



터키의 경쟁법제 현안

문준조

(한국항공대학교 항공교통물류우주법학부 강사)

I. 서론

II. 경쟁보호법의 제정 배경과 특징

1. 제정경과와 배경
2. 1995년 연립내각의 결정(Council Decision No. 1/95)의 영향
3. 경쟁청 설치 이후의 터키 경쟁법의 동향

III. 경쟁보호법의 시행기관과 주요 내용

1. 경쟁보호법의 시행기관
2. 경쟁보호법의 주요 내용
3. 경쟁규칙 위반에 대한 민사법상의 책임

IV. 결론

‘글로벌(Golcal)’은 글로벌(global)과 로컬(local)의 합성어로서, 교통, 통신수단 등의 발달로 생활권의 글로벌화되어 경제문제를 비롯한 환경문제, 평화문제 등에서는 국가 간 상호의존이 높아지면서도 국가를 대신하는 단위로서의 지역의 역할이 여전히 강조됨을 의미합니다. 이에 최신외국법제정보는 글로벌과 로컬의 주요 현안들을 살펴보고 시사점을 찾고자 합니다.

I. 서론

터키는 지리적으로 중동지역에 위치한 이슬람국가이지만, 1923년 공화국 수립 이후 유럽편입 정책을 추진하여왔으며 EU 가입을 위하여 지속적인 노력을 기울이고 있는 바, 다른 어떠한 중동국가들 보다 서구화된 법제도를 가지고 있으며 국제화·글로벌화의 추세에 적극적인 참여 입장을 보이고 있다. 터키는 이미 1963년에 EEC 준회원국의 지위를 획득하였으며 1987년에는 EC 정회원국 가입을 신청하였고, 1996년에는 터키와 EU간에 관세동맹이 발효하였다.¹⁾

우리나라와도 2012년 8월 1일 FTA 기본협정 (Framework Agreement Establishing a Free Trade Area between the Republic of Korea and the Republic of Turkey)과 상품무역 협정에 정식 서명하였으며 2013년 5월 1일 발효되었다. 기본협정에도 제3장에서 비록 대단히 기본적인 내용에 불과하지만 경쟁 문제를 다루고 있다.

1994년 터키는 당시 터키의 기업계와 법률가들에게도 비교적 새로운 개념이었던 경쟁보호법을 제정하였는 바, 헌법 제167조가 언급하고 있는 상품과 서비스 시장을 규율하고 카르텔협정과 독점을 회피하기 위해서 뿐만 아니라 특히 EU와의 관세동맹 더 나아가 EU가입을 위해서도 그 제정은 불가피하였다고 할 수 있다. 더 나아가 이 법의 시행을 통하여 기업과 경쟁의 윤리를 시장에 정착시키는 것은 오늘날의 WTO 체제하에서의 FTA 체결에도 용이한 측면을 제공해주는 것은 두말한 여지가 없다. 이 글은 터키 경쟁보호법의 몇 가지 핵심적인 실체규정과 절차 규정 및 대표적인 사례에 대해 검토해보고자 하는 목적으로 작성되었다.

II. 경쟁보호법의 제정 배경과 특징

1. 제정경과와 배경

1982년 터키 헌법 제167조 제2항은 “국가는 상품, 서비스, 자본, 신용 및 통화 시장의 건전하고 질서있는 기능을 제공하고 개선하기 위하여 모든 필요한 조치를 취하여야 하며 이 목적을 위하여 시장에서 실제적인 또는 계약에 의한 카르텔협정과 독점을 회피

1) 1999년 12월 헬싱키 EU 정상회의에서 가입후보국으로 된 이후에도 정식 회원국이 되기 위해 법제 및 인권상황 등을 EU 기준에 맞추기 위한 노력을 기울여왔다. 터키는 알바니아, 아이슬란드, 몬테니그로, 마케도니아 등과 더불어 가입 준비단계에 있다. http://europa.eu/about-eu/countries/index_en.htm.

하여야 한다”라고 규정하고 있다. 이와 같이 헌법적 요구에 따라 국가는 시장에서의 경쟁행위를 유지, 보호하기 위해 필요한 조치를 취하여야 함에도 불구하고 1994년이 되어야 다른 요인들이 추진력을 발휘하여 경쟁보호법이 제정되었다.²⁾

터키에서는 이미 1970년대에 일부 학자들, 정부관리들 및 정치인들이 경쟁법안을 마련해보려는 노력이 있었으나 진전을 보지 못하였으며, 당시에는 그 필요성이 크게 부각되지 못하였다. 우익 단일 정당 정부가 1983년부터 1991년까지 8년 동안 집권을 하던 시절에도 두 번이나 경쟁관련 법제를 제정하려는 시도가 있었으나, 의회에 상정조차 되지 못하였다. 그 후 1991년 총선거 결과 중도 우파의 사회민주주의 연립정부가 성립하였으며 1996년에는 EU와의 관세동맹이 발효를 하게 되었다. 이러한 배경하에 1994년 12월 4일 터키 의회는 경쟁보호법 (Law on the Protection of Competition)을 의결하였으며 이 법의 통과이후 터키에서는 일련의 경쟁 및 반독점관련 법령들이 제정되었다.³⁾

1994년의 경쟁보호법은 EU 가입이라는 궁극적인 목표로 하는 정치적 동기가 반영되었으며 유럽 특히 독일법을 크게 참조하였다.

터키는 국제협정들로부터 생겨나는 의무 이행을 위해서도 경쟁법의 제정이 필요하였던 것이다. WTO 협정상의 의무 그리고 1963년 체결된 터키와 EEC간의 Association Agreement (Agreement Creating An Association Between The Republic of Turkey and the European Economic Community) 상의 의무도 이 법의 제정이 중요한 영향을 미쳤다. Association Agreement은 계약 당사자들이 로마협약상의 경쟁, 조세 및 법률에 관한 규정의 적용가능성을 유지하도록 요구하고 있다.⁴⁾

2. 1995년 연립내각의 결정(Council Decision No. 1/95)의 영향

Council Decision No. 1/95은 경제적 통합을 달성하기 위하여 터키의 경쟁법 및 정책과 EU 경쟁법 및 정책과의 높은 수준의 조화를 요구하고 있는 바, 특히 EU와의 관세동맹 협정에서 경쟁입법이 효과적으로 또한 EU의 경쟁법과 부합되도록 운용되는 것을 보장하였기 때문이다. 바로 이러한 점 때문에 터키 경쟁보호법은 유럽 경쟁법과의 조

2) 터키에서의 경쟁보호법 입법과정에 관하여는 G. Anik, "Competition Rules of Turkey", European Competition Law Review, Vol. 5 (1997), p.311.

