir teklif sahibinin toplam 6 paketten en fazla 5 paket satın alabilmesi), şeffaf ve ayrımcı olmayan ihale süreci, yayın anlaşmasının uzun süreli olmaması, alıcının hakkı kullanma yükümlülüğü (use obligation) gibi taahhüt ve koşullar ile muafiyetler sağlamıştır.” Rekabet Kurumu Kararı, E 2022-5-033 (Muafiyet) K 22-30/494-198, 04.07.2022 (Sinerjimevzuat, Erişim Tarihi: 26.07.2025)

dir⁸. RKHK m. 4'e göre teşebbüs, piyasada mal veya hizmet üretimi, pazarlaması ve satışı yapan gerçek veya tüzel kişiler ile ekonomik açıdan bir bütünlük oluşturan ve bağımsız şekilde karar alabilen birimlerdir⁹.

Teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak adına tüzel kişiliğe sahip olsun ya da olmasın bir araya geldikleri her türlü birlik, teşebbüs birliği olarak kabul edilmektedir¹⁰. Rekabet hukukunun aktif süjesi olan teşebbüs kavramı ise, ekonomik faaliyetlerde bulunan, mal veya hizmet üreten ya da sunan tüm birimleri ifade eden geniş bir kavramdır¹¹. Bu bağlamda, teşebbüs birliğinin üyelerinin mutlak olarak teşebbüs olup olmadığının tespiti de önem arz etmektedir¹². Konumuz özelinde TFF'nin üyeleri olan futbol kulüplerinin teşebbüs olup olmadığının tespit edilmesi gerekmektedir. Futbol kulüpleri, futbol faaliyetleri üzerinden gelir elde eden ve ekonomik faaliyette bulunan birimlerdir. Bilet satışları, yayın hakları gelirleri, sponsorluk anlaşmaları, oyuncu transferleri ve lisanslı ürün satışı gibi ticari faaliyetler yürütmektedirler. Bununla birlikte, rekabet hukuku çerçevesinde bir birimin teşebbüs sayılması için, piyasada mal veya hizmet sunması yeterlidir. Futbol kulüpleri, bu kapsamda profesyonel futbol hizmeti sunarak rekabetin bir parçası haline gelmektedirler. Böylelikle futbol kulüpleri rekabet hukuku çerçevesinde teşebbüs olarak değerlendirilmelidir. Rekabet hukuku, teşebbüs birliğini, teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu, tüzel kişiliği olan veya olmayan her türlü birlik olarak tanımlamaktadır. TFF, teşebbüs vasfına sahip olan futbol kulüplerini bir araya getirerek organize eden ve piyasada onların faaliyetlerini etkileyen bir birlik olması sebebiyle, TFF'yi teşebbüs birliği olarak değerlendirmek yerinde bir yaklaşım olacaktır. TFF'nin teşebbüs birliği olmasının yanı sıra teşebbüs olup olmadığı da hâkim durumun kötüye kullanılıp kullanılmadığının tespiti

⁸ ASLAN, İ. Yılmaz: Rekabet Hukuku Dersleri, 9. Baskı, Bursa 2023, s. 159.

⁹ RKHK'da "ticari işletme" ifadesi yerine teşebbüs ifadesine yer verilmesinin sebebinin ticari işletmenin unsurlarından kaynaklı olduğu yönünde bkz. KARAMAN COŞGUN, s. 109 vd.

¹⁰ TOPÇUOĞLU, Metin: "Rekabet Hukuku Uygulamasında Teşebbüs Birlikleri", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. 50 S. 4, 2001, s. 129-171.

¹¹ ASLAN, s. 21 vd.; TOPÇUOĞLU, s. 131.

¹² Doktrinde Topçuoğlu, teşebbüs birliğinin üyelerinin mutlak olarak teşebbüs olmasının aranmasının katı bir bakış olduğunu ifade etmektedir. TOPÇUOĞLU, s. 144.

noktasında önem arz etmektedir¹³. RKHK m. 4’de yer alan tanımdan yola çıkarak TFF’nin yayın hakları özelinde teşebbüs olarak değerlendirilebilir. Şöyle ki, TFF futbol müsabakalarına ait yayın haklarının ihale ile devri, ticari olarak pazarlanması ve lisanslanması süreçlerine ilişkin etkin bir rol üstlenmektedir (TFFYT m. 3). Bu açıdan, mal ve hizmet piyasasında ekonomik faaliyet sürdüren bir yapı olarak, RKHK m. 4 kapsamında teşebbüs olarak değerlendirilebilme niteliği de taşımaktadır. Bununla birlikte, rekabet hukuku anlamında teşebbüs birliği olan kuruluş kendisi ve üyeleri adına bizzat ticari faaliyette bulunuyorsa teşebbüs olarak kabul edilmelidir¹⁴. TFF, futbol kulüpleri ile ticari faaliyette bulunması sebebiyle teşebbüs olarak nitelendirilebilir¹⁵. Şöyle ki, TFF, lig maçlarının yayın haklarını satmaktadır. Yayın gelirleri de kulüplerin ana gelir kaynaklarından birini teşkil etmektedir. Yine, TFF, çeşitli sponsorlarla anlaşmalar yapmakta ve bu anlaşmalar kulüplere de fayda sağlayabilmektedir. Öte yandan TFF, lig organizasyonları ve diğer futbol etkinlikleri düzenlemekte, bu etkinlikler hem federasyonun hem de kulüplerin gelir elde etmesine yardımcı olmaktadır. TFF’nin bu tür faaliyetlerde bulunması, ticari anlamda üyeleri ile bağlantılı hareket ettiği anlamına gelmektedir.

¹³ AB rekabet hukukunda, teşebbüsler arasındaki anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin kararlarına ilişkin düzenlemeler; birleşme ve devralmaların denetimi ile hâkim durumun kötüye kullanımının yasaklanması gibi alanlar üzerinden iç pazarda rekabetin korunması amaçlanmaktadır. **HELVACI**, Mehmet, **TAŞKIN**, İrem: “Avrupa Birliği Rekabet Hukukunda Hâkim Durum Kavramının Tanımlanması ve Tanımın Türk Hukuku ile Mukayeseli Olarak Ele Alınması”, Rekabet Dergisi, 2021, s. 102. Ayrıca bkz. Kerem Cem **SANLI**, “Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’da Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği” Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi, İstanbul, 1999, s. 67 vd.

¹⁴ **ASLAN**, s. 159.

¹⁵ “4054 sayılı Kanun’un 3. maddesinde teşebbüs, “piyasada mal veya hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler” şeklinde tanımlanmıştır. Mevcut dosyada TFF, 2010 yılında 321 milyon dolar bedelle ihale edilen bir hak üzerinde bağımsız olarak tasarrufta bulunmaktadır. 06.02.2001 tarihli ve 01-07/62-19 sayılı Kurul kararında da “özel hukuk tüzel kişisi olan TFF, ekonomik nitelik taşıyan faaliyetleri dolayısıyla bir teşebbüs olarak kabul edilmektedir.” ifadesi yer almaktadır. Ek Sözleşme’nin, imzalayan tarafların teşebbüs niteliğini haiz olmaları bakımından 4054 sayılı Kanun’un kapsamında olduğu kanaatine varılmıştır.” Rekabet Kurulu Kararı, E 2012-2-033 (Muafiyet) K 12-23/659-181, 30.04.2012. rekabet.gov.tr.

