

**ÇİMENTO SEKTÖRÜ AÇISINDAN  
TÜRKİYE ve DÜNYADA  
REKABET POLİTİKASI UYGULAMALARI**

**Yrd. Doç. Dr. Esra LAGRO**

Doğuş Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi



Bugün burada olmanın benim için ayrı bir anlamı var 1990'lı yılların başında rekabet politikası üzerine uzmanlaşmaya başladığımda hepinizin de yakından tanıdığı değerli hocam Sayın Prof. Dr. Erol Katırcıoğlu "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı" üzerinde çalışmaktaydılar. Bu anlamda Kanun'un şekillendirilmesi yönünde çeşitli bilimsel tartışmaları çok yakından izleme fırsatım oldu. Yine hukuksal bakış açısını da değerli hocam Dr. Ateş Akıncı ile birlikte inceleme fırsatını buldum. O günler için kağıt üzerinde bir kurum olan Rekabet Kurumu şimdi çalışıyor, dolayısıyla bugün benim için sizlerle birlikte Rekabet Kurumu çatısı altında bulunmak ayrıca memnuniyet verici.

Rekabet Politikası son derece geniş bir alan ve bu konuda tartışılacak ve üzerinde düşünülmesi gereken sayısız konu var. Ancak ben bugün için sizlere göreceli olarak daha dar kapsamlı bir konuda sunuş yapmayı yeğledim. Esas itibarıyla 4. maddenin temelinde yatan iktisat teorisinin, özellikle de oligopol piyasalar açısından, üzerinde durmak istiyorum. Bunu yaparken de bir rekabet otoritesinin var olan hukuki çerçeve içinde piyasaları incelerken ve rekabete aykırılık olup olmadığına, kimlerin rekabete aykırı davranışlar içinde olduğuna karar verirken kullanabileceği bir iktisadi perspektifi sizlerle paylaşacağım, çimento sektörü de bu anlamda bir örnek teşkil edecek. Hepinizin de bildiği gibi çimento sektörü Rekabet Kanunu'nun uygulamaya konulmasıyla birlikte önemli ölçüde mercek altına alınan sektörlerden biri. Bu durum tabii yalnızca Türk çimento sektörü için değil, dünyanın her yerindeki çimento sektörleri için geçerli ve Rekabet Kurumu'nun bu konuda aldığı en son karar bana göre hala gelecekteki başka kararların habercisi. Neden böyle düşündüğümü ise sunuşum esnasında daha iyi anlatmış olacağım kanısındayım.

Rekabet politikası bilindiği üzere hukuk ve iktisadın eşit oranda ağırlığının olduğu bir alan ve bu nedenle zaman zaman iktisadi açıdan değerlendirmelerde bulunarak, zaman zaman hukuki anlamda bazı karar ve

davalara değinerek önemli bazı noktaları aydınlığa kavuşturmaya gayret edeceğim. Esas itibarıyla bugün üzerinde durmak istediğim konu çimento sektörü örneğiyle özellikle 4. madde kapsamında sözü edilen rekabete aykırı olarak tanımlanan davranışlar konusunda belirleyici olan iktisadi rasyonel üzerinde durmak ve buna ek olarak çimento sektörüne ilişkin olarak AB ve ABD'deki uygulamaları ortaya koyarak Rekabet Kurumu'nun üzerinde çalışmakta olduğu Türk çimento sektörü konusuna da çok taraflı perspektif sağlayarak, belki bir ölçüde katkı sağlayabilmek.

Çimento sektörü iktisadi yapısı itibarıyla göreceli anlamda homojen bir sektör olarak kabul edilebilir dolayısıyla da dünyanın her yerinde hemen hemen aynı türden rekabet politikası uygulamalarıyla karşı karşıya kalmış bir sektördür. Bu nedenle de ABD ve Avrupa Birliği'ndeki uygulamaları detaylı olarak incelemeyi de uygun buldum. Türk çimento sektörüne ilişkin olarak gerçekleştirdiğim ampirik çalışmada da söz konusu birikimden yararlandım. Vardığım sonuçları son bölümde özet olarak aktaracağım.

Genel olarak sunuşumu altı bölümde topladım. Birinci bölümde ana hatlarıyla çimento sektörünün genel iktisadi özelliklerini belirteceğim. İkinci bölümde, "collusion" konusunda ya da diğer bir deyişle 4. madde kapsamının temelini oluşturan iktisadi teori üzerinde duracağım ancak bu başlı başına tartışılması gereken çok detaylı bir konu olduğu için olabildiğince bazı önemli olduğunu düşündüğüm noktaları sizlerle paylaşmaya gayret edeceğim. Üçüncü bölümde bir rekabet otoritesinin 4. madde kapsamında bulunan anlaşmalar, özellikle de gizli olanlar, ve uyumlu eylemler konusunda hangi kriterlere dayanarak karar verebileceği konusunu çimento sektörü örneği ile ortaya koyacağım başka bir deyişle "collusion detection" konusuna değinmiş olacağım. Dördüncü bölümde AB Rekabet Politikası ve dünden bugüne çimento sektörüne ilişkin rekabet kararları ve davaları konusuna değineceğim. Sunuşumun beşinci bölümünü ABD'deki çimento sektörü ve rekabet politikası uygulamaları oluşturuyor. Ve son olarak Türkiye çimento sektörünün rekabet politikası açısından incelenmesi konusunda gerçekleştirmiş olduğum ampirik çalışmanın sonuçlarından bahsederek sunuşumu tamamlayacağım.

İlk olarak çimento sektörünün iktisadi özelliklerine değinirsek, çimento sanayi, oligopol piyasasının tipik bir örneğidir. Genel olarak bakıldığında talep esnekliği zayıf olan homojen bir ürün olarak tanımlanabilir. Üretim ağır yatırım gerektirir ve dağıtımı ise yüksek maliyetlidir. Dolayısıyla da bir kaç tane üreticinin oluşturduğu bir pazar söz konusudur. Aynı zamanda söz konusu üreticiler, daha uzakta bulunup marjinal maliyetle ürününü satmaya çalışan üreticilerin dışsal rekabet baskısıyla da karşı karşıyadırlar.

Ana hatlarıyla çimento sektörünün iktisadi özelliklerini şöyle irdeleyebiliriz. Talep, çimento sektöründe esas itibarıyla mevsimseldir ve fiyat esnekliği düşüktür. Çimento homojen bir üründür. Satışların neredeyse tümüne yakın bir kısmı yarım veya bir düzine ticari çeşitlerinden oluşur ve bunların arasında Portland çimento lider konumdadır. Marka yaratmak söz konusu olmadığından herhangi bir üreticinin ürünü bir diğerininkine kolaylıkla tercih edilebilir. Aynı zamanda ürün standartları üreticilerce garanti edilir durumdadır. Genellikle bu standartlar ülke genelinde oluşturulmuş standartlardır ve çoğu kez komşu ülkelerde de kolaylıkla kabul görür. Dolayısıyla da standartlar çoğunlukla da ticaret engeli olarak düşünülmez.