3) Ziya Umut Türem, "Competition Law Reform in Turkey: Actors, Networks, Translations," Indiana Journal of Global Legal Studies, Vol.21 (2004), p.162.

4) Ibid.

화를 대단히 중시여기고 있으며 EU 경쟁법의 내용을 크게 반영하고 있다. 이는 EU와의 관세동맹의 시행으로부터 발생할 수 있는 잠재적인 문제들을 회피하기 위한 것이라 할 수 있다.

Decision No. 1/95은 경쟁규칙 위반사건은 EU의 입법 특히 그 관례법에 의거한 기준에 따르도록 하고 있는 바,⁵⁾ 터키와 EU간의 무역에 영향을 미치는 한, 합의, 결정 또는 동조적 행위 (concerted practices)를 통한 또는 지배적 지위의 남용을 통한 경쟁의 왜곡, 제한 또는 방지는 Decision No. 1/95.와 양립될 수 없고 따라서 금지된다. 앞서 언급한 바와 같이 Decision No. 1/95의 실제적 규정에 반하는 행위들은 EU의 경쟁규칙- 즉 EU의 설립조약들과 경쟁관련 Regulations, Directives 등의 적용기준에 따라 심사하여야 한다.

3. 경쟁청 설치 이후의 터키 경쟁법의 동향

1997년 터키 경쟁청(Turkish Competition Authority)이 설치되어 경쟁보호법의 적용이 본격화되면서부터 탈정치적인 경향을 보여 유럽 편향적인 경쟁법에서 탈피하고 미국 유형의 경쟁법으로 전환되어야 한다는 주장도 제기되었다. 이 글에서 부분적으로 소개하고 있지만, 터키의 경쟁법의 형성에는 다양한 EU 국가들의 관련법과 미국 모델과 영향을 미치고 있다.⁶⁾

경쟁법 분야에서 유럽의 영향이 여전히 대단히 강한 바, 경쟁위원회 (Competition Board)가 결정을 내리면서 인용하는 사례의 경우 특히 그러하다. 그러나 경쟁법 관련 이론의 경우에는 미국으로부터 많은 영향을 받고 있는 것으로 지적되고 있다. 한 가지 예를 들면 터키의 학술 논문에서 가장 많이 인용되는 책들은 Herbert Hovenkamp의 Federal Antitrust Policy and Robert Bork의 Antitrust Paradox 등 미국 학자들의 저서이다.⁷⁾

III. 경쟁보호법의 시행기관과 주요 내용

1. 경쟁보호법의 시행기관

5) Decision No. 1/95, Arts 30-31.

6) David J. Gerber, *Global Competition: Laws, Markets and Globalization*, (Oxford University Press: 2010), pp. 121-22.

7) Ziya Umut Türem, *op.cit.* 181.

경쟁청의 주된 임무는 경쟁보호법을 적용하는 것이며⁸⁾ 동 법에 의하여 재정적·행정적 자율성을 부여된 독립적인 기관으로서 다른 정부 부처로부터 어떠한 지시도 받지 아니한다. 경쟁청은 정책결정기관인 11인의 위원으로 구성되는 경쟁위원회와 위원장 사무처 및 관련 업무 부서들로 이루어져 있다.⁹⁾ 경쟁위원회의 위원들은 국가계획기구의 사무차장이 소속된 부처인 통상산통상산업부 장관, 항소법원, 최고행정법원(Council of State), 대학간 위원회 및 터키 상공회의소 연합(Turkish Union of Chambers and Exchanges)이 지명하는 후보들중에서 내각이 임명한다.¹⁰⁾

경쟁위원회는 경쟁청의 정책결정기관으로서 통상산업부의 통지 또는 이의신청에 의하여 또는직권으로¹¹⁾ 경쟁보호법의 위반에 대한 조치를 취하는 권한을 가지고 있다. 경쟁위원회는 적합하다고 판단되는 경우 관련 거래가 경쟁규칙에 위배되는 아니하는 것을 확인하는 증명서를 발급할 수 있다 다만, 필요하다고 판단하는 경우 그러한 확인을 언제든지 취소할 수 있는 권한을 가진다.¹²⁾ 경쟁위원회는 그 임무 수행을 위하여 대단히 광범위한 심사 및 조사 권한을 가지고 있는 바, 터키의 행정제도에서 찾아보기 어려운 사례이다. 경쟁위원회가 권한을 부여한 관리는 장부 기타 기록을 심사하고, 사본을 입수하고 서면 또는 구두의 설명을 요구하고 조사대상 기업에 관한 현장 조사를 수행하는 권한을 가지고 있다.¹³⁾

경쟁위원회는 또한 경쟁보호법을 위반 한 경우 기업에 대한 벌금 등을 부과할 수 있다.¹⁴⁾ 경쟁위원회는 그 첫 번째 결정으로 경쟁보호법 제4조를 위반한 6개의 LPG 유통 회사들에 관하여 행하여졌으며 이들에게 벌금을 부과하였다. 경쟁위원회는 또한 적합한 경우 잠정조치를 취할 수 있는 바, 어느 한 유료TV 채널의 방송권에 대한 잠정조치를 취한 바 있다. 경쟁위원회의 잠정조치나 모든 최종 결정에 대하여는 이의를 제기할 수 있으며, 최고행정법원의 사법적 심사 대상이 된다.¹⁵⁾ 경쟁위원회는 주요 임무는 경쟁보호법의 시행이며 그 결정은 결정의 투명성 및 국민에 대한 정보제공을 위하여 관보에 게재되도록 하고 있다.

8) 경쟁보호법 제20조.

9) 경쟁보호법 제21조.

10) 경쟁보호법 제22조.

11) 경쟁보호법 제40조.

12) 경쟁보호법 제8조.

13) 경쟁보호법 제14조 및 제15조.

14) 경쟁보호법 제16조 내지 제19조.

15) 경쟁보호법 제55조.