TFF'nin üyeleri olan futbol kulüpleri, ekonomik faaliyetlerde bulunan ve kâr amacı güden teşebbüslerdir. Bu kulüplerin ekonomik kararları ve faaliyetleri TFF'nin yönetimi ve düzenlemeleri aracılığıyla şekillenmektedir. Aynı zamanda TFF, futbolun düzenlenmesi, liglerin organize edilmesi, yayın haklarının satışı ve oyuncu transfer kuralları gibi konularda kararlar alarak, piyasada rekabeti etkileyebilecek güce sahiptir. Tüm bu bilgiler ışığında, TFF, futbol kulüpleri gibi teşebbüslerin oluşturduğu ve ekonomik kararlar üzerinde etkili olan bir teşebbüs birliği olarak nitelendirilmelidir¹⁶. Zira teşebbüs birlikleri ekonomik faaliyette bulunan teşebbüslerin bir araya gelerek oluşturduğu organizasyon ya da birliklerdir¹⁷. Teşebbüs birliği, kendi başına mal veya hizmet üretilip sunmasa da, üyeleri (teşebbüsler) üzerinden piyasada rekabeti etkileyebilecek kararlar alabilmektedir. Bu bağlamda, TFF, Türkiye'deki futbol kulüplerini (teşebbüsleri) bir araya getirerek futbol faaliyetlerini düzenlemektedir. Liglerin düzenlenmesi, lisanslama ve diğer düzenleyici faaliyetleriyle piyasa dinamiklerini etkileyebilecek niteliktedir¹⁸. TFF aynı zamanda yayın haklarının satışı, sponsorluk anlaşmaları ve ticari hakların yönetimi gibi ekonomik kararlar alarak, piyasada rekabeti etkileyebilmektedir. Bu nedenle, TFF, kulüplerin ekonomik faaliyetlerini ve bunların bir organizasyon olarak etkileyebilmesinden kaynaklı olarak teşebbüs birliği olarak kabul edilmelidir. TFF, kanunla oluşturulan bir teşebbüs birliği değil, TFFK ile düzenlenmiş olup, futbolun yönetimi, düzenlenmesi ve denetiminden sorumlu özerk bir spor federasyonu olarak kabul edilmektedir.

TFF, Türkiye'de futbolun düzenlenmesi, yönetilmesi ve denetlenmesinden sorumlu bir kuruluş olarak yayın haklarının satışı, sponsorluk anlaşmaları, lisanslama ve tescil işlemleri, lig organizasyonları gibi birçok ekonomik faaliyette bulunmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'deki

¹⁶ "TFF, RKHK 3. maddesi bağlamında teşebbüs birliği sıfatına haizdir." Rekabet Kurulu Kararı, E 2022-5-033 (Muafiyet) K 22-30/494-198, 04.07.2022. (Sinerjimevzuat, Erişim Tarihi: 18.07.2024).

¹⁷ **ASLAN**, s. 27; **TOPÇUOĞLU**, s. 135 vd.

¹⁸ İlgili düzenlemeleri yaparken, ligde yer alan kulüplerin menfaatlerini gözetmelidir. **TOPÇUOĞLU**, s. 150.

tüm futbol liglerinin yayın haklarının TFF tarafından yönetilmesi, TFF'yi ilgili piyasada rakipsiz konuma getirmektedir¹⁹.

C. TFF'nin Hâkim Durumunun Tespiti

TFF'nin hâkim durumda olup olduğunun saptanması ile ilgili olarak piyasanın tanımlanması gerekir. Piyasanın belirleyici unsurları coğrafya ve üründür. Konumuz özelinde ilgili piyasa, Türkiye'deki futbol maçlarının yayın hakları ile ilgilidir. RKHK m. 3'de de belirtildiği üzere, fiyat, arz vb. ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü olması TFF'nin futbol maçlarının yayın hakkında hâkim durumda olduğunun göstergesidir.

Hâkim durumun tespitinde bir diğer önemli unsur da pazar payıdır. TFF'nin tüm futbol maçlarının yayın haklarını münhasıran elinde bulundurması (TFFK m. 13) ve yayın hakları üzerindeki kontrolü yüksek pazar payına sahip olduğuna işaret eder. TFFK m. 13/II'e göre, *"TFF'nin yayın haklarının merkezi olarak pazarlanmasını ve elde edilen gelirin yetkili organlar tarafından alınan kararlar uyarınca kulüplere dağıtılması"* ifadesi de, TFF'nin futbol maçlarının yayın hakları ile ilgili ekonomik anlamda tek güç olduğunun kanıtıdır.

TFF Statüsü m. 35/ç'ye göre, *"Türkiye futbol liglerinin isim haklarından elde edilen gelirlerin paylaşım esaslarını münhasıran belirleme"* konusunda TFF Yönetim Kurulu yetkili kılınmıştır. TFF Statüsü m. 35/j' ye göre, futbol maçlarının yayın araçları ile yayınlanmasını düzenlemek ve programlamak, basılı eser yayınları ile reklamlara ilişkin ticari ve mali haklarını münhasıran düzenleme ve denetleme yetkisi de TFF'nin tekeli altındadır.

TFFYT m. 3/II' e göre, *"futbol müsabakaları ile ilgili olarak kulüpler adına ve hesabına yayın sözleşmesi yapılması ve yayın hakkı devrinin usul ve şartlarını belirleme yetkisi münhasıran TFF'ye ait"* olduğu ifade edilmekle birlikte; her ne kadar TFFYT m. 4/I'de *"TFF, yayıncı kuruluşlarla futbol müsabakaları ile ilgili olarak kulüpler adına ve hesabına sözleşme yapmadığı takdirde, kulüplere yayıncı kuruluşlarla sözleşme yapma izni verebilir"* şeklinde düzenleme yapılmış olsa da, hükmün devamında esasen kulüplerin yapmış olduğu sözleşmelerin içeriğini serbestçe kararlaştıramayacağı ve TFF tarafından hazırlanan sözleşmeleri kullanmak zorunda oldukları ve

¹⁹ Rekabet Kurumu Kararı, E 2017-2-36 (Devralma) K 17-41/644-283, 14.12.2017. (Sinerjimevzuat, Erişim Tarihi: 20.07.2025).

yine kulüp ve karşı tarafça akdedilen sözleşmenin imza sirküleri ile birlikte ilgili maçlar başlamadan en az 48 saat öncesinde TFF'ye ulaştırmakla yükümlü oldukları belirtilmiştir. Aynı maddenin devamında da *“TFF, kulüpler adına ve hesabına yayıncı kuruluşlar ile sözleşme imzaladığı takdirde, kulüplerin daha önce yapmış olduğu tüm yayın sözleşmeleri geçerliliklerini kaybeder”* şeklinde ifade etmek suretiyle de, kulüplere sözleşme yapma yetkisi verilmiş olsa da bu yetkinin her an TFF tarafından geçersiz hale getirileceği de düzenlenmiştir.