Çimento inşaat sektöründe yaygın olarak kullanılmakla beraber, inşaat maliyetlerinin küçük bir yüzdesini oluşturur. Bunun sonucu olarak çimento fiyatlarının makroekonomik koşulların oluşturduğu genel talep üzerinde büyük bir etkisi olduğunu söylemek zordur. Buna karşın hazır beton üreticileri ve prefabrik üreticileri fiyatlardan daha çok etkilenen kesim olarak ortaya çıkmaktadırlar.

Arz konusuna baktığımızda, bu konuda iki önemli iktisadî faktörü göz önüne almak gerekir. Birincisi fabrikaların ekonomik ölçeğine göre sabit maliyetler ile taşıma maliyetleri arasındaki ilişki, belli bir alanda üretim gerçekleştirmekte olan üretim birimlerinin talep yoğunluğuna bağlı olarak, üretim ağının yoğunluğu konusunda bir fikir verir. İkinci olarak, yatırım maliyetleri ve yatırımların ömrü söz konusu üretim ağının sürekliliği konusunda belirleyicidir. Ölçek ekonomileri yine çimento sektörü açısından önemlidir.

Taşıma maliyetlerine gelince, bu husus üç ana faktöre bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Birincisi ne tür bir taşıma aracının kullanıldığı: karayolu ile 200 km'den az olan uzaklıklar; demiryoluyla 200-600 km arası uzaklıklar; ve denizyolu kullanılarak yapılan taşıma. İkinci önemli olan unsur taşınacak mesafedir. Üçüncü unsur da taşınan ürünün miktarı. Bu üç tür taşıma metodunun hepsi sadece belli uzaklıklar açısından değil ama taşınan miktara da bağlı olarak bir kamyon için yaklaşık 25 ton; demiryolu için 1,300 ton ve denizyolu için 10,000 tona kadar ekonomik olabilmektedir. Bu tabii yükleme maliyetleriyle açıklanabilir. Deniz yoluyla nakliyatla genel olarak deniz kıyısındaki fabrikalardan ucuza yükleme yapılabilmeyle beraber, boşaltma maliyetleri pahalı olabilmektedir. Bütün bunları göz önüne aldığımızda taşıma maliyetlerinin fiyata önemli derecede etkidiğini söylemek mümkün. Bu durumda ölçek ekonomilerine sahip etkin üretim yapabilen bir fabrika, kendisine oranla daha iyi bir yere sahip fabrikaya göre dezavantajlı duruma düşebilecektir. Çoğunlukla karayoluyla

taşıma yapılan orta halli tüketim bölgelerinde ise az sayıda rakip olması kaçınılmaz gözükmektedir.

Ana hatlarıyla çimento sektöründeki ekonomik özellikler böyle özetlenebilir. Ancak, diğer bölümlerde de benzer biçimde çimento sektörünün iktisadi özelliklerinin üzerinde duracağımdan bu aşamada daha fazla ayrıntıya girmeyeceğim.

Sunuşumun ikinci bölümünde rekabet kurallarının oluşumu ve uygulanmasına ilişkin iktisat teorisine kısa bir bakış öngörüyorum. Bilindiği gibi 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un 4. maddesi rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararlar konusunu kapsıyor. Bu aşamada söz konusu maddenin temelinde yatan iktisadi düşünceden kısaca bahsetmemizde fayda var. Türkiye'de 4. madde, AB'de ise 81. madde oligopol piyasalarındaki iktisadi aktörlerin davranışlarını düzenliyor, daha da özele inerek "collusion" kavramını içeriyor. Bu kavram Türkçe'ye daha çok gizli anlaşma veya uyumlu eylem olarak çevriliyor. İktisadi anlamda tanımlarsak bu terim oligopol piyasasında faaliyet gösteren bir grup rakip firmanın rekabeti bilinçli olarak kısıtlayarak kar maksimizasyonu sağlamaya yönelmesini ifade eder. Bu anlamda karlar, monopol pozisyonunda bulunan bir firmanın kar marjlarına yakın bir düzeyde gerçekleşir.

Rekabeti kısıtlamaya yönelik bu türden davranışlar sadece fiyat bazında gerçekleştirilebildiği gibi, pazar paylaşımı, üretim ve/veya kapasite ayarlamaları biçiminde de olabilir. Bu anlamda collusion dediğimiz olay üç ayrı biçimde gruplanabilir. Birincisi, fiyat ve miktar anlaşmaları. Bu tür en çok rastlanılan biçimdir ve genel olarak ilk rekabet parametresi olarak fiyat üzerinde yoğunlaşır. İkincisi, kapasite anlaşmalarıdır. Oligopol piyasasında faaliyet göstermekte olan iktisadi aktörlerin üretim ölçekleri ve üretim kapasitesine ilişkin seçimleriyle bağlantılıdır. Bu durumda firmalar rekabet koşullarını en aza indirecek biçimde kapasitelerini azaltarak veya çoğaltarak kendi rasyonel seçimlerini ortaya koyarlar. Bu türden gizli anlaşmalara taraf olan firmaların kısa ve orta vadede bu anlaşmanın dışına çıkmaları çok zordur. Dolayısıyla rekabeti kısıtlamaya yönelik olarak oluşturulan denge uzun süre devam eder. Anlaşmayı bozmaya kalkan firmanın bu eğilimi diğerlerince daha kolay algılanır. Üçüncü olarak da, piyasa alanı anlaşmaları dediğimiz türden anlaşmalar vardır. Adından da anlaşılacağı gibi bu türden anlaşmalar bir ürün veya bölgeye göre piyasaların bölüşülmesi esasına dayanır. Bu konuda karar stratejik anlamda tarafların karşılıklı olarak rekabet etmeleri durumundaki kayıplarının bilincinde olmaları temeline dayanır.

Bilindiği gibi gizli anlaşmalar ve/veya uyumlu eylemlerde her zaman firmaların bir araya gelip fiyatlar, kotalar vb. konularda birebir anlaşmaya

varmaları gerekli değildir. Oligopol piyasalarında var olan karşılıklı bağımlılık firmaları kendi stratejik kararları ve diğer firmaların davranışları doğrultusunda belirgin bir anlayışın geliştirilmesine yöneltebilir. Bu anlaşılabilir bir durum çünkü firmaların sonuç itibarıyla içinde buldukları koşullar altında olabilecek en karlı çözümlere yönelmeleri rasyonel olan davranış biçimidir.