2. 경쟁보호법의 주요 내용

(1) 적용범위

1) 인적 적용범위

이 법은 제1조에서 자유로운 거래, 자유로운 시장접근 및 효과적인 경쟁 작용이 보장 되도록 상품시장과 서비스시장을 규율하는 것이 목적임을 천명하고 있다. 따라서 경쟁 규칙들이 정하는 법적 제한들의 목적은 시장에서의 경쟁보호이다. 이 법의 적용범위와 관련하여서는 몇 가지 의문이 제기된다. 이 법은 사업자들의 모든 합의와 관행 및 사업자단체의 결정에 대해 적용된다고 규정하고 있다. 이 법의 목적상, 사업자는 상품 또는 서비스를 생산하고 판매하며 시장에서 독립적으로 행동하는 자연인 또는 법인을 의미한다. 사업자 단체라 함은 그러한 목적을 수행하는 - 법인격의 유무와 관계없이 - 사업자들 간의 단체라 할 수 있다.¹⁶⁾

이러한 용어들은 다양한 종류의 실체들과 그들의 단체를 망라할 만큼 넓게 해석되어야 한다. 터키에서도 사업자단체는 그 법적 지위, 명칭 또는 목적과 관계없이 이 법의 적용 범위내에 있는 것으로 보고 있으며 따라서 경쟁규칙의 위반한 경우에는 책임을 지게 된다.¹⁷⁾ 터키 경쟁법의 실제적 규정은 제4조, 제6조 및 제7.1조라고 할 수 있으며, 아래에서 설명한다.

2) 물적 적용범위

이 법은 경쟁에 실제로 또는 잠재적으로 영향을 미치는 공식적 또는 비공식적인 모든 합의, 결정 및 동조적 행위(concerted practices)에 적용된다. 이와 관련하여 실제의 시장왜곡 뿐 만 아니라 그 효과가 직접적인 또는 간접적인 경쟁에 대한 위협도 이 법의 적용 범위 내에 있게 된다.

16) 경쟁보호법 제3조.

17) 터키 경쟁위원회의 약품 및 화학산업 고용주 연합(Union of Drugs and Chemical Industry Employers), 사립학교연합 등과 관련된 사건들에 대한 조사와 결정에서도 이러한 해석을 확인하고 있다. Gamze Oz, "Competition law and practice in Turkey", European Competition Law Review, Vol.20 (1999), p.150.

3) 장소적 적용범위

관련 사업자의 운영지 또는 설립지가 터키인지 외국인지의 여부와 관계없이 그 합의, 결정, 동조적 행위, 지배적 지위의 남용, 또는 인수합병이 터키 영역내에서 어떠한 상품시장과 서비스시장에서의 경쟁을 손상시키는 한, 이들 사업자들이 수행하는 거래 또는 행위는 이 법의 적용 범위내에 있다. 이 법은 제2조의 규정에서 명확히 알 수 있듯이 잘 알려진 효과이론 (effects theory)을 채택한 것으로 보인다. 그러므로 터키 사업자들간의 합의, 터키 사업자와 외국 사업자간의 합의는 물론이고 터키 밖에서 설립되고 운영되는 외국 사업자들간의 합의라 할지라도 그 영향이 터키 영역 내에 까지 미친다면 이 법의 적용을 받는다.

4) 관련 문제

① 단일경제단위일 것

관련 거래의 당사자인 2 이상의 사업자가 독립된 결정을 내리는 실체이어야 한다. 이 점에 대해서 경쟁보호법 제3조는 유럽사법재판소(European Court of Justice)의 경제적 단일체(single economic unit) 원칙을¹⁸⁾ 채택하고 있다. 이 법의 적용대상이 되는 사업자인지에 대한 판단은 법적 지위와 법적 독립성이 아니라 실제로 독립적으로 경제적 결정을 내릴 수 있는 능력의 유무가 기준이 되며 이는 터키 법제에서 새로운 현상이라고 할 수 있다. 이러한 점에서 터키의 경쟁위원회의 결정들은 소위 개념의 해석이라는 관점에서 대단히 중요한 의미가 있다.

② 적용배제 부문

원칙적으로 경쟁보호법에서는 다른 경제 부문이나 분야에 관한 예외를 두고 있지 않다. 따라서 이 법은 터키의 경제 전체에 대해 적용된다. 이에 관한 경쟁법의 세부적인 사항은 보충규칙이라고 할 수 있는 경쟁위원회가 공표하는 이른바, communiqué에 의해 다루어지게 될 것이다. 그러나 실제로는 그 성격상 경쟁법이 적용 범위 밖에 있는 분야

18) 경제단일체의 이론에 관하여는 다음 사례를 참조할 것: Case 22/71 Beguelin Import v. GL Import Export [1971] E.C.R. 949, [1972] C.M.L.R. 81; Case 15/74 Centrafarm BV v. Sterling Drug Inc. [1974] E.C.R. 1147 [1974] 2 C.M.L.R. 480; Christiani Nielsen NV, Commission Decision [1969] O.J. L165/12, [1969] C.M.L.R. D36; Kodak, Commission Decision [1970] O.J. L147/24, [1970] C.M.L.R. D19.

가 있는 바, 예컨대 국방이 이에 속한다. 한편, 이 법의 제정 당시 공공사업자 (공기업: public undertakings)에의 적용에 관한 상당한 우려가 있었다. 이 법은 이에 관하여 침묵하고 있다. 즉, 유럽에서 Treaty of Rome 제90조가 명시적으로 공공사업자를 경쟁규칙의 적용범위에 포함시키고 있는 것과는 다른 점이라고 할 수 있다. 그러나 경쟁위원회의 Communiqué는 경쟁보호법이 적용됨을 명확히 하여 특별한, 배타적인 또는 영업권을 부여받은 공공사업자이라 할지라도 민간사업자와 동일한 취급을 받도록 하고 있다. 또한 어떤 국유기업이 그 민영화 과정에서의 인수합병에 대하여 승인 또는 조건부 승인을 한 경쟁위원회의 결정에서도¹⁹⁾ 경쟁보호법에 공기업에 대한 언급이 없다고 할지라도 적용대상이 됨을 명확히 하였다.

경쟁위원회 결정 외에도 Etibank을 상대로 앙카라 상업법원에 제기된 민사소송은 국가기업의 지배적 지위의 남용에 관련된 것이며 경쟁법이 공공사업자에게도 적용됨을 밝히고 있다. 이러한 점은 단순히 법의 해석으로부터 도출되는 결론일 뿐만 아니라 Decision No. 1/9512에서도 명시적으로 언급하고 있다.