Avrupa Toplulukları ve Adalet Divanı (ATAD) ve Komisyon kararları ışığında, işletmenin hâkim durumda sayılabilmesi için sağlayıcılarından, rakiplerden ve müşterilerden bağımsız olarak hareket edebilme gücü olması gerekmektedir²⁰. ATAD United Brands kararında, *“ilgili pazarda güçlü bir ekonomik konuma sahip olup, rakiplerinden, müşterilerinden ve nihai tüketicilerden büyük ölçüde bağımsız davranarak etkili rekabetin sürmesini engelleyebilecek teşebbüslerin”* hâkim durumda sayılacağını belirtmiştir²¹. ATAD, Hoffmann-La Roche kararında²² hâkim durumun, *“tekel veya tekele benzer bir durumun olduğu gibi rekabetin tamamen ortadan kalkmasına neden olmasa da, bu durumdaki teşebbüsün rekabet koşullarını belirlemese bile, en azından bu koşullar üzerinde önemli bir etki yapmasına ve kendisine zarar vermediği sürece bu koşulları dikkate almadan hareket etmesine olanak tanıdığını”* belirtmiştir²³.

Gerçekten de tüm kulüplerin yayın haklarını TFF'ye devretmesi ve TFF'nin bu hakları tek bir elden pazarlaması özetle TFF'nin yayın haklarını merkezi olarak pazarlaması, yayıncı kuruluşlara karşı pazarlık gücünü artırır. Bu bağlamda TFF, tüm lig için tek yetkili satıcı olmasından dolayı, yayıncılar TFF'nin belirlediği koşulları kabul etmek zorunda kalabilecektir. Bu durum da, TFF'nin müşterilerinden bağımsız hareket edebilme yeteneğini göstermektedir.

TFF, yayın haklarının fiyatlarını ve satış koşullarını belirlerken büyük ölçüde bağımsızdır. Yayıncı kuruluşların bu koşullara müdahale etme veya değiştirme imkânı da sınırlıdır. Bu durum, TFF'nin ekonomik

²⁰ ÖZSUNAY, Teşebbüs, s. 161.

²¹ ULAŞ, Emine: *“Rekabet Hukukunda Hakim Durum ve Hakim Durumdaki Teşebbüsler”*, Yüksekisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul 2007, s. 12.

²² HOFFMAN -La Roche v. Commission 3 CMLR 211 paragraf 39; ULAŞ, s. 12.

²³ ULAŞ, s. 12.

parametreleri (fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi) müşterilerden bağımsız olarak belirleyebildiğinin göstergesidir.

II. TFF'NİN YAYIN HAKKI KONUSUNDA MUAFİYET ANALİZİ

A. Genel Olarak

Futbol yayın haklarının merkezi pazarlama yoluyla satılması, RKHK m. 4 kapsamında rekabeti sınırlayıcı anlaşmalar arasında değerlendirilebilecek nitelikte olmakla birlikte, bu durumun her olasılıkta hukuka aykırılık sonucunu doğurması zorunlu değildir. TFF tarafından uygulanan merkezi pazarlama sisteminin analizinde, mutlak yasaklayıcı bir yaklaşım yerine dengeleyici ve etki temelli bir değerlendirme benimsenmelidir.

Merkezi satış sistemlerinin RKHK m. 5 kapsamında muafiyetten yararlanabilmesi, rekabeti sınırlayıcı etkiler ile sağladığı ekonomik ve yapısal faydalar arasında makul bir dengenin bulunmasına bağlıdır.

Avrupa Birliği uygulamasında geliştirilen yaklaşım da bu dengenin nasıl kurulması gerektiğini ortaya koymaktadır. Nitekim Avrupa Komisyonu kararlarında, merkezi pazarlama sistemlerinin ancak belirli yapısal güvencelerle birlikte kabul edilebilir olduğu vurgulanmaktadır.

TFF tarafından uygulanan merkezi pazarlama sisteminin RKHK m. 5 kapsamında muafiyetten yararlanabilmesi, yalnızca teorik olarak sağladığı faydalara değil, aynı zamanda uygulamadaki somut etkilerine bağlıdır. Özellikle ihale modelinin yapısı, münhasırlık uygulamaları ve yayın haklarının dağıtım biçimi, RKHK m. 5'te öngörülen şartların somut olayda gerçekleşip gerçekleşmediğinin belirlenmesinde temel rol oynamaktadır.

B. TFF'nin Yayın Hakkını Merkezi Pazarlama Sistemi İle Kullanması

Türk futbolunda yayın haklarının TFF tarafından merkezi pazarlama yöntemiyle satılması, RKHK'nun özellikle 4. ve 5. maddeleri çerçevesinde ele alınması gereken tipik bir yatay işbirliği örneği olarak kabul edilmektedir. RKHK'nin 5. maddesinde muafiyet hali düzenlenmektedir. İlgili maddeye göre, 4. maddeye aykırı olabilecek anlaşma ve kararların, belirli koşullar altında 4. madde hükmündeki yasaktan nasıl muaf tutulabileceği ifade edilmektedir. RKHK m. 5/I-a'ya göre, muafiyet verilmesi, ülke ekonomisi ve sektörel verimlilikteki gelişme ve iyileşmele-

rin objektif değerlendirilmesine dayanmaktadır²⁴. RKHK m. 5/I-b'ye göre, tüketicinin, birinci şartın gerçekleşmesinden fayda sağlayabilmesi esastır. Bu faydanın gerçekten sağlanıp sağlanmadığı değerlendirilirken, ilgili pazarlardaki tüm tüketicilere olan olumlu etkiler göz önünde bulundurulmalı, yalnızca belirli bir kategoriye yönelik bireysel faydalar dikkate alınmamalıdır²⁵. Aynı zamanda ilgili piyasada rekabetin büyük ölçüde ortadan kalkmaması gerekir (RKHK m. 5/I-c). İlgili madde, rekabeti tamamen sona erdiren uygulamaların muafiyet kapsamına alınmayacağını ifade etmektedir. Bunun için öncelikle anlaşmanın rekabeti ne kadar sınırlayacağı değerlendirilmelidir. Eğer piyasa zaten zayıf bir rekabet ortamına sahipse, anlaşma sonrası rekabetin daha da kötüleşmesi durumunda bu şart sağlanmayabilir²⁶. Bu şartların yanı sıra muafiyetin söz konusu olabilmesi için, rekabetin zorunlu olandan fazla da sınırlandırılmaması da gerekmektedir (RKHK m. 5/I-d).

Rekabet Kurulu da, malların üretimi, dağıtımı veya hizmetlerin sunumunda teknik ya da ekonomik gelişme sağlanarak iyileştirme gerçekleştirilmesi, tüketicilerin bu gelişmelerden avantaj elde etmesi, ilgili piyasada rekabetin tamamen ortadan kalkmaması, rekabetin sınırlanmasının, planlanan faydaların elde edilmesi şartlarının gerçekleşmesi halinde muafiyet kararları vermektedir²⁷.