Bu çerçevede bir rekabet otoritesi için en can alıcı soru bu türden davranış biçiminin nasıl bir şekil aldığı veya alabileceğidir. Bununla ilgili olarak endüstriyel iktisat teorisi ve bu teörinin test edilmesine yönelik olarak yapılan ampirik çalışmalar bu soruya birden fazla yanıt vermektedir. Bu de genellikle, incelemeye alınan sektörlerin farklı olması ve rekabet ihlallerinin değişik parametreler içermesiyle açıklanabilir. Vaktimizin kısıtlı olması dolayısıyla ben 4. madde kapsamında rekabete aykırı davranışlar konusunu tümüyle tartışmayacağım ancak rekabet otoritesinin bakış açısından belli bir sistem halinde ve çimento sektörü örneğiyle tartışmak istiyorum

Bu anlamda bir rekabet otoritesi 4'üncü madde kapsamındaki rekabete aykırı davranışların belirlenmesi konusunda hangi kriterleri esas alabilir, bu konuda çimento sektörü nasıl bir örnek olarak oluşturabilir, birlikte görelim.

Rekabet otoritesi bakımından rekabete aykırı olan her türlü gizli anlaşma ve uyumlu eylemin ortaya çıkarılması ve ispatlanması büyük önem taşır. Firmaların bu türden davranışlarının da genel olarak toplumun ve nihai tüketicinin refahına olası olumsuz etkileri de göz önüne alınırsa ispat konusu daha da önem kazanıyor.

Az önce de belirtmeye çalıştığım gibi endüstriyel iktisat teörisinin bu konuda belirli bir standart metodu yok ancak bir çok metodu var. Bunun nedenleri de oldukça açık. Bir piyasadaki uyumlu eylemleri veya gizli anlaşmaları ortaya koymak o sektöre özel bir durum ve her piyasanın özellikleri diğerlerinden farklı. Diğer yandan diyelim ki, belirli bir piyasadaki gizli anlaşma ve uyumlu eylemin varlığı görülüyor, bunun kanıtlanmasının yanı sıra, bir de piyasadaki bu türden davranışlarda bulunan firmaların ayırt edilmesi gereklidir. Bu da, rekabet otoritesini zorlayan hususlardan biridir.

Bu anlamda çok kesin delillerin bulunmadığı veya bulunamadığı durumlar için bir rekabet otoritesinin göz önüne alması gereken çeşitli faktörleri gözden geçirmekte fayda görüyorum. Yalnız, bu aşamada altını çizmek istediğim bir konu var. Bir piyasadaki gizli anlaşma veya uyumlu eylemi işaret eden faktörler aynı zamanda o piyasadaki bu türden eylemlerin nedeni olabileceği gibi, bu türden davranışların devamlılığını sağlayıcı faktörler olarak da karşımıza çıkmaktadırlar.

Üç ana grup altında bu faktörleri gözden geçirebiliriz. Rekabete aykırı olan gizli anlaşma ve uyumlu eylemleri belirleme konusunda ilk aşamadaki önemli kavramlar rekabete aykırı davranışlar içinde bulunduğu düşünülen piyasanın yapısı ve bu piyasadaki yoğunlaşmadır.

Bilindiği gibi az sayıda iktisadi aktörün faaliyet gösterdiği oligopol piyasaları sözünü ettiğimiz eylemlere en yatkın piyasalar. Bu tür piyasalar Hirschman-Herfindahl, CR4, Lerner endeksi gibi çeşitli yoğunlaşma endeksleri ile test edilerek genel anlamda söz konusu piyasadaki yoğunlaşma konusunda güvenilir sonuçlar elde edilebilmesi mümkündür. Özellikle “Hirschman-Herfindahl” endeksi bu çerçevede rekabet otoritelerince yaygın olarak kullanılan bir endekstir. Yoğunlaşmanın ortaya konması, rekabete aykırı davranışların olduğu düşünülen sektörün ağırlıklı olarak hangi kesiminin veya ne gibi parametreler bazında ele alınması gerektiği sorusuna açıklık getirecektir.

İkinci olarak, analizi yapılan veya yapılacak olan piyasanın iktisadî özelliklerine bakmak gerekiyor. “Peki, nedir bu özellikler? Bu özelliklerin analizi ne anlama geliyor?” gibi sorular olabilir kafanızda. Görünüş itibarıyla gayet basit bir liste olarak gözükebilir bu sayacaklarımız ama bunların her birinin Rekabet Kanunu’nda belirtilen kavramlarla ilişkisi vardır ve rekabete aykırı davranış içinde bulunan firmaların ve/veya söz konusu olabilecek açık veya gizli anlaşmaların ispat gerekçesini oluşturacakları da kuşkusuzdur. Aynı zamanda da, rekabet ihlali söz konusu olduğunda da hangi firmalara ne kadar ceza verilebileceği konusunda belirleyici niteliği olan hususlardır. Unutulmaması gereken nokta, rekabet ya da antitröst kanunlarının esasen piyasada var olabilecek bozuklukları düzeltmek için devlet tarafından çizilen bir sınır, bir sanayi politikası aracı olduğudur. İktisadî etkinliğin sağlanması ve piyasaların optimal biçimde işlemesine yönelik kurallar bütünü olarak da tanımlamamız mümkündür.

Sözünü ettiğimiz iktisadî özellikleri de kısaca belirtelim. İlk olarak ürünün özellikleri çok önemli. Bunu talep esnekliği, piyasadaki arz esnekliği ve piyasaya giriş ve çıkış serbestisi, daha sonra teknolojik gelişme, maliyet yapısı, satışların miktarı ve sıklığı, piyasadaki çıkışın maliyeti, piyasada bir teşebbüs birliğinin var olup olmadığı gibi özellikler izliyor.

Üçüncü ana grup olarak, piyasada faaliyet gösteren firmaların davranışlarından bahsedelim. Tabii şimdi belirteceğim özelliklere daha başkalarını da eklemek mümkün. Ancak bunları sadece çimento sektörü bazında belirtiyorum, bunu da eklemek isterim. Bu anlamda önem taşıyan hususlardan ilki üreticilerle müşteriler arasındaki bağlar ve ilişkiler. İkincisi, piyasada var olan bilginin seviyesi. Üçüncüsü, firmaların birden fazla piyasada faaliyet gösterip göstermediği. Dördüncüsü, fiyatlama metotları. Ve son olarak da, firmaların

yönetim kurullarında, sektörde faaliyet gösteren başka firmaların yöneticilerinin olup olmadığı konusu önemli. Tüm bunlardan anlaşılacağı gibi, “Collusion detection” dediğimiz firmalar arası gizli anlaşma ve uyumlu eylemlerin ortaya çıkarılması konusu çok taraflı değerlendirmeyi gerektiren bir saptamadır.

Bir de ana hatlarıyla belirtmeye çalıştığım bu kriterleri çimento sektörü açısından değerlendirmeye alalım. Çimento sektörünün yapısı, daha önce genel olarak iktisadî özelliklerini açıkladığımız gibi, az sayıda firmanın bulunduğu bir oligopol piyasası ve 4’üncü madde kapsamına gelen rekabete aykırı davranışlara yatkın bir piyasa niteliğinde. Çimentonun bölgesel nitelikli bir ürün olması da, yoğunlaşmayı kolaylaştırıcı etki yaratabilecektir. Bilindiği üzere piyasadaki yoğunlaşma, firmaların kâr marjlarını tekel konumuna yakın seviyelere çekmeyi kolaylaştırdığı gibi, firmalar arası açık veya gizli anlaşmaların ya da uyumlu eylemlerin gerçekleşmesinde ve sürdürülmesinde kolaylaştırıcı etkiye sahip olabilir.