한편 우리나라가 터키와 체결한 FTA 제3.8조(공기업) 제1항은 “각 당사국은 공기업이 그들 각각의 경쟁법의 적용대상이 되고 양당사국 간 무역에 영향을 미치는 어떠한 반경쟁적 관행도 채택하거나 유지하지 아니하도록 보장한다. 다만, 이 규정의 적용은 공기업에 부여된 특정 업무의 수행을 법률상 또는 사실상 방해하지 아니하는 경우에 한한다”라고 규정하고 있다.

(2) 금지되는 행위: 경쟁을 제한하는 합의, 결정 및 동조적 행위

이 법은 대단히 광범위한 범위의 활동에 대하여 적용된다. 경쟁을 훼손하는 공식적인 합의와 결정 외에도 동조적 행위라고 부르는 느슨한 형태의 합의 및 평행적 행위 (parallel actions)도 적용대상이 된다. 상품이나 서비스의 판매가격이나 구입가격 또는 기타 거래조건을 직접 또는 간접으로 정하는 행위, 시장을 분할하거나 생산이나 유통을 통제하는 행위, 시장의 새로운 진입을 금지하는 행위, 동일한 거래에 다른 조건을 적용하는 행위 등은 경쟁보호법 제4조에서 규정된 목록의 일부 유형이다. 그러나 이러한 목록에 열거된 유형들은 예시일 뿐이며 이에 명시되어 있지 않지만, 경쟁을 왜곡하는 다른 유형의 행위들도 제4조의 범위 내에 있을 수 있다. 제4조는 EU 경쟁법 제81조 제1

19) 12. Decision No. 1/95, Art. 39.

항과 유사한 내용을 담고 있다.

앞서 언급한 바와 같이 계약과 다른 형태의 느슨한 합의 뿐 만 아니라 사실상 사업자들의 의식적인 유사한 대응 행위인 동조적 행위도 이 법의 적용대상이 된다. 제4조의 마지막 두 항은 제59조와 더불어 “동조적 행위의 추정”에 대해 규정하고 있다. 이러한 추정에 의하면 합의 존재에 대한 충분한 증거가 없다 할지라도 당해 시장과 경쟁이 방해, 왜곡 또는 제한되는 시장 간에 가격변경, 수요공급의 균형 또는 사업자들의 활동 분야에 관한 유사성이 발생한 경우, 관련 사업자들은 동조적 행위를 한 것으로 추정한다.²⁰⁾

이러한 추정의 결과, 경쟁청 (Competition Authority)으로부터 그러한 평행적 행위로 기소된 사업자들이 입증책임이 전환된다. 바꾸어 말해서, 경쟁을 왜곡하는 합의의 존재를 입증하는 것이 불가능하지만 시장에서의 반경쟁적 활동의 명백한 또는 위장된 징후가 있는 경우에는 조치를 취할 수 있다. 경쟁위원회가 사업자들간의 동조적 행위가 있다고 결정하는 경우, 이들 사업자들은 동조적 행위의 추정을 뒤집어야 하며 자신들이 그러한 평행적 행위에 관여하지 않았다는 것도 입증하여야 한다. 그들이 그와 같이 행동한 것으로 보이는 경우에도 만약 자신들이 그것이 의도적인 평행적 행위가 아니라 경제적인 이유에서 일어난 것임을 입증하게 되면 책임으로부터 벗어날 수 있다.

(3) 경쟁보호법의 적용면제

일정한 상황에서는 제4조의 범위 내에 있는 일부 경쟁제한적 행위는 유익한 효과 (beneficial effects)를 가지므로 금지되지 아니한다. 만약 관련 합의, 결정 또는 동조적 행위가 제5조의 일정한 요건을 충족하는 경우에는 경쟁위원회는 그러한 합의, 결정 또는 동조적 행위에 대하여 제4조가 적용되지 아니함을 선언할 수 있다. 경쟁보호법은 적용면제에 관하여 EC 85(3)조와 유사한 규정을 두고 있는 바, 제5조는 어떠한 제4조에 규정된 금지가 면제되기 위하여 충족되어야 할 4가지 조건을 다음과 같이 명시하고 있다: 1) 상품의 생산이나 유통 또는 서비스의 공급을 증진시키거나 기술적 또는 경제적 진보를 촉진하는 데 기여하여야 한다. 2) 그러한 합의가 소비자들에게 그로 인한 혜택(benefit)의 공정한 몫을 향유할 수 있도록 하여야 한다. 그러나 그와 동시에 3) 관련시장의 실질적인 부분에서 경쟁을 제거하여서는 아니 되며 4) 상기의 첫 번째와 두 번째 조건의

20) Gamze Oz, op.cit., p.151.

성취에 필수적인 것 이상의 경쟁제한을 가져와서는 아니된다.

이러한 적용 면제는 개별적으로 특정한 합의나 결정에 대해서 부여하거나, 또는 집단적으로 면제의 조건을 특정하여 합의들이나 결정들을 하나의 그룹으로 부여하게 된다. 이러한 개별적 또는 일괄적 공동행위 적용면제(Block Exemption)에 관하여 경쟁보호법은 문제의 제한행위의 시장의 경쟁력에 대한 영향에 초점을 맞추고 있다. 바꾸어 말해서 제한적 행위는 경쟁에 대한 영향과 생산이나 유통에 대한 개선 또는 경쟁면제로 얻는 혜택의 공정한 몫을 비교분석하여 정당화될 수 있다. 이러한 일괄적 적용면제 제도는 터키가 EU의 경쟁법 제도를 도입한 것이며 현재 우리나라 독점규제 및 공정거래법에서는 시행되고 있지 않으며 그 도입을 검토중이라고 한다.²¹⁾

(4) 지배적 지위의 남용금지

1) 의의

경쟁보호법 제4조에서 금지하는 반경쟁적 합의, 결정 및 담합행위 외에 제6조는 시장에서의 지배적 지위의 남용을 금지하고 있다. 경쟁보호법은 단순한 독점 또는 지배적 지위의 존재에 대해서는 관심을 갖는 것은 아니고 그 남용을 금지하는 것이며²²⁾ 이와 관련된 어떠한 면제도 없다. 이러한 규정도 EU 경쟁법상의 접근방법을 채택한 것이다.²³⁾ 경쟁보호법의 지배적 지위의 남용에 관한 제6조는 EU 경쟁법 제82조와 유사하며 지배적 지위 남용을 금지하고 있다. 그런데, 상품시장의 결정을 위한 정의 및 기준에 관하여 상세한 규정을 하고 있지 않기 때문에 관련 상품시장의 경계 설정을 위해서는 개별 사례별 분석이 불가피하다.