Konumuz özelinde kulüplerin bireysel olarak pazarlayabilecekleri yayın haklarını TFF yapısı altında birleştirip tek bir merkezden satışa sunmaları, ilk bakışta rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma niteliği taşıyabilir. Ancak bu tür yapıların tamamen yasaklanması yerine belirli şartlar altında muafiyet kapsamında değerlendirilmesi, hem Türk rekabet hukuku uygulamalarında hem de Avrupa Birliği'nin izlediği uygulamalarda yaygın bir yaklaşım olarak benimsenmektedir.

Türk Hukuku kapsamında, Rekabet Kurulu tarafından alınan TFF'nin yayın hakları ile ilgili muafiyet kararları mevcuttur. İlgili kararlar, TFF'nin tek elden satış yapması sonucunda yayın kalitesinin arttığı;

²⁴ TURGUT, Serkan: "Rekabet Hukukunda Muafiyet", Türkiye Adalet Akademisi Dergisi 46, 2021, s. 255-300; WHISH, Richard, BAILEY David: Competition Law, Oxford, 2015, s. 163; ASLAN, s. 117.

²⁵ TURGUT, s. 265. Diğer bir ifadeyle, doğrudan faydalananların yanı sıra dolaylı faydalananların da bu kapsam altında değerlendirilmesi gerekir. ASLAN, s. 118.

²⁶ WHISH, BAILEY, s. 174; TURGUT, s. 267.

²⁷ ASLAN, s. 117 vd.; SANLI, s. 175 vd.

tüketicilere erişilebilir yayın imkânı sunduğu yönündedir²⁸. Her ne kadar Rekabet Kurulu'nun almış olduğu muafiyet kararları bu yönde olsa da, kanaatimizce bu durum, muafiyet şartlarını tam anlamıyla sağlamamaktadır. Zira yayın haklarının tek yayıncıya verilmesi halinde, tüketicilerin alternatif yayın hizmetlerinden faydalanma imkânları ortadan kalktığı gibi tüketici refahına zarar veren bir durum ortaya çıkmaktadır.

TFF'nin rekabeti kısıtlayıcı uygulamaları, futbol kulüpleri arasındaki adil ve serbest rekabeti bozabilecek türde kararlar ve politikalar olabilir. Bu tür uygulamalar, büyük kulüplerin daha avantajlı hale gelmesine yol açabilecekken, küçük ve orta ölçekli kulüplerin rekabet etme şansını azaltmaktadır. Zira yayın haklarının tek elden satılması (collective selling) rekabetin doğal akışına müdahale etmektedir. Bu durum, Avrupa Komisyonu, UEFA Şampiyonlar Ligi yayın haklarına yönelik kararında da hüküm altına alınmıştır²⁹. İlgili kararda, tek elden satış uygulamasının rekabeti sınırlayıcı etkilerine dikkat çekilmiştir. Komisyon, muafiyet sağlanmasının sadece belirli koşulların, örneğin yayın haklarının farklı paketlere bölünmesi ve şeffaf bir ihale sürecinin uygulanması gibi şartların yerine getirilmesi durumunda mümkün olabileceğini ifade etmiştir.

Avrupa Birliği rekabet hukuku çerçevesinde, spor yayın haklarının merkezi pazarlama yöntemiyle satılmasını her ne kadar rekabeti sınırlayan bir işbirliği olarak görmekte ise de bazı koşullarda muafiyet kapsamında değerlendirilebilmesi gerektiğini de vurgulamaktadır. Bu yaklaşımın gelişiminde Avrupa Komisyonu'nun aldığı kararların önemli bir rolü olmuştur.

UEFA Şampiyonlar Ligi Kararı³⁰, merkezi pazarlama sistemlerinin rekabet hukuku açısından değerlendirilmesi konusunda temel bir çerçeve sunan ilk önemli kararlar arasında yer almaktadır. Avrupa Komisyonu, UEFA'nın Şampiyonlar Ligi yayın haklarını kulüpler adına merkezi bir şekilde pazarlamasını teşebbüsler arası bir anlaşma olarak ele almış

²⁸ Rekabet Kurumu Kararı, E 2024-1-018 (Menfi Tespit- Muafiyet) K 24-20/449-188, 24.04.2024. rekabet.gov.tr.

²⁹ Commission Decision of 23 July 2003 (2003/778/EC) – COMP/C.2-37.398– Joint selling of the commercial rights of the UEFA Champions League (<https://eur-lex.europa.eu>).

³⁰ Avrupa Komisyonu, UEFA Champions League Decision, COMP/C.2-37.398, 23.07.2003.

ve bunun rekabeti sınırlayıcı özellikte olduğunu tespit etmiştir. Bununla birlikte Komisyon, ilgili sistemin belirli yapısal düzenlemeler ile muafiyet kapsamına alınabileceğini değerlendirmiştir. Bu bağlamda özellikle yayın haklarının farklı paketlere ayrılması, bazı hakların kulüpler tarafından bireysel olarak pazarlanabilmesi (örneğin, gecikmeli yayın hakları), ihale süreçlerinin şeffaf ve ayırım yapılmadan yürütülmesi gibi düzenlemeler rekabet üzerindeki potansiyel olumsuz etkilerin dengelenmesi açısından önemli bir rol oynamıştır. İlgili karar, merkezi pazarlama sisteminin mutlak olarak yasaklanması yerine, rekabeti koruyucu önlemlerle birlikte uygulanabileceğini göstermektedir.

Bundesliga Medya Hakları Kararı³¹, UEFA kararında belirtilen ilkelerin daha somut bir şekilde netleştirildiği önemli bir dönüm noktasıdır. Avrupa Komisyonu, Alman Futbol Ligi'nin (DFL) medya haklarını merkezi olarak pazarlama uygulamasını rekabeti sınırlayıcı bir anlaşma olarak değerlendirmekle birlikte, yayın haklarının birden fazla paket halinde sunulması³², aynı yayıncının tüm paketleri satın almasının önüne geçilmesi ve ihalelerin belirli aralıklarla yenilenmesi gibi kriterlerin sağlanması halinde muafiyet olabileceğini vurgulamıştır.

Avrupa Komisyonu'nun spor yayın haklarıyla ilgili diğer önemli kararlarından biri olarak kabul edilen "FA Premier Lig (FAPL) Ortak Satış Davası"³³, merkezi pazarlama sistemlerinin rekabet hukuku açısından değerlendirilmesinde kilit bir referans noktasıdır. Komisyon, bu kararda merkezi satış modelinin doğası gereği rekabeti kısıtladığını net bir şekilde belirlemiş; ancak belirli yapısal ve davranışsal taahhütlerin yerine getirilmesi koşuluyla bu sisteme muafiyet tanınabileceğini kabul etmektedir. Davanın merkezinde, İngiliz Premier Lig takımlarının müsabakanın medya haklarını FAPL üzerinden ortak olarak satmayı kararlaştırdığı anlaşma bulunmaktadır. İlgili taahhütler, medya haklarına daha geniş erişim sağlamayı amaçlarken, aynı zamanda tüketicilere sunulan hizmetler konusunda rekabet avantajını artırmaya yönelik adımlar içermektedir.