İkinci grup bağlamında çimento sektörünün özellikleri bazında bir özet değerlendirme yapalım. Ürün özellikleri açısından bakarsak, değerine göre ağır bir ürün olması nedeniyle taşıma maliyetleri yüksek, dolayısıyla da, bölgesel pazarı olan bir ürün. Bu da, az sayıda firmanın belirli bir coğrafi bölgede var olması anlamına geliyor. Talep esnekliği, çimento sektöründe talep mevsimsel ve altyapı yatırımlarıyla olan organik bağı dolayısıyla ülkenin içinde bulunduğu makroekonomik konjonktürden son derece kolaylıkla etkilenebilecek bir sektör.

Arz esnekliğine baktığımızda, çimento önemli ölçüde pahalı yatırımlar gerektirdiğinden ve yatırımların faaliyete geçirilmesi zaman aldığından arz esnekliğinin düşük olduğu bir sektör olarak kabul edilebilir. Bu anlamda daha önce sözünü ettiğim kapasite anlaşmaları opsiyonunu güçlü kılabilir nitelikte ve bu türden gizli anlaşmalar yapıldıkları takdirde rekabet otoritesi açısından bunları ispatlamak son derece zordur, tabii ortada çok kesin deliller yoksa.

Piyasaya giriş ve çıkışın kolay olup olmadığı konusuna baktığımızda, çimento önemli yatırım maliyetleri gerektiren bir sektör, dolayısıyla piyasaya giriş ve çıkış çok kolay değildir. Bunun anlamı şudur, sektörde faaliyet gösteren firmalar, eğer aralarında rekabeti önlemeye yönelik olarak bir anlaşmaya varırlarsa, bu anlaşmanın bozulması zordur.

Teknolojik gelişme oranı açısından bakıldığında, teknolojik açıdan sektörün değişime uğraması diğer sektörlerle oranla daha yavaş gerçekleşmektedir. Maliyet yapısına baktığımızda, maliyet yapısı önemlidir, çünkü, çimento gibi çok fazla teknolojik değişiklik göstermeyen sektörlerde üretim maliyetleri üreticiler arasında genel anlamda bilinmektedir. Bu durum, rekabete aykırı anlaşmalar yapılması durumunda, firmaların anlaşmaya uyup uymama stratejilerinin

belirlenmesinde de önem taşımaktadır. Satışların miktarları ve sıklığına geldiğimizde, çimento stoklanabilir bir ürün olmadığından, üretilen malın bir an önce elden çıkarılması gerekir. Talebin mevsimsel olduğunu da göz ardı etmemiz gerekiyor. Talebin canlı olduğu veya durgunluğun baş gösterdiği zamanlarda da eğer piyasada herhangi bir anlaşma yapılmışsa, anlaşmanın fiyat savaşlarıyla bozulması mümkündür. Diğer yandan, özellikle deniz kıyısında olan fabrikaları için ihracat alternatifi de mevcuttur.

Piyasadan çıkışın maliyeti üzerinde durursak, çimento sektörü pahalı yatırımlar gerektiren bir sektör olduğu için, piyasadan çıkışın maliyeti yüksektir. Dolayısıyla da, “Collusive” türden rekabeti engellemeye yönelik bir anlaşmanın olması durumunda, piyasada anlaşmaya taraf olmuş bir aktörün piyasadaki diğer firmalarla karşı karşıya gelmektense, olası açık veya gizli anlaşmalara uymayı strateji olarak benimseme eğilimini de beraberinde getirebilecektir.

Piyasada bir teşebbüs birliği olup olmadığı konusu yine önemli bir konu. Rekabet otoritesi bakımından incelemeye alınan piyasada bir teşebbüs birliğinin olup olmaması önemlidir. Genel olarak bu türden birliklerin çeşitli bilgileri sektörün geneline sunarak olası rekabete aykırı anlaşma ve uyumlu eylemleri sürdürmek adına bir saydamlık yarattıkları kabul edilebilir. Bilgi paylaşımı, oligopol piyasalarındaki olası gizli anlaşmaları ve uyumlu eylemlerin uygulanması sürdürülmesi bakımından önemlidir. Ancak, tabii ki her teşebbüs birliği bu şekilde bir davranış içerisinde olacak diye de kesin bir kural yoktur, böyle bir şey de söyleyemeyiz.

Üçüncü bölüm itibarıyla, çimento sektöründe faaliyet gösteren firmaların davranışları veya stratejileri konusuna değinirsek, üreticilerle müşteriler arasındaki ilişkiler açısından çimento sektöründe değerlendirme yapmak rekabet otoritesine fazla veri sağlayacak bir husus olmayabilir. Ancak, bu başlık altında ifade etmek istediğim husus üreticilerle müşteri arasındaki ilişkiler rekabeti kısıtlayıcı yönde bir fiyat anlaşmasının bulunması durumunda müşterilerin, anlaşmaya taraf olan diğer firmalar hakkında bilgi sağlayıcı özelliği olmasıdır.

Piyasada olan bilginin seviyesinden bahsettiğimizde, bu anlamda üreticiler bazında saydam bir piyasanın oluşturulması, rekabeti kısıtlamaya yönelik olası anlaşmaların, uyumlu eylemlerin sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Özellikle de oligopol piyasalarında bu duruma dikkat etmek gerekiyor. Sık aralıklı fiyat istatistikleri, maliyet istatistikleri rekabete aykırı anlaşmanın bulunabileceği bir sektörde anlaşmanın sürdürülmesine yarayabilecektir.

Firmaların birden fazla piyasada faaliyet gösterip göstermediği konusu yine önemli bir husustur. Çimento sektöründe bu türden bir yapıya rastlamak mümkün. Herhangi bir bölgede faaliyet göstermekte olan bir üretici, başka



bölgelerde de faaliyet gösterebiliyor. Genel olarak bakıldığında bunu bir sakıncası yok tabii. Ancak, eğer bu oligopol piyasasında birden fazla bölgede faaliyet gösteren firmalar, 4'üncü madde kapsamına giren anlaşmalar içindelerse, olası anlaşma ve uyumlu eylemin sürdürülebilirliği konusunda baskı unsuru olarak ortaya çıkabilirler.

Fiyatlama metotlarına bakarsak, çimento sektörü bu konuda çok tartışılmış ve tartışılan bir sektör. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'ndeki uygulamalarda bu konu çok ağırlıklı. Taşıma maliyetlerinin yüksek oluşu nedeniyle üreticilerin müşterilerine değişik fiyat seçenekleri sunmaları bir açıdan doğal sayılacaktır. Ancak, çimento sektöründeki fiyatlama biçimi, yine 4'üncü madde kapsamına giren davranışlar bakımından özellikle fiyat anlaşmaları ve uyumlu eylemi sağlayıcı ve sürdürülebilir kılacak biçimlerde olmamalıdır. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki rekabet otoritesi, çimento sektörünü bu açıdan ele alarak, rekabete aykırı olabilecek fiyatlama metotlarının çimento ve tüm diğer benzer sektörler bazında yasaklanması için önemli bir hukuk savaşı vermiştir. Bu konuya ayrıca ABD rekabet politikası uygulamaları kapsamında değineceğim.