2) 관련 시장

경쟁보호법상 지배적 지위의 남용이 금지되기 때문에 관련 기업이 지배적 지위를 남용하였다고 주장하는 시장에 대하여 정의할 필요가 있다. 시장지배적 지위의 남용에

21) http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2014/10/16/2014101602258.html.

22) Communiqué No. 1998/7 on the Block Exemption of Franchise Agreements.

23) Art. 86 E.C. Treaty.

대한 조사는 “관련 시장”(relevant market)의 개념 정의에서 시작하여야 한다. 관련시장은 지배적인 지위를 판단하는데 필수적인 의미를 가지는 유럽의 사법재판소의 충분히 정착된 판례들이 있다.²⁴⁾

지배적 지위의 남용이 있는지의 여부에 관하여 분석하기 전에 관련 시장은 3가지 다른 관점에서 정의되어야 한다.

첫째, 시장에 대한 정의가 내려져야 하며 문제의 상품이나 서비스와 관련하여 그 시장의 경계를 설정하여야 한다. 이것이 관련 시장으로 정의되는 것이다. 여기에서 관련 상품들의 대체가능성(interchangeability), 수요의 교차탄력성(cross-elasticity), 및 공급 측면의 대체가능성 (supply-side substitutability) 등이 동일한 상품시장에 속하는지의 여부를 판단하는데 중요한 역할을 한다. 이러한 경제적 분석의 결과를 통하여 관련 상품시장의 경계가 설정되는 것이며, 그러한 경계는 시장지배적 남용 여부를 판단하는데 중요한 요소가 된다. 원칙적으로 시장이 좁을수록 기업이 더욱 큰 힘을 가지게 되며, 시장이 넓을수록 기업의 역할은 그 시장에서 작아지게 된다. 따라서 시장이 넓으면 어떤 기업의 그 시장에서 지배적 지위를 가질 가능성이 줄어들게 된다.

둘째, 시장의 지리적 경계를 설정하여야 한다. 제6조는 “터키 전 영역 내에서 또는 실질적인 부분에서” 지배력의 남용을 금지하고 있다. 지역시장(geographical market)에 대해 유럽사법재판소는 상품이 판매되고 관련 기업의 경제적 힘의 영향을 평가 할 수 있을 정도로 충분히 동질적인 지리적 구역 이라고 정의한 바 있다.²⁵⁾

제6조도 이러한 판결의 내용에 따라 해석되어야 할 것이다. 관련 상품에 관한 조건이 충분히 동질적이어야 하므로 관련 시장이 반드시 터키 전 영역이 아니라 특정한 지역일 수도 있다.

마지막으로, EU 경쟁법에서 지배적 지위의 남용에 관한 사례들에서 찾아 볼 수 있듯이 시간 요소들도 고려할 필요가 있다. 상품 시장 및 지리적 범위와 마찬가지로, 관련 기업이 관찰되고 있는 기간은 여러 가지 근거로 시장의 범위를 설정하는 때에 반드시 고려하여야 한다.²⁶⁾

한편, 경쟁위원회는 ‘관련시장을 결정하는 때에는 합병 또는 인수의 대상이 되는 상품 또는 서비스를 포함하는 시장 더불어 소비자의 눈으로 볼 때 그 가격, 의도된 용도 및 특성의 관점에서 동일하다고 여기는 다른 상품이나 서비스도 평가의 대상이 되어

24) Case 6/72 Europemballage and Continental Can v. Commission [1973] E.C.R. 215, [1973] C.M.L.R. 199.

25) 25. Case 27/76 United Brands v. Commission [1978] E.C.R. 207, [1978] 1 C.M.L.R. 429.

26) Gamze Oz, op.cit, p.153.

야 한다'고 지적한 바 있다. 경쟁위원회는 소매시장에서의 관련 상품 시장을 결정하면서 후술하는 2005년 CarrefourSa/Gima 합병 결정에서 토론회를 개최하였는 바, FMCGs (fast moving consumer goods)²⁷⁾ 소매시장에서 1,000 평방미터를 넘는 점포들은 그들이 제공하는 서비스(다양한 상품, 넓은 주차장 및 잡다한 부대서비스) 때문에 소비자들이 차별화한다는 점에서 별개의 시장으로 보았다. 반면에 경쟁위원회는 점포가 집중되어 있는 지역에서는 관련 시장의 범위가 면적이 300 평방미터의 점포까지는 확대될 수 있다고 판시하였다. 300평방 미터를 초과하는 판매면적을 가진 점포는 상품 범위, 서비스 및 소비자의 습관 등을 고려해볼 때 1,000 평방미터를 초과하는 점포에 대해 어느 정도까지는 경쟁적인 압력을 줄 것임을 판시하였다. 이에 따라 경쟁위원회는 이 거래에서 관련소매시장은 FMCGs를 판매하는 300평방 미터를 넘는 면적을 가진 점포라고 결론내렸다.

2005년 Migros/Tansas 합병사건에서 경쟁위원회는 소매시장과 조달(구매) 시장을 최초로 구분하였다. 경쟁위원회는 조달시장은 상품 그룹에 기초하여 정의되어야 함을 강조하였다. 조달시장은 상품의 범주에 근거한 별개의 시장으로 정의되어야 한다고 보았다. 결과적으로 슈퍼마켓 환경에서 판매되는 FMCGs를 고려하는 때에는 조달시장은 육류(meat)와 육류상품 시장, 화이트 미트(white meat)와 계란 상품, 베이커리 상품, 낙농상품, 맥주, 와인 및 알콜 음료, 비알콜음료, 열 음료(커피와 차), 제과상품(초콜렛, 케이크 등) 기본식품 (향료, 설탕, 쌀), 냉동식품, 육아식품, 가축사료, 바디 케어 상품, 주택청소 상품 등과 같이 별개의 관련 시장으로 정의되어야 한다는 입장을 보였다.

또한 경쟁위원회는 지역시장은 소비자가 쇼핑을 위해 움직이는 거리는 제한되어 있기 때문에 넓은 의미에서도 개개의 주를 기본적으로 설정될 수 있음을 강조하였으며 일정한 지역에서는 행정구역 단위로 지역시장의 지역적 범위를 낮추었다. 그러나 조달시장의 경우에는 지역적 시장을 전국으로 그 범위를 정하였다.