³¹ Avrupa Komisyonu, Joint selling of the media rights to the German Bundesliga, COMP/C.2/37.214, 19.01.2005.

³² Böylelikle tek alıcıya yönelme riskinin nasıl sınırlandırılabilirliği üzerinde durulmuştur.

³³ Avrupa Komisyonu, FA Premier League Joint Selling Case, COMP/C-2/38.173, 22.03.2006.

Avrupa Komisyonu tarafından benimsenen “no single buyer rule”³⁴ ilkesine göre, belirli bir coğrafi pazarda hâlihazırda bir yayın hizmetinin hâkimiyeti söz konusu olduğunda, paketler farklı yayın şirketlerine satılmalıdır. Yayın haklarının tek bir teşebbüsün eline geçmesi, yayıncılık pazarında hâkim durumu yaratma riskini artırırken, potansiyel rakiplerin pazara girişini zorlaştırmaktadır. Bu bağlamda, TFF tarafından yayın haklarının tek bir yayıncıya verilmesi yerine, ekonomik ve teknik açıdan anlamlı şekilde farklı paketlere ayrılması daha etkili olacaktır. Böylelikle hem piyasa içi rekabet artacak hem de çeşitli ölçeklerdeki girişimlerin ihaleye katılabilme olanağı sağlanacaktır.

Avrupa Komisyonu tarafından benimsenen diğer bir ilke olan “competitive tendering”³⁵ göre, ihale süreçlerinin şeffaf, ayrımcı olmayan ve öngörülebilir şekilde yönetilmesi kritik bir öneme sahiptir. İhale kriterlerinin önceden açık şekilde duyurulması ve kamuoyuna açıklanması, potansiyel yayıncılar arasında eşit koşullarda rekabet sağlanmasına yardımcı olacaktır. Küçük ve orta ölçekli yayıncıların pazara girişlerini kolaylaştırmak amacıyla farklı boyutlarda hak paketleri oluşturulması ve teknik ile finansal yeterlilik kriterlerinin ölçülülük ilkesi doğrultusunda belirlenmesi, rekabet ortamını güçlendiren etkili bir adım olmaktadır.

TFF'nin yayın hakkı özelinde rekabeti kısıtlayıcı uygulamalarını somutlaştırmamız gerekirse, yayın haklarının tek bir yayıncıya verilmesi ve yayın gelirlerinin dengesiz dağıtılması rekabeti kısıtlayıcı uygulamalar arasında sıklıkla karşımıza çıkan haller arasında sayılabilir.

1. Yayın Haklarının Tek Bir Yayıncıya Verilmesi İhtimali Ve Yetki Belgesi

TFFYT m. 3/I'e göre, ‘Futbol müsabakalarının her türlü görsel ve işitsel teknik cihaz ve benzeri araçlarla yayınlanmasına, yayınların düzenlenmesine ve programlanmasına münhasıran TFF yetkilidir.’ şeklinde yapılan düzenlemeyle, TFF'nin yayın hakları konusunda tek yetkili olması, TFF'yi ilgili piyasada hâkim durumda olduğunun göstergesidir.

³⁴ BUDZİNSKİ, GÄNßLE, KUNZ-KALTENHÄUSER, s. 7.

³⁵ BUDZİNSKİ, GÄNßLE, KUNZ-KALTENHÄUSER, s. 7.

İlgili hâkim durum, TFF'nin piyasada dilediği gibi kararlar almasına ve rekabeti sınırlayıcı uygulamalara yol açma ihtimalini barındırmaktadır. Örneğin, TFF'nin yayın haklarını belirli bir yayıncıya vermesi ihtimali, diğer yayıncılar açısından adil olmayan ihtimallere sebebiyet verebilir. Başka bir ifadeyle, TFF'nin futbolda yayın haklarını yalnızca bir yayıncıya vermesi, ilgili yayıncının piyasada hâkim duruma geçmesine neden olabileceği ve buna bağlı olarak diğer yayıncıların futbol yayıncılığı pazarına erişimi engellenirse, piyasa çeşitliliği azalabilir.

TFF'nin münhasır yetkisini kullanarak belirli yayıncılarla anlaşmalar yapması ve bu anlaşmaların rekabeti bozacak şekilde düzenlenmesi, halinde Rekabet Kurulu, bu tür anlaşmaları inceleyerek piyasa dengesini bozup bozmadığını değerlendirmeli ve gerektiğinde müdahale etmelidir.

TFF'nin yayın haklarını sürekli olarak aynı yayıncıya vermesi, piyasada tekelleri bir yapı yaratabilme ihtimalini de doğurabilir. İlgili durum, tüketici refahını azaltabileceği gibi yayıncılar arasında da adil rekabeti engelleyebilir. RKHK m. 5 kapsamında ilgili durum değerlendirildiğinde, futbolda yayın hakkının sürekli olarak aynı yayıncıya verilmesi "kilitlenen pazar" oluşumuna sebebiyet verebilir (RKHK m. 5/I-a). Bu durum aynı zamanda fiyatların yükselmesine ve alternatif yayın seçeneklerinin ortadan kalkmasına yol açabilir ve böylelikle tüketiciye sağlanması gereken faydadan bahsetmek mümkün değildir (RKHK m. 5/I-b). Öte yandan, Avrupa Komisyonu'nun vermiş olduğu kararların aksine rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlandırılabileceği gibi³⁶ (RKHK m. 5/I-c) rekabetin tamamen ortadan kalkması riskiyle de karşı karşıya kalınabilecektir (RKHK m. 5/I-d). Öte yandan TFF tarafından yayın haklarının belirli bir yayıncıya sürekli olarak verilmesi, yayıncılar arasında tekelleşmeye yol açabilecek niteliktedir. Tek bir yayıncının piyasada hâkim duruma gelmesi, diğer yayıncıların rekabet etme imkânını sınırlandırabilir. Bu durum da izleyiciler için daha az seçenek ve potansiyel olarak daha yüksek fiyatlar anlamına gelir³⁷.

Bunların yanı sıra yayın haklarının şeffaf ve adil bir ihale süreciyle dağıtılmaması, rekabeti zayıflatabilir. Bazı yayıncıların kayırılması veya

³⁶ Bkz. Avrupa Komisyonu, FA Premier League Joint Selling Case, COMP/C-2/38.173, 22.03.2006 (dn. 33).

³⁷ RKHK m. 5/I-b'ye aykırılık teşkil eder.

süreçte adaletsizlik yapılması, yeni veya küçük yayıncıların pazara giriş yapmasını zorlaştırabilir.