Firmaların yönetim kurullarında, sektörde faaliyet gösteren başka firmaların yöneticilerinin olup olmadığı konusuna geldiğimizde de, bu türden bir durumun varlığı rekabete aykırı olabilir mi diye kafanızda sorular olması mümkün. Aslında böyle bir durum, firmalar arası bilgi akışı sağlayarak olası bir rekabeti kısıtlamaya yönelik anlaşmayı veya uyumlu eylemi sürdürülebilir kılabilir.

Bu kriterlere genel olarak bakarsak, rekabet otoritesinin işinin hiç de kolay olmadığını görebiliriz. Çünkü, her zaman fizikî delil bulunamayabildiği gibi, piyasada 4'üncü maddeye aykırı herhangi bir durum varsa, o zaman kimlerin bu türden davranışlar içinde bulunduğu, varsa, eğer söz edilen davranışların ne kadar süredir devam ettiği uygulamada büyük önem taşıdığından ve dolayısıyla rekabet otoritesini ispat yüküyle karşı karşıya bıraktığından, ayrıntılı ekonomik analiz son derece gerekli olmaktadır.

Bu seviyeye kadar endüstriyel iktisat açısından ele aldığımız çimento sektörünü de, bir de, dünyadaki iki önemli rekabet otoritesinin uygulamalarına bakarak değerlendirmekte fayda olacağını düşünüyorum. Tabii, belirteceğim bu karar ve davaları ayrı ayrı çok detaylı tartışmayı çok isterdim. Ama, vakit kısıtı nedeniyle size ancak özet olarak sunabileceğim.

AB rekabet politikası ve dünden bugüne çimento sektörü davaları üzerinde durmak istiyorum bu bölümde. Bir kere, neden AB rekabet politikasını örnek aldığım konusunda kafanızda bir soru olabilir. Kısaca bunu şöyle yanıtlamak mümkün, Türkiye, hepimizin de yakından bildiği gibi, AB'yle

Gümrük Birliği içerisinde ve yapılan anlaşmaya göre de Türkiye'nin, AB rekabet rejimini benimsemesi gerekiyor. İkinci olarak, Türk çimento sektörü Avrupa'da ve dünyada hatırı sayılır büyüklükte bir üretici. Aynı zamanda Avrupa Çimento Üreticileri Birliği, CEMBUREAU, üyesi. Üçüncü olarak, Türk çimento sektörünün Avrupalı üreticilere göre belli bir rekabet avantajı yarattığı görülüyor dolayısıyla da AB Komisyonunun anti-damping soruşturmalarına hedef olmuştur. Dördüncü olarak, bizim rekabet politikası yönündeki birikimimiz göreceli olarak kısıtlı olduğu için, yine göreceli olarak homojen olarak kabul edebileceğimiz bir sektörde karşılaştırma yapmak mümkün oluyor ve bu açıdan da, Avrupa Birliği ve Amerika'daki rekabet politikası birikimlerinden yararlanmanın anlamlı olduğunu düşünüyorum.

Avrupa'da çimento üreticileri, Avrupa rekabet politikasının 1960'lardan bu yana hedefi olmuşlardır. Roma Anlaşmasının, yani AT'yi oluşturan anlaşmanın imzalanma tarihi 1957'dir. Bu da, rekabet otoritesi göreve başladığı ilk yıllarda çimento sektörüyle karşı karşıya gelmiş demektir ve bu 2000 yılına kadar süregelen bir sürece işaret ediyor. En son AB Komisyonunun 30 Kasım 1994 tarihli kararıyla, Avrupa'da faaliyet gösteren çok sayıda çimento üreticisi ve onların üyesi oldukları birlikler, rekabet kurallarının ihlali nedeniyle toplam 248 milyon Euro civarında bir cezaya çaptırılmışlardı. Çimento üreticilerinin itiraz davaları başladığında vardığım sonuç, bu cezaların büyük ölçüde indirileceği yönündeydi ve sonuçta da 2000 yılına geldiğinde de haklı olduğum ortaya çıktı. Gerçekten de gelinen en son aşamada AB Adalet Divanı söz konusu cezaları önemli ölçüde indirmiştir. Komisyon, özellikle rekabet ihlallerine ilişkin geriye dönük olarak belirlediği tarihten itibaren üreticilerin cezaya tabi tutulması konusunda gerekli delilleri ikna edici biçimde sunamadığından makemeyi ikna edemedi ve cezalar önemli ölçüde indirildi.

Avrupa Birliği içinde gerçekleşmiş olan çimento davaları önemli; çünkü bunlar bir bütün olarak ele alındığında, sektöre ilişkin olarak gerçekleştirilen rekabet politikası uygulamalarını ve her iki tarafın deneyimlerini de açıkça ortaya koymaktadır. Aynı zamanda bu yerleşmekte olan rekabet kültürüne dair bir süreci ifade ediyor. İkinci olarak, 1994'te verilen Komisyon kararının aslında öyle birdenbire ortaya çıkmadığının da, belirli bir sürecin parçası olduğunun da göstergesi. Düşünceme göre, belki hepsinden de önemli, kararlara konu olan piyasa veya piyasaların ekonomik analizinin, kararların önemli bir parçası olduğunu da vurgulamasıdır. Dolayısıyla, vaktimizin el verdiği sürece ve mümkün olan en özet biçiminde Avrupa çimento davalarına göz atmamızda fayda var.

Birinci davaya bir göz atalım, "Noordwijks Cement Accoord"; bu bir anlamda ilk dava. Bu "Noordwijks Cement Accoord" adı verilen anlaşma, 75 üretici firma arasında gerçekleştirilmiş olan büyük çaplı bir kartel anlaşması.