3) 시장지배적 지위의 남용 행위의 범주

경쟁보호법 제3조와 제6조에서 각각 “지배적 지위” 및 “지배적 지위의 남용”이라고 표현하고 있는 바, 단일 사업자뿐 만 아니라 둘 이상의 사업자에게 의한 시장지배적 지위의 남용도 금지된다. 과점시장에서의 기업들의 반경쟁적 행위도 규제대상이 되는 것

27) 세제, 면도용품, 양치제품, 화장품, 비누, 세면도구, 플라스틱 제품, 종이류, 전구, 유리 제품 같이 소비 속도가 빠른 비내구성 소비재를 말한다.

이다. 제6조에서는 위에서 언급한 시장지배적 지위에 관한 구체적 측면에 대해서는 언급하고 있지 아니하므로 경쟁위원회가 개개의 사건에서 그 개념에 대해 정의하고 해석하게 될 것이다. 유럽의 경쟁법 및 특히 유럽사법재판소의 관련 판례는 터키에서 그러한 개념을 시행하는 과정에서 중요한 지침이 될 것이다.

시장지배적 지위의 남용의 예시로서 간주되는 행위들은 제6조에서 다음과 같이 열거되어 있다. ① 새로운 경쟁자를 직접 또는 간접으로 방지하거나 기존 경쟁자의 활동을 방해하는 행위, ② 동일한 거래에 다른 조건을 적용함으로써 거래 당사자들간의 직접 또는 간접의 차별을 조성하는 행위, ③ 재판매조건 조건의 유지를 수락하여야 하는 계약을 체결하는 행위, ④ 생산, 마케팅 또는 기술개발을 제한하여 소비자를 불리한 위치에 있을 수 있게 하는 행위 등이다. 이러한 예시는 망라적인 것이 아니므로 제6조에 언급되지는 않았으나 지배적 지위의 남용을 구성하는 것으로 간주되는 다른 형태의 행위도 제6조의 적용범위 내에 있다.

한편, EC 제86조 (a) 항과는 달리 터키 경쟁보호법 제6조는 불공정한 가격책정(unfair pricing)에 관한 명시적인 규정을 두고 있지 않은 바, 터키의 학계와 실무자들 사이에도 이 문제에 대해 다른 해석을 내놓고 있다.²⁸⁾ 약탈적 가격책정이 제6조 (a) 항의 적용대상이 될 것이지만 약탈적 가격책정에 대한 분석과 정의에 대해서는 전적으로 경쟁위원회의 판단에 달려 있다 할 것이다. 한편 제6조가 착취가격남용(excessive pricing)을 금지하는 것인지에 대해서도 명확하지 않다.²⁹⁾ EC 경쟁법 제86조이 금지 목록이 열거적인 것인 아니며, 경쟁위원회가 이 문제에 대해 평가하고 해석할 권한이 있기는 하지만, 시장에서 가격규제자(price regulator)가 될 수는 없을 것이다.

(5) 인수합병에 대한 규제

1) 인수합병과 지배적 지위에 관한 판단 기준

제7조는 역시 EU Merger Regulation과 유사한 다음과 같은 취지의 규정을 두고 있다. 즉, 결과적으로 국가의 전부 또는 일부 지역에서 어떤 상품 또는 서비스 시장에서의 경쟁이 현저하게 감소하는, 지배적 지위를 형성 또는 강화하는 것을 목적으로 하는 2이상

28) Gamze Oz, op.cit., p.154.

29) Ibid.

의 기업들의 합병은 어떠한 기업 또는 사람에 의한 상속을 통한 다른 기업의 인수의 경우를 제외하고는 불법이고 금지된다. 이와 같이 터키에서는 인수합병을 평가하면서 지배적 지위 기준을 적용하는 바 이 점은 EC의 경쟁법과 다른 점이다. 경쟁위원회가 경쟁보호법 제7조 이하의 규정에 따라 인수합병에 대하여 판단을 함에 있어서는 관련 시장의 구조 외에도 국내 또는 국외에 본사를 둔 기업들간의 실제 또는 잠재적 경쟁과 관련한 국내에서의 효과적인 경쟁의 유지 및 발전 필요성을 고려하게 된다.

따라서 관련 기업들의 시장에서의 지위, 관련 기업들의 경제·금융상의 힘, 공급자와 사용자를 찾기 위한 다양한 방안들, 시장에 상품을 공급하는 자에 접근할 수 있는 기회 또는 시장에 진입할 수 있는 기회, 시장진입에 대한 법적 또는 기타의 장벽, 관련 상품 및 서비스에 대한 수요·공급 추이, 중개상과 최종 소비자의 권익, 경쟁에 장애가 되지 아니하고 소비자에게 이익을 주는 기술적·경제적 과정의 발전 그리고 그 밖의 요소들을 고려하여야 한다고 하였다.³⁰⁾

경쟁위원회는 경쟁보호법 제7조에 따라 통보를 요하는 인수합병의 범주에 관한 Communiqué (No. 1997/1)을 공표하였으며 2010년 인수합병에 관한 새로운 Communiqué No. 2010/4으로 대체되었고,³¹⁾ 다시 Communiqué No. 2012/3으로 적용 임계치(thresholds)가 변경되었다. 이 Communiqué의 적용범위 내에 있는 인수합병을 하는 경우에는 경쟁위원회에 통보하여야 하며 법적인 효력을 갖기 위해 승인을 얻어야 한다.³²⁾

이 Communiqué는 경쟁보호법이 적용되는 인수 또는 합병에 해당하는 거래유형들에 대해서 정하고 있는 바, 인수 또는 합병 당사자인 관련 기업들의 관련시장에서의 총 시장점유율 또는 거래총액(total turnover)을 기준으로 삼고 있다.³³⁾ 경쟁위원회에 통지되는 인수 또는 합병은 경쟁위원회에 의하여 명시적³⁴⁾ 또는 묵시적으로³⁵⁾ 승인이 부여될 때까지는 법적 구속력이 없다.

2) 2005년 소매업부문 합병사건에 대한 분석

터키에서 FMCGs 소매부문은 급격한 변천의 과정을 겪어 왔다. 체인스토어, 하이퍼마

30) Ibid., p.155.

31) Communiqué No. 2010/4 on Mergers and Acquisitions Requiring the Approval of the Competition Board.

32) Communiqué No. 2010/4 제6조 참조.

33) Communiqué No. 2012/3 제4조.