TFFYT m. 9/IV'e göre, 'Yayıncı kuruluş, yayın yetki belgesi aldığı müsabakalarda, canlı yayın sırasında veya sonrasında sahip olduğu teknik imkânları başka yayıncılara devredemez, kullanıramaz' şeklinde ifade edildiği üzere, TFF'nin yayıncı kuruluşlara verdiği yetki belgesinin, başka yayıncılara devredilmesini veya kullanırılmasını engellediği görülmektedir. Yayıncı kuruluşların yayın haklarını başka yayıncılara devretmelerinin engellenmesi³⁸, piyasada rekabetin azalmasına ve yayıncılar arasında tekelleşmeye de neden olabilir. TFFYT m. 9/IV düzenlemenin dikey anlamda (farklı seviyelerdeki rakipler arasında³⁹) rekabeti sınırlayabilme ihtimali vardır⁴⁰. Rekabetin dikey kısıtlanması, tedarik zincirinin (futbol piyasasında federasyonlar, kulüpler, futbolcular, yayıncı kuruluşlar veya sponsorlar) farklı aşamalarında yer alan firmalar arasında yapılan rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalardır⁴¹. Yayın haklarının devredilememesi veya başka yayıncılara kullanılamaması, TFF'nin yayın haklarını tek bir yayıncıya münhasır olarak vermesinin bir sonucudur⁴². Yayıncı kuruluşlar, yayın haklarını başka alt düzey yayıncılara devredemediği için, daha küçük ve yerel yayıncılar bu haklara erişim sağlayamayacak ve buna bağlı olarak rekabeti kısıtlama ihtimali ortaya çıkabilecektir. Diğer yayıncı kuruluşların bu haklara erişimi engellendiği için, piyasada rekabet azalabileceği gibi yayın hakları piyasasında etkin bir rekabet ortamı da oluşamayabilir. Yayıncı kuruluşlar, yayın haklarını

³⁸ RKHK m. 6'ya göre, TFF'nin hâkim durumunu kötüye kullanma riski de taşıyabilir.

³⁹ Rekabet hukukunda dikey terimi, aynı üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren işletmeler arasındaki ilişkileri ifade eder. ASLAN, s. 85. Genel olarak yatay anlaşmaların dikey anlaşmalara göre rekabeti daha olumsuz etkilediği kabul edilmektedir. Rekabet Kurulu Kararı, E 2008-3-106 K 08-50/722-282, 14 Ağustos 2008. KAYA, Talat: "OECD/Dünya Bankası Model Rekabet Kanunu" İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, S.1, 2011, s. 241-268.

⁴⁰ T eşebbüsler arası dikey anlaşmalar, yatay anlaşmalar kadar olmasa da rekabeti kısıtlamaktadır. KARAKURT, Alper: "Rekabet Hukukunda Muafiyet Rejimi; Potansiyel Etki Analizinin, Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Sistematiğindeki Yeri" TBB Dergisi, S. 63, 2006, s. 207-225.

⁴¹ ÜNAL, İbrahim: "Rekabet Kurulu'nun Uyumlu Eylem Nedeniyle İdari Yaptırım Kararı ve Yargısal Denetimi" Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2010, s. 27.

⁴² Bu durum da bir anlamda pazar kapatması anlamına gelir.

başka alt düzey yayıncılara devredemediği için, daha küçük ve yerel yayıncılar bu haklara erişim sağlayamaz ve buna bağlı olarak yine piyasa rekabeti kısıtlanır.

2. Yayın Haklarından Elde Edilen Gelirler ve İlgili Gelirlerin Dağıtılması

TFFYT m. 8/I'de, *'TFF'nin yayın ücreti payı kulüplerin her türlü görsel ve işitsel teknik cihaz ve benzeri araçlarla yapılacak müsabaka yayınlarından ve yayın organları ile yapacakları her türlü sözleşmelerden elde ettikleri gelirlerin %10'u'* şeklinde yapılan düzenlemeye göre, kulüpler, çeşitli yayınlar ve medya organlarıyla yapmış oldukları sözleşmelerden elde ettikleri tüm gelirlerin %10'unu TFF'ye ödemek zorundadırlar. İlgili düzenleme, kulüplerin yayın haklarından, sponsorluklardan veya diğer medya anlaşmalarından elde ettiği gelirlerin belirli bir kısmını TFF'ye aktarmasını zorunlu hale getirmektedir. İlgili gelir, televizyon yayınları, dijital yayınlar, radyo, sosyal medya platformları gibi her türlü görsel ve işitsel yayınlar için geçerlidir. Aynı zamanda kulüplerin medya kuruluşlarıyla yaptıkları anlaşmalardan doğan her türlü gelir de bu düzenlemenin kapsamına girmektedir.

TFFYT m. 8/III'de, *'Kulüpler, TFF'nin kulüpler adına ve hesabına yaptığı sözleşmeler dışındaki her türlü müsabakadan doğan TFF payını, yayının gerçekleşmesinden en geç 2 gün önce nakden ve defaten öderler. Bu ödemenin yapılmaması halinde, kulüplerin ödemesi yapılmayan müsabakaları için yayın yetki belgesi verilmez'* şeklinde ifade edildiği üzere, kulüplerin TFF'ye belirli bir ödeme yapmadan yayın yetkisi alamayacağını düzenlemektedir. Rekabet hukuku açısından değerlendirildiğinde, bu tür bir düzenleme bazı rekabet kısıtlayıcı etkilere yol açabilir.

TFF, futbol yayın haklarının düzenlenmesi konusunda doğal olarak piyasada hâkim durumdadır. Kulüplerin, TFF tarafından belirlenen şartlara uymadıkça yayın yetkisi alamayacak olması, TFF'nin bu hâkim durumunu kötüye kullanma riski doğurabilir. Özellikle kulüplerin yayın gelirlerine erişimi, TFF'nin bu tür politikaları ile sınırlandığında, piyasada dengesizlik oluşabilir.

Kulüplerin, ödemeyi yapmadıkları takdirde yayın yetki belgesi alamamaları, bu kulüpleri zorlayıcı koşullar altına da sokabilir. Özellikle küçük veya mali olarak zor durumda olan kulüpler, bu tür zorunluluklardan olumsuz etkilenebilir ve rekabet gücünü kaybedebilir.

Büyük ve mali olarak güçlü kulüpler, TFF'nin belirlediği ödemeleri rahatlıkla yapabilirken, finansal olarak daha zayıf kulüpler bu yükümlülüğü yerine getirmekte zorlanma ihtimali artar. Bu durum da mali açıdan güçlü kulüplerin yayın gelirlerinden daha fazla faydalanmalarına ve rekabet avantajı elde etmelerine neden olabilir.

Özellikle alt liglerde yer alan veya küçük bütçeli kulüpler, TFF'ye ödeme yapamadıkları için yayın yetki belgesi alamazsa, bu kulüplerin yayın gelirlerine erişimi sınırlandırılmış olur. Bu durum, kulüplerin mali yapısını ve uzun vadede ligdeki rekabet dengelerini de bozabilir.