Bu anlaşmanın tarafları 44'ü Alman, 28'i Belçikalı, 2'si Hollandalı firmadan oluşmaktaydı. Anlaşmanın ve sürecin tarihleri üzerinde özellikle duracağım, çünkü o tarihler bir şeyler ifade ediyor. Başlangıç tarihi itibarıyla 6 Temmuz 1956. Davanın hukukî kurgusu prosedüre ilişkin olmakla beraber, bu davanın odak noktası olan anlaşma, daha sonraki bir aşamada tekrar dava konusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Burada göz önüne almamız gereken önemli bir husus, sözü edilen anlaşmanın 1956'dan itibaren geçerli bir anlaşma olması. Yani, henüz bir Avrupa Birliği rekabet politikası bulunmuyor. Dolayısıyla da, bu anlaşma çimentocular açısından son derece doğal bir iş anlaşması, ortada herhangi bir kısıt yok. Diğer yanda, aynı süreçte Avrupa Topluluğu rekabet politikasının işlerlik kazanmasıyla birlikte 31 Ekim 1962'de yapmış oldukları anlaşmayı Komisyon'a göndererek bir menfi tespit isteminde bulunuyorlar. Komisyon bu anlaşmayı inceliyor. Yine 14 Aralık 1965 tarihinde bu talebi reddeden bir karar alıyor ve bunu taraflara 3 Ocak 1966'da tebliğ ediyor. Bunun üzerine çimentocular, Komisyon'un kararının iptali yönünde dava açıyorlar. Ve sonuç ne oluyor dersiniz? Mahkeme isteği yerinde buluyor ve Komisyonun kararını geçersiz sayıyor. Bu şekilde de bir kartel anlaşması mahkemeden aklanarak çıkmış oluyor.

Yeni uygulamaya başlayan rekabet politika sürecinde bu karar, Komisyonun çimentoyla ilgili ilk kararı sağlıyor. Ve göreceğiniz üzere Komisyon bu deneyimden bir şeyler öğrenerek çıkıyor. Komisyon daha ilk başlarda verdiği hukuk bazlı kararlar yerine, daha sonraki kararlarında ekonomik analizi de yavaş yavaş dahil ediyor. Bu da, Komisyon kararını daha etkili kılıyor. Diğer yanda, bu olaya konu olan NCA kartel anlaşması daha sonra "Cement Regeling voor Nederland" adlı başka bir anlaşmayla yer değiştirecek ve 1971 yılında, o zamanki adıyla 85. maddenin 1. fıkrası kapsamında kanuna aykırı bulunacaktır.

Şimdi ikinci davaya bir göz atalım. "Vereiniging van Cementhandelaren", diğer adıyla "Cement Dealers' Association" veya "Çimento Satıcıları Birliği" davası çok bilinen bir davadır ve birçok davada da bu dava kapsamındaki tartışmalar referans olarak gösterilmiştir. Biz, 85'inci madde kapsamında ve çimento sektörüne ilişkin olarak tartışacağız. Bilindiği üzere 85. madde daha sonra 81 olarak değişti. Ancak, davanın tarihi itibarıyla ben 85 olarak adlandırmaya devam ediyorum.

Davayı kısaca özetlersek, VCH yani Çimento Satıcıları Birliği 4 Nisan 1928 tarihinde Amsterdam'da kurulmuş olan bir birlik. Kuruluş amacı, üyelerinin menfaatlerini çimento üreticilerine karşı tüm Hollanda pazarında korumak. Daha önceki davada olduğu gibi, VCH yani Birlik, Hollanda'da çimento satışıyla ilgili bazı anlaşmalar konusunda Komisyon'a bilgi vermek durumunda kalır. Nitekim

17 Aralık 1965'te bu bilgileri Komisyon'a gönderirler. Bilgilerin içeriği şöyledir: Birliğin tüzüğü, piyasaya ilişkin genel fiyat bilgileri ve listeleri, dahili kuralları, tahkim kuralları ve disiplin kuralları. 26 Ocak 1971 ve 16 Aralık 1971 tarihleri arasında Komisyon ve Çimento Satıcıları Birliği karşılıklı olarak pozisyonlarını karşılıklı yazışmalarla netleştirirler. 16 Aralık 1971'e gelindiğinde, Komisyon, uzun süreden beri devam eden çimento karteli anlaşmasına menfi tespit verilemeyeceğini ve bu anlaşmanın feshini öngören bir karar alır ve bunu taraflara tebliğ eder. Bu arada, tabii tahmin edileceği üzere, bu dava Avrupa Birliği Adalet Divanına gider. Ancak, bu defa Adalet Divanı, Çimento Birliğinin başvurusunu reddetti. Görünüş itibarıyla bu da gayet basit görülen bir dava ancak detaylı olarak incelediğimizde göze çarpan önemli bir husus var. Artık davada sadece hukuksal normlar değil, ekonomik analiz de önem kazanmış durumdadır. Esas itibarıyla VCH yani söz konusu Birlik, ulusal bir karteldi ve fiyat tespiti, hedef fiyat tanımlama, her türlü alım-satım koşullarını belirleme konularında belirleyiciydi. Ayrıca bunlara ek olarak, Topluluk rekabet kurallarına aykırı olarak üye ülkeler arasındaki ticareti de etkiler niteliği vardı.

Üçüncü davaya geldiğimizde, yıl artık 1982'yi gösteriyor ve yine 85'inci madde kapsamında. Diğer davalardan farklı olan yanı, Roma Anlaşmasının 177'nci maddesi uyarınca ulusal bir mahkemeden AT Adalet Divanına yöneltilmiş bir dava olması. Hukuksal bazını 85. maddenin 1. ve 2. fıkrası oluşturuyor. Olayda bir Fransız çimento ihracatçısı ve Alman bir ithalatçı arasında gerçekleşen kontrat sorgulanıyor. Tahmin edebileceğiniz gibi, ihracatçı firma, söz konusu kontratla ithalatçıdan sadece ihtiyacını karşılayacak biçimde ve üçüncü şahıslara çimento satışını yasaklayan bir kontrat yapıyor. Normal olarak bu kontrat tek başına rekabet ihlali oluşturur mu diye sorabilirsiniz. Yanıtım şu: Duruma bağlı. Bu davanın içeriğinde, kontrat hacmi, iki ülke arasındaki çimento ticaretinin, yüzde 10'una tekabül ediyordu, dolayısıyla da 85'inci maddenin 1. fıkrası kapsamında oluyor ve 85'e 2. fıkra dolayısıyla da geçersiz kınılıyordu.

1980'lerden 1990'lara geldiğimizde yine bir çimento davasıyla karşılaşılıyor. Genel olarak prosedürel olmakla beraber, 1992 çimento davaları, 1994'deki Komisyon kararının öncüsü niteliğindedir, dolayısıyla da önemliler. Olaya baktığımızda, 25 Nisan 1989 tarihinde Komisyon, çeşitli üye ülkelerdeki 10 teşebbüs ve teşebbüs birliği hakkında soruşturma başlatarak Avrupa çimento sektöründe var olan rekabeti bozucu ve kısıtlayıcı anlaşmalar ve/veya uyumlu eylemler konusunda araştırma yapar. Ele geçirilen dokümanlar, Komisyon'un sektör konusunda saptamasını doğrular niteliktedir. Böylece Komisyon, 85. maddenin 1'inci fıkrası kapsamında, 76 teşebbüs ve teşebbüs birliği hakkında, rekabet kurallarına aykırı davranmaktan işlem başlatır. 1991 yılında, Komisyon her bir teşebbüs ve teşebbüs birliğine ayrı ayrı konuyla ilgili itirazlarını ve 85.