34) 경쟁보호법 제10조 제2항.

35) 경쟁보호법 제10조 제3항.

켓/슈퍼마켓 그리고 할인점(discount stores)과 같은 조직화된 소매업자들이 전통적인 소매업자들에 희생하에 급속하게 시장점유율을 높여왔다. Migros는 터키 최대 기업집단인 Koc Holding의 지배하에 있는 1954년 설립된 최초의 조직화된 소매업자였다. Gima는 터키 최초의 슈퍼마켓 체인으로서 1956년 설립되었다. Tansas는 1973년 설립되었으며 그 후 1996년 주식의 과반수가 Dogus Holding으로 넘어갔다. 최초의 외국인소매업자인 Metros는 1988년 첫 번째 점포를 오픈하였으며 1991년과 1992년 Carrefour와 Promodes가 시장에 진입하였는 바, Carrefour는 Sabanci Holding와 CarrefourSa 합작회사를 설립하여 소매시장에 진입하였다. 2003년에는 영국의 소매업체인이 지역 소매업자인 Kipa를 인수하였다. Migros는 터키의 최대 소매업자로서 499개의 점포를 가지고 있었으며 Tansas는 206개의 점포를 가지고 있었다.³⁶⁾

2005년은 터키의 FMCGs 소매업부문의 전환기라고 할 수 있는 바, 대규모 기업결합으로 전국적 소매업자들의 수가 6개에서 4개로 줄어들었다. 프랑스 소매업자 Carrefour와 터키의 두 번째 큰 기업집단 Sabanci Holding의 합작회사인 CarrefourSa가 터키의 5번째로 큰 소매업자 Gima를 인수하였다. 직후 Migros를 소유한 Koc Holding는 세 번째로 큰 소매업자인 Tansas를 인수하는 반응을 보였으며 비교적 큰 지역적 소매업자인 Kiler는 다른 지역적 소매업자인 Canerler를 인수하여 전국적인 영업을 시작하였다. 이와 같은 기업결합들은 소매시장구조 그리고 공급자 측면에서의 급격한 변화를 초래하였다.

〈표 1〉 합병 전 시장점유율

소매업자	조직화 된 소매시장 점유율(%)	총 FMCGs 거래비율 (%)
Migros	13.4	7.3
BIM	9.6	5.3
CarrefourSA	9.2	5.0
Tansas	7.6	4.1
Metro/Real	6.8	3.8
Gima	5.0	2.8
CR4	39.8	21.7
기타 업체	53.4	71.7

※ CR4 : 상위 4개회사 집중도(concentration rate)

36) Tarkan Erdogan, "Decision of Turkish Competition Authority on Migros/Tansas Acquisition", European Competition Law Review, Vol. 28 (2007), p. 440.

〈표 2〉 합병 후 시장점유율

소매업자	조직화 된 소매시장 점유율(%)	총 FMCGs 거래비율 (%)
Migros/Tansas	21	11.4
CarrefourSA/Gima	14.2	7.8
CarrefourSA	9.6	5.3
BIM	6.8	3.8
Metro/Real	2.8	1.5
Tesco/Kipa	51.6	28.3
CR4	53.4	71.7

많은 EU국가들과는 달리 FMCGs에서의 터키의 조직화된 소매업자들(organized retailers)의 시장점유율이 총 거래액의 거의 절반을 차지하고 있었다. 특히 “바칼”이라고 알려진 야채가게 등은 그 시장점유율이 크게 낮아지고 있었지만 여전히 주목할 만한 시장 점유율을 보이고 있었다. 뿐만 아니라 터키 지역적 소매업자들이 조직화된 소매업 부문에서도 중요한 역할을 하고 있었으며 전국적 소매업자들에게 경쟁력 있는 압력을 가하고 있었다. 도표 2에서 보듯이 합병 후의 상위 4개회사의 시장집중도는 전체 조직화된 소매부문에서 약 10% 그리고 전체 소매거래에서 6% 증가하였다.³⁷⁾

이 사건에서 매장 면적이 1,000 평방미터를 초과하는 소매업자들이 형성하는 시장을 검토한 결과 여러 지역에서의 Migros/Tansas의 총 시장점유율은 Cesme에서는 100%, Edremit에서 72%, Nazilli에서 100%, Kusadasi에서 100%, Marmaris에서 72% 그리고 Eskisehir에서 69%이었다. 관련 시장의 범위를 매장 면적 300 평방미터까지 축소하면 Cesme에서 74%, Edremit에서 60%, Nazilli에서 46%, Kusadasi에서 67%, Marmaris에서 52%; and Eskisehir에서 39%로 줄어들게 된다.

경쟁위원회는 지배적 지위를 분석함에 있어서는 시장진입 기회가 시장점유율과 더불어 중요한 고려사항으로 판단하였다. 경쟁위원회는 합병 후 지배적 지위가 존재할 수 있는 Cesme, Edremit, Nazilli 및 Kusadasi 지역에서 수행된 현장조사에서 1,000 평방미터를 초과하는 점포를 개설하는데 편리한 건물부지가 많으며 이들 지역의 중심지에서 300미터를 초과하는 점포를 개설하기 위한 장소를 찾는 것은 용이하고 또한 다른 영업형태에서 FMCG 소매업으로 전환하는 것도 용이한 바 이러한 요소들은 잠재적으로 경쟁을 증대시키는 것으로 판단되었다.

37) Ibid. p.441.

이에 따라 합병 당사자들이 상기 지역에서 높은 시장점유율을 가지고 있지만, 다른 기업들의 시장진입이 충분히 가능하기 때문에 FMCG 시장에서 지배적 지위를 갖게 되는 것은 아니라고 결론을 내렸다.³⁸⁾

한편 상기의 인수합병이 조달시장에 어떠한 영향을 미칠 것인가에 대해서도 검토하였다. 즉, 인수합병으로 소매시장에서의 구매자시장력(buyer power)이 증가하면 당사자들이 유리한 조건에서 물품을 구입할 수 있게 될 것이며 이를 통하여 소매시장에서의 시장 점유율이 높아질 수 있다는 점을 염두에 둔 것이다. 경쟁위원회는 16개의 구매시장 중에서 냉동식품과 세제상품 시장이 구매자시장력의 효과가 가장 잘 나타나는 시장으로 보고 이 두 시장을 분석대상으로 하였다. 이들 두 상품은 슈퍼마켓에서 많이 판매되는 것들이었다. Migros/Tansas는 인수합병 후 세제 총 판매액의 10%를 차지하고 있었으며 이들의 조직화된 소매업자들의 총 판매액에서는 30%를 상회하게 되었다. 냉동식품 시장에서는 Migros/Tansas가 판매고의 18.1%를 차지한 것으로 추산되었다. 경쟁위원회는 세제상품시장과 냉동식품시장과 관련된 데이터를 분석해볼 때, 생산자와 소매업자 간의 조달시장에서의 지배적 지위의 창설은 불가능하다고 판단하고, Migros의 Tansas 인수가 경쟁보호법 제7조의 지배적 지위의 창설을 초래하지 아니한다고 보았다.³⁹⁾