TFF'nin yayın gelirlerini büyük kulüplere daha fazla kaynak sağlayacak şekilde dağıtması da⁴³ küçük kulüplerin finansal gücünü zayıflatma ihtimali vardır. Bu durum da, ligdeki dengenin bozulmasına ve büyük kulüplerin mali üstünlük sağlayarak daha da güçlenmesine sebebiyet verir.

TFFYT m. 8/V'e göre, *'Bir müsabakadan veya sözleşmeden doğan TFF payı, zamanında ödenmediği takdirde, TFF ilgili yayın kuruluşunun yayın hakkını ve programını, ödeme yapılınca kadar askıya alır. Bu hareketin aynı sezonda tekrarı halinde o kulüp sezon sonuna kadar yayın programından çıkarılır'* şeklinde yapılan düzenlemeyle, bir kulübün TFF'ye ödemesi gereken payı zamanında ödememesi durumunda, TFF'nin yayın haklarını askıya alarak ve tekrar edilmesi durumunda kulübü sezon sonuna kadar yayın programından çıkararak yaptırım uygulayacağını belirtmektedir. İlgili hükmün rekabet hukuku açısından bazı sonuçlar doğuracağı da açıktır. Zira TFF, yayın hakları piyasasında tek yetkili olduğu için, bu yetkisini kullanarak kulüplere karşı yaptırım uygulama gücüne elbette sahiptir. Ancak, TFF'nin bu gücü kullanarak kulüplerin yayın haklarını askıya alması veya sezon sonuna kadar yayın programından çıkarması, hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilebilir. Bu tür yaptırımlar, kulüplerin rekabet etme imkânını zayıflatabilir ve mali durumlarını daha da kötüleştirebilir. Bu bağlamda rekabet hukukunda, hâkim durumda olan bir teşebbüsün yaptırımları orantılı ve adil olmalıdır.

⁴³ Yayın gelirlerinin dağıtımına dair yasal düzenlemeler doğrudan bir kanunla değil, TFF'nin düzenlemeleri ve ihale anlaşmaları ile belirlenir. TFF, bu gelirlerin kulüpler arasında nasıl dağıtılacağı konusunda yetkilidir ve kriterler, lig performansı, şampiyonluk geçmişi ve katılım payı gibi unsurlara göre şekillenmektedir. Kulüplerin ligdeki performanslarına, taraftar sayılarına, marka değerlerine ve yayın gelirlerinin elde edilmesinde oynadıkları role göre gelir dağılımı farklılık göstermektedir.

TFF'nin uyguladığı bu tür ağır yaptırımlar, orantısız olabileceği gibi özellikle küçük kulüpler üzerinde ciddi olumsuz etkiler yaratabilir. Yayın gelirlerinden mahrum kalan kulüpler, mali olarak zor duruma düşebileceği gibi ligde rekabet edebilme şanslarını kaybedebilir.

TFFYT m. 8/V uygulamasına karşı, rekabet hukuku, piyasadaki dengesizlikleri ve rekabeti bozacak uygulamaları engellemeyi amaçlamalıdır. TFF'nin uyguladığı bu tür yaptırımlar, daha adil ve esnek çözümlerle değiştirilebilir. Örneğin, ödemelerin taksitlendirilmesi veya kulüplere mali yardım sağlanması gibi yöntemlerle kulüplerin rekabet gücünü koruyan çözümler üretilebilir.

Bu bağlamda, TFF'nin yaptırımlarını daha az kısıtlayıcı hale getirmesi gerekebilir. Yayın haklarını tamamen askıya almak yerine, kulüplere daha esnek ödeme seçenekleri sunmak veya bu tür sorunları çözmek için daha adil bir yapı oluşturmak rekabetin korunması açısından önemlidir.

Bir kulübün TFF'ye ödemesi gereken payı zamanında ödememesi durumunda TFF tarafından ilgili kulübün yayın haklarını askıya alarak ve bu durumun tekrarında sezon sonuna kadar yayın programından çıkarması şeklinde uygulayacağı yaptırım, rekabet hukuku çerçevesinde haksız şartlar ve zorlayıcı uygulamalar olarak değerlendirilebilir. Hâkim durumda olan teşebbüsler, pazardaki diğer oyunculara (bu durumda kulüplere) adil olmayan koşullar dayatamazlar.

III. FUTBOLDA YAYIN HAKKINDA TEKELLEŞME OLMASI ADINA ÖNERİLER

TFF futbol müsabakalarına ait yayın haklarını merkezi pazarlama yöntemiyle sunması, rekabet hukuku açısından hem sınırlayıcı hem de verimliliği artırıcı etkiler yaratabilecek bir yapıya sahiptir. Merkezi pazarlama sistemi, işlem maliyetlerini düşürme, yayın kalitesini standart hale getirme ve ticari anlamda ligin değerini artırma gibi önemli avantajlar sunabilir. Öte yandan, yayın haklarının tek bir elden ve münhasır şekilde devredilmesi, yayıncı kuruluşlar arasındaki rekabetin azalmasına ve pazara girişin zorlaşmasına neden olabilir.

Rekabet hukuku açısından önemli olan husus, var olan sistemin yarattığı rekabet kısıtlayıcı etkilerin, sağladığı verimlilik kazanımlarıyla dengelenip dengelenmemesidir. Bu bağlamda, merkezi pazarlama sistemi tüketicilere yarar sağlıyorsa ve piyasadaki rekabeti gereğinden faz-

la sınırlandırmıyorsa hukuken kabul edilebilir sayılmalıdır. Bu çerçevede, TFF merkezi pazarlama sistemini, rekabetçi yapıyı koruyacak şekilde kurgulaması gerekmektedir.

TFF'nin Türk futbolunda yayın haklarını merkezi pazarlama yöntemiyle satması, tipik bir yatay işbirliği örneği olarak kabul edilmekle birlikte; bu durum ilk bakışta rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma niteliği taşıyabilir. Ancak belirli şartlar altında muafiyet kapsamında değerlendirilmesi, hem Türk rekabet hukuku uygulamalarında hem de Avrupa Birliği'nin izlediği uygulamalarda yaygın bir yaklaşım olarak benimsenmektedir.

Yayın haklarının uzun vadeli ve münhasır şekilde tek bir girişime tahsis edilmesi, piyasada tıkanmalara sebep olabilecektir. Bu nedenle, hakların belirli sürelerle lisanslanması ve düzenli aralıklarla yeniden ihaleye çıkarılması, rekabet dinamiklerini canlı tutma noktasında önemli bir katkı sağlayabilir.