maddenin 1. fıkrası kapsamında rekabete aykırı davrandıklarını tebliğ eder. Bunu yaparken de, aynı zamanda bu çerçevede ceza ödeyebileceklerini de bildirir. Ancak Komisyon ilgili teşebbüs ve teşebbüs birliklerine hazırlamış olduğu raporun yalnızca kendilerini ilgilendiren kısmını gönderir. Bundan sonra ne mi olur? Hemen söyleyeyim. Komisyon'un bu davranışına karşı rapora konu olan çimento üreticileri birbirleri arasında ticarî anlaşmalar bulunması nedeniyle raporun tümünü görmeleri gerektiği konusunda bir itirazda bulunuyorlar. Komisyon tabii bunu reddediyor, tabii daha sonra başvuru Adalet Divanı da bunu reddediyor. Bu son derece tutarlı bir karar. Esasen olaya konu olan çimento üreticileri bu konuda önemli bir hata yapmışlardır. Dokümanın tümünü istemekle, birbirleri arasındaki anlaşmaları ya da uyumlu eylemi Komisyon ve Adalet Divanı önünde teyit emiş oluyorlar, aralarındaki bağları bir nevi teyit etmiş oluyorlar. Ve bundan sonraki süreçte de Komisyon çalışmalarını sürdürüyor, o zaman için rekor seviyede cezaların verildiği, 248 milyon Euro tutarındaki 1994 Komisyon çimento kararına sıra geliyor.

Buraya kadar olan süreci kısaca bir değerlendirmemiz gerekirse, göreceğimiz bazı hususlar şöyle: Komisyon açısından rekabet politikasının uygulanması yönündeki adaptasyon süreci aynı zamanda belli bir tecrübe birikimini de beraberinde getiriyor. Ve Komisyon, hukukî kurallarının temelinde yatan iktisadî temeli göz önüne alarak ve argümanlarını sağlam bir iktisadî temele oturtturarak bu süreçten göreceli olarak kazançlı çıkan taraf oluyor. Diğer yandan, çimento üreticileri bu süreçten çok da ders almayarak ve uygulamalarda birtakım, az önce belirttiğim gibi, hatalar yaparak bugünkü duruma geliyorlar.

Halihazırdaki, 1994 yılındaki kararın genel olarak bilindiğini düşündüğüm için bu hususta çok ayrıntılı bir değerlendirme yapmaktan zaman kısıtım nedeniyle kaçınacağım. Ancak, bu kararda üzerinde durulması gereken noktalardan biri, soruşturma esnasında bulunan fizikî delillerin Komisyon tarafından iktisadî analizle desteklenmesidir. Bu analiz çok da yeterli olmamakla birlikte, bulunan fizikî delillerin aslında piyasa açısından ne anlama geldiğini ortaya koyan bir baz oluşturması açısından önemlidir.

Sonuç olarak, 1994'te çimento sektörünü içeren rekabet ihlalleri sonunda verilen Komisyon kararı Adalet Divanına götürüldü, az önce de belirttim. O günlerde verilen kararı incelediğimde ilk gördüğüm şey cezaların indirime uğrayacağıydı ve sonuçta Komisyon'un geriye dönük olarak tahakkuk ettirmeye çalıştığı cezalarda indirimlere gidilmekle beraber, Komisyon'un kararı Adalet Divanınca onandı.

Çok kısaca her şeye rağmen ana hatlarıyla size bu karar çok önemli olduğu için bazı noktaları belirtmek istiyorum. 1994 AB Komisyon çimento

kararına ana hatlarıyla baktığımızda, çimento sektörünün ekonomik yapısının ayrıntılı olarak incelenmesi, soruşturma sırasında ele geçen dokümanların belli bir ekonomik rasyonel çerçevesinde değerlendirilmesi, rekabet kurallarının altında yatan ekonomik temeli dikkate alan bir analiz, ilk dört bölümü takiben tek tek cezaların bölüşümünün ortaya konması, kararın ve eklerinin sunumu biçiminde bir yapı görüyoruz.

Birinci bölümün içeriğine baktığımızda, her bir teşebbüs ve teşebbüs birliğinin birbirleriyle olan organik bağlarının kurulduğunu görüyoruz. Avrupa çimento sektörünün ekonomik yapısı, az önce belirtmeye çalıştığım bazı kriterler kullanılarak irdelenmiş, söz ettiğim kriterlerin hepsi kullanılmamış, ama görmemizde fayda var: Ürün olarak çimentonun özellikleri; sektörün özellikleri, üretim maliyetleri, taşıma maliyetleri, ilgili pazar, arz ve talep. Yine içerik itibarıyla uluslararası Çimento Organizasyonları, CEMBUREAU, çimento üreticileri arasındaki ikili ve çok taraflı anlaşmalar, ki bunlar fizikî delillerle ortaya konmuş, sonra, CEMBUREAU Çalışma Grubu, bu da, ucuz çimento ithalini önlemek üzerine kurdukları bir yapı, Yunan çimentosu söz konusu burada. Yine Avrupa Çimento Üreticileri İhracat Komitesi denilen yapı ve Beyaz Çimento Komitesi.

İkinci bölüm itibarıyla Topluluk dava hukuku ve rekabet kurallarına göre sektörün hukukî boyutuna bakarsak eski 85, yeni 81'inci maddeye aykırı anlaşma ve uyumlu eylemler, fiyat belirleme, pazar paylaşımı, bilgi paylaşımı ve boykotlar ve üye ülkeler arasındaki ticaretin ne kadar etkilenip etkilenmediği konuları ortaya konmuştur. Gördüğümüz gibi, bunların hepsi önemli iddialardır. Her ne kadar sonuçta cezalar indirimine uğradıysa da, Avrupa Adalet Divanı Komisyon'un kararını onamıştır. Komisyon'un verdiği cezaların indirimi konusunda mahkeme nezdinde etkin olamayışının nedenlerinden biri, rekabet ihlallerinin başlangıç tarihi konusunda mahkemeyi ikna edecek delilleri sunamamış olması ve bazı firmalar ve pazarlar bazında iddia ettiği rekabet ihlallerini ikna edici bir biçimde ispatlayamamış oluşudur.

Yine çok kısa olarak Amerika Birleşik Devletleri'ndeki duruma değinmek istiyorum. Genel olarak baktığımızda, hukukçuları, rekabet otoritelerini ve rekabet konusuyla ilgilenen hemen herkesi rekabet politikası uygulamalarında en kapsamlı tecrübe birikimiyle tanıştıran Amerika Birleşik Devletleri rekabet politikası olmuştur. Avrupa Birliği rekabet politikasının da oluşturulma sürecinde ve hatta bugün de izlediği çizgi itibarıyla da büyük ölçüde buradaki uygulamalardan etkilendiğini söylememiz mümkündür. Dolayısıyla, çimento sektöründeki uygulamalardan bahsederken, Amerika'da bu konuda sağlanmış olan birikimden söz etmemek olası değil.