3. 경쟁규칙 위반에 대한 민사법상의 책임

EU 경쟁법에서는 경쟁규칙 위반에 대한 민사법상의 결과에 관한 문제는 개별 회원국의 국내법제도에 따라 처리하도록 하고 있다. 터키 경쟁보호법은 제4조에서 금지하는 행위는 무효이며 그러한 합의 당사자들은 그러한 합의로부터 발생하는 의무의 이행을 요구할 수 없음을 명확히 하고 있다.⁴⁰⁾ 그러한 합의의 무효 외에도 경쟁보호법은 그러한 금지된 행위로 인하여 손해를 입은 사람들에게 대하여 그 위반자들로 하여금 배상을 하도록 규정하고 있다.⁴¹⁾ 그러한 손해가 당사자들의 합의 또는 결정이나 중대한 과실의 결과인 경우, 법관은 당사자들의 요청이 있으며 실질적 피해의 세배에 해당하는 배상 또는

38) Ibid.

39) Ibid. p.442.

40) 경쟁보호법 제56조.

41) 경쟁보호법 제57조 및 제58조.

기업이 얻은 또는 얻을 수 있었을 이익의 세배에 해당하는 배상을 배상하도록 판결할 수 있다. 이러한 점은 경쟁보호법이 미국 독점금지법의 영향을 받았음을 보여주고 있다. 터키 경쟁보호법에서 상정하는 3배 손해배상소송 (treble damages action)은 원래 미국의 독점금지법에서 유래한 것이다. 이와 같은 배상 규정은 터키의 일반적인 법체계에서 완전히 새로운 개념이다. 경쟁위원회에 이의가 제기되었는지의 여부와 관계 없이 민사법정에서 당사자들의 요청이 있으며 법관은 경쟁보호법상의 상기 배상 규정을 적용할 수 있다. 이러한 민사소송은 경쟁보호법 이반으로 인하여 손해를 입은 자들에게 실질적인 구제를 제공해줄 것이며 경쟁보호법의 실효성을 높이는 데도 큰 기여를 할 것이다.

IV. 결론

터키의 1997년 경쟁보호법은 EU와의 관세동맹의 형성에 따른 의무 이행, 궁극적으로는 EU 가입을 위한 정치적인 동기가 있었던 것은 사실이지만, 그 주된 목표 중 하나가 소비자 보호인 경제민주화의 일환이었으며 무한경쟁시대에 중소기업들이 살아남을 수 있는 여지를 만들었다. 터키에서 경쟁보호법을 비롯하여 경쟁법 시행의 역사가 길지 아니하여 단언하기는 어렵지만, 현재까지 적어도 이 법의 시행과정에서는 흔히 말하는 중동의 샤리아 등 전통법 관념이 중요한 요소로 자리 잡고 있지 아니한 것으로 평가된다.

우리나라가 터키와 체결한 FTA 기본협정(Framework Agreement Establishing a Free Trade Area between the Republic of Korea and the Republic of Turkey) 제3장(경쟁)은 9개 조문을 두고 있는 바, 제3.1조 정의, 제3.2조 원칙, 제3.3조 이행, 제3.4조 협력, 제3.5조 협의, 제3.6조 통보, 제3.7조 비밀유지, 제3.8조 공기업 및 제3.9조 분쟁의 해결 등 비교적 간단한 9개 조문을 두고 있다. 제3.1조에서 불공정관행을 (a) 어느 한 쪽 당사국의 영역에서 경쟁의 금지, 제한 또는 왜곡을 그 목적 또는 효과로 하는 기업 간 합의 및 동조적 행위, 기업 단체의 결정 및 관행, (b) 어느 한 쪽 당사국의 영역에서 하나 이상의 기업에 의한 지배적 지위의 남용 또는 (c) 어느 한 쪽 당사국의 영역에서 특히 지배적 지위의 형성 또는 강화의 결과로서 경쟁을 현저히 줄이는 기업 간 결합으로 정의하고 있다. 우리나라의 독점규제 및 공정거래에 관한 법률에서는 동조적 행위(concerted practice)를 공동행위의 유형으로 명시하고 있지 않다. 이러한 점을 감안해서인지 각주 4에서 “동조적 행위에 대한 이 장의 적용은 각 당사국의 경쟁법에 의해 결정된다”라고 단서를 달고 있다.

한편, 경쟁위원회의 Migros/Tansas 인수합병 결정은 터키의 인수합병 관련 경쟁법의

발전에 중요한 사례로 평가되고 있다. 이 결정은 그 분석대상이 광범위하였을 뿐만 아니라 최초로 소매부문에서의 구매자시장력 문제를 다룬 사례이다. 이 사건의 결정은 경쟁위원회가 터키 소매부문에서의 기업결합에 대하여 어떠한 입장을 가지고 있는가를 보여주는 것이다.

참고문헌

권오승, 경제법 (법문사; 2014).

David J. Gerber, *Global Competition: Laws, Markets and Globalization*, (Oxford University Press: 2010).

Ziya Umut Türem, "Competition Law Reform in Turkey: Actors, Networks, Translations," *Indiana Journal of Global Legal Studies*, Vol.21 (2004).

Gamze Oz, "Competition law and practice in Turkey", *European Competition Law Review*, Vol.20 (1999).

G. Anik, "Competition Rules of Turkey", *European Competition Law Review*, Vol. 5 (1997).

Tarkan Erdogan, "Decision of Turkish Competition Authority on Migros/Tansas Acquisition", *European Competition Law Review*, Vol. 28 (2007).

http://europa.eu/about-eu/countries/index_en.htm.

<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/tr/tr115en.pdf>

http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2014/10/16/2014101602258.html

<http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=11158>.

<http://www.rekabet.gov.tr/word/ekanun.doc>