Merkezi pazarlama sisteminin rekabet hukuku ile uyumluluğunu sağlamak açısından, rekabet otoritesinin gözetim ve denetim işlevlerinin etkili bir şekilde yürütülmesi büyük önem taşımaktadır. Rekabeti sınırlayıcı anlaşmaların veya uygulamaların tespiti durumunda müdahale edilmesi, piyasa yapısının korunması adına gereklidir. Ayrıca, futbol yayın haklarının toplumsal bir değer taşıdığı göz önünde bulundurularak, tüketici aleyhine sonuçlar doğurabilecek aşırı fiyatlandırmalara karşı denetim mekanizmalarının hayata geçirilmesi de kritik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Sonuç itibarıyla, merkezi pazarlama sistemi uygun şekilde tasarlandığında, hem verimlilik kazançları sağlayan hem de rekabetçi yapıyı koruyan bir model oluşturulabilir. Bu noktada önerilen yayın haklarının bölünmesi, ihale süreçlerinin şeffaflaştırılması, sözleşme sürelerinin makul ölçülerde sınırlandırılması ve etkili denetim mekanizmalarının devreye alınması gibi unsurlar, Türkiye'deki futbol yayıncılığı sektöründe hem rekabetin korunmasına hem de tüketici refahının artırılmasına katkıda bulunacaktır⁴⁴.

⁴⁴ Benzer yönde, 'Merkezi satış yöntemi ile ilgili Komisyon, kararlarında rekabetin gereğinden fazla kısıtlanmaması için paketlere ayırma koşulu (kısmi ayrıştırma (partial unbundling)), tek bir alıcının yasaklanması (örneğin bir teklif sahibinin toplam 6 paketten en fazla 5 paket satın alabilmesi), şeffaf ve ayrımcı olmayan ihale süreci, yayın anlaşmasının uzun süreli olmaması, alıcının hakkı kullanma yükümlü-

SONUÇ

TFF'nin yayın haklarını merkezi pazarlama sistemiyle yönetmesi, futbol maçlarının yayın haklarının tek bir merkezden, genellikle bir ihale yoluyla, toplu olarak satılması anlamına gelir. TFF'nin merkezi pazarlama sistemini daha rekabetçi hale getirmek için, yayın haklarının bölünmesi veya daha fazla yayıncıya fırsat tanınması gibi alternatiflere başvurusu yerinde bir yaklaşım olur.

Futbolda yayın haklarının adil bir şekilde tüm yayıncılara açık, şeffaf bir ihale süreciyle sunulması, rekabeti koruyucu bir adım olabilir. Şeffaf, adil ve rekabeti teşvik eden bir yaklaşım benimsenmediğinde, piyasa dinamikleri bozulabilir ve tüketici menfaatleri zarar görebilir. Rekabet Kurumunun bu süreçleri denetlemesi ve gerektiğinde müdahalede bulunması, adil bir rekabet ortamının sağlanması açısından büyük önem taşır.

TFF'nin futbol yayın hakları konusunda hâkim durumda olması, federasyonun bu hakların satışı ve yönetimi üzerinde büyük bir kontrol sahibi olduğu anlamına gelir. Bu durum, özellikle yayın haklarının pazarlamasını ve dağıtımını merkezi bir sistemle yürütmesiyle ortaya çıkar. TFF, futbol ligleri ve turnuvaların yayın haklarını elinde bulundurarak, piyasada büyük bir etki gücüne sahip olabilir.

TFF, yayın haklarını merkezi bir şekilde yöneterek tüm hakları tek bir yayıncıya verdiğinde, piyasada rekabet ortamı azalabilir. Bu durum da yayın haklarına erişim konusunda tek bir yayıncının baskın hale gelmesine ve farklı yayıncıların pazara girmekte zorlanmasına yol açabilir.

TFF'nin hâkimiyeti, yayın hakları fiyatlarını belirlemede ve pazarlık gücünü artırmada etkili olduğu açıktır. Ancak bu hâkimiyet izleyiciler için daha yüksek maliyetler ve daha az seçenek anlamına gelmekten öte, küçük yayın kuruluşlarının da futbol piyasasında var olması adına kararlar alınmalıdır. TFF'nin bu alandaki hâkimiyetini dengeli kullanması, hem yayıncılar hem de futbolseverler için daha adil ve erişilebilir bir futbol yayını ortamı yaratılmasına katkıda bulunabilecek nitelikte olmalıdır.

lüğü (use obligation) gibi taahhüt ve koşullar ile muafiyetler sağlamıştır' şeklinde hüküm altına alınmıştır. Rekabet Kurumu Kararı, E 2022-5-033 (Muafiyet) K 22-30/494-198, 04.07.2022.

KAYNAKÇA

- ASLAN, İ.** Yılmaz: Rekabet Hukuku Dersleri, 9. Baskı, Bursa 2023.
- BUDZİNSKİ, Oliver; GÄNBLE, Sophia; KUNZ-KALTENHÄUSER, Philipp:** “How does online streaming affect antitrust remedies to centralized marketing? The case of European football broadcasting rights”, Ilmenau University of Technology, Institute of Economics, Ilmenau Economics Discussion Papers, No. 128, 2019, s. 1-29.
- HELVACI, Mehmet, TAŞKIN, İrem:** “Avrupa Birliği Rekabet Hukukunda Hâkim Durum Kavramının Tanımlanması ve Tanımın Türk Hukuku ile Mukayeseli Olarak Ele Alınması”, Rekabet Dergisi, 2021, s. 100-123.
- HOFFMAN -La Roche v. Commission 3 CMLR 211.**
- KARAKURT, Alper:** “Rekabet Hukukunda Muafiyet Rejimi; Potansiyel Etki Analizinin, Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Sistematiğindeki Yeri”, TBB Dergisi, S. 63, 2006, s. 207-225.
- KARAMAN COŞGUN, Özlem:** “6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu’nda Teşebbüs Kavramı ve Tacir Sayılmasının Sonuçları”, MÜHF - HAD, C.21, S.1, s. 107-166.
- KAYA, Talat:** “OECD/Dünya Bankası Model Rekabet Kanunu”, İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, S.1, 2014, s. 241-268.
- TOPÇUOĞLU, Metin:** “Rekabet Hukuku Uygulamasında Teşebbüs Birlikleri”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C. 50 S. 4, 2001, s. 129-171.
- ÖZSUNAY, Ergun:** Kartel Hukuku, 1. Baskı, İstanbul 1985. (Kartel)
- ÖZSUNAY, Ergun:** “Türk Kartel Hukukunda Teşebbüsler Arası Anlaşmalar ve Teşebbüs Birliklerinin Kararları” Rekabet Dergisi, 2000 <<https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/persembe-konferanslariyayinlari/perskonfyyn74.pdf>> Erişim Tarihi 30.08.2024. (Teşebbüs).
- SANLI, Kerem Cem:** “Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’da Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Söz-

leşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi, İstanbul, 1999.

TURGUT, Serkan: “Rekabet Hukukunda Muafiyet”, Türkiye Adalet Akademisi Dergisi 46, 2021, s. 255-300.

ÜNAL, İbrahim: “Rekabet Kurulu’nun Uyumlu Eylem Nedeniyle İdari Yaptırım Kararı ve Yargısal Denetimi” Dokuz Eylül Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2010.

ULAŞ, Emine: “Rekabet Hukukunda Hâkim Durum ve Hâkim Durumdaki Teşebbüsler”, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul 2007.

WHISH, Richard, **BAILEY** David: Competition Law, Oxford, 2015

<https://eur-lex.europa.eu>

<https://rekabet.gov.tr>

<https://sinerjimevzuat.com.tr>