Çimento sektörüne ilişkin antitröst davaları, bu alandaki Amerikan dava hukukunun önce nitelikli davaları olmuşlardır. Amerikan çimento sektörünü içeren davaları incelediğimizde, çoğunlukla üç ana tema üzerinde yoğunlaştıklarını görüyoruz; birinci tema, fiyat ayrımcılığı, özellikle de coğrafi anlamda. İkincisi, sektördeki teşebbüs birliklerinin rekabeti kısıtlayıcı davranışları. Üçüncüsü de uyumlu eylem.

Bu arada, Avrupa Birliği'nde olduğu gibi, rekabet kültürünün yaratılması süreci yine Amerika Birleşik Devletleri'ndeki uygulamalarda da geçerli ve çimento sektörü de yine bu süreçte yer almakta. Bunu özellikle belirtmek istiyorum. Amerika'daki davalar özellikle 1910'lardan 1940'ların sonuna kadar olan evreyi kapsıyor. Bu size çok alakasız gelebilir, "niye böyle eski davaları konuşuyoruz ki" diyebilirsiniz. Ama, büyük paralellikler var. Sırayla anlatmış olacağım. Amerika'daki önemli antitröst yasalarının 1890 ve 1950 arasında çıkarıldıklarını göz önüne alırsak, sanıyorum davaları kapsayan süreç görüldüğü kadar eski ve ilgisiz görünmeyecek size. Yine bu evrenin bir bölümü Amerika'da ekonomik bir krizin yaşandığı döneme denk geliyor. Ekonomik kriz devresinin rekabet uygulamaları konusunda göreceli bir yumuşamaya işaret ettiğini de burada saptayabiliyoruz.

Davalara geçmeden önce, o dönemdeki Federal Ticaret Komisyonu tarafından soruşturma ve dava aşamalarına geçilmeden gerçekleştirilen çimento sektörünün iktisadî analizini içeren raporda sözü edilen bazı hususları incelemenizin doğru olacağını düşünüyorum. Her ne kadar homojen bir sektör olsa da, bazı açılardan farklılıklar gösterebiliyorlar ülkeler bazında. Bunların bir kısmının da size çok tanıdık unsurlar olacağını şimdiden söyleyebilirim.

Çimento sektörünün iktisadî özelliklerine ilişkin olarak, Federal Ticaret Komisyonunun saptamaları şöyle: çok kısaca belirteyim, ilk olarak sabit maliyetin toplam maliyete oranı yüksek. 1940 yılında Federal Ticaret Komisyonu, 86 adet imalât sanayi kolunu incelediğinde elde ettiği bulgularda, çimento sektörü toplam satışlara göre en yüksek amortisman oranına sahipti ve yine doğrudan maliyet açısından en düşük değerlere sahipti. İkincisi, talepteki dalgalanmalara göre, kapasite altında üretim yapılması sık görülen bir durumdu. Üçüncüsü, çimentonun birçok çeşidi olmakla birlikte, her biri için ayrı bir özellik tanımı olması çimentoyu oldukça standart bir ürün yapıyordu. Dördüncü özellik itibarıyla, çimentonun değerine oranla ağır bir ürün olması. Beşincisi, talebin esnek olmayışı. Altıncısı, fiyat rekabetinin önemli ölçüde kayıplara yol açabileceği olgusu. Nitekim 1908-1912 yılları arasındaki fiyat savaşlarında 32 tane Amerikan çimento fabrikasına haciz konmuştur.

Amerika’da 1900’lerden itibaren çimento sektöründe rekabeti kısıtlayıcı yönde anlaşmalar yapılması birçok kez denenmiştir. Bu anlamda çok kısa olarak değinmek istiyorum, baz nokta fiyatlama sistemi özellikle çok önemli. Ve bu sadece çimento sektöründe değil, çelik sektöründe de o dönemde kullanılmaktaydı. Ve Federal Ticaret Komisyonu, bu türden bir fiyatlama sisteminin rekabete aykırılığını ispatlamak adına büyük bir uğraşı vermiştir ve sonuçta da bunu hukuksal olarak da teyit ettirebilmiştir.

Yalnız, en azından fiyatlama sistemlerine isim olarak değinelim açıklamalar için vakit kısıtlı, birincisi, “fob” fiyatlama sistemi, ki bu genel olarak rekabetçi kabul edilen bir sistem. İkinci olarak navlun eşitleme olayı var. Üçüncü olarak, baz nokta fiyatlaması var. Ayrıca bir de alan fiyatlama sistemi var. Ve bunların rekabet açısından ayrı anlamları var.

“Peki, bu fiyatlama sistemleriyle rekabet politikası uygulamalarının ne ilişkisi var?” diye sorabilirsiniz. Kısaca, bu fiyatlama sistemleri arasında baz nokta fiyatlama sistemi, rekabet otoritelerinin en çok yoğunlaştığı sistem. Bunun da bazı nedenleri var. Söz konusu sistemin işlerlik kazanması için üreticilerin, ilk olarak taşıma maliyetlerini hesaplamaları gerekiyor. İkinci olarak, ortalama üretim maliyetini belirlemeleri gerekiyor. Üçüncü olarak, hangi fabrika veya tesisin baz nokta olarak kullanılacağı gibi üç ana noktada anlaşmaya varmalarını gerekiyor. Dolayısıyla da, tabii ki rekabet kurallarına aykırı hale geliyor durum.

Bu sistemde eğer üretici, alıcıyla baz nokta arasındaki mesafeyi, ortalama üretim maliyetini de biliyorsa, satış fiyatı tüm üreticilerce biliniyor demektir. Eğer üreticiler bir şekilde fiyatları biliyorlarsa da, aralarında muhtemel bir anlaşma olması durumunda, yani rekabete aykırı bir anlaşma varsa, bunun devamını sağlamaları tabii ki daha kolay olacaktır. Dolayısıyla, bu sistem genel olarak bir uyumlu eylem aracı olarak kabul görmüştür. Amerika’da rekabet otoritesi bu konuda önemli bir mücadele vermiş, çimento ve çelik davalarıyla 1940’larda bu sistemin rekabet kurallarına aykırı bir sistem olduğunu kanıtlamıştır ve hukuki açıdan da bunu teyit ettirmiştir. Diğer yandan alan fiyatlama sistemi olarak bilinen benzer sistem üreticiler arasında açık veya değil bir Pazar paylaşımı gerektiriyor. Sonuç olarak teslim fiyatlama sistemi uyumlu eylemi güçlendirici bir sistem olarak kullanılabilir.

Çimento sektörüyle ilgili olarak ve Amerikan rekabet politikası uygulamalarına baktığımızda, fiyatlama sistemlerine ek olarak başka bir önemli unsur var az önce de söz ettiğim gibi, teşebbüs birlikleri. Teşebbüs birliklerinin bazı durumlarda uyumlu eylemi veya karteli uzun ömürlü kılan nitelik taşıyabildiği bilinen ve kabul edilen bir olgu. Örneğin baz nokta fiyatlama sisteminin güçlendirilmesi, Amerikan Portland Çimento Üreticileri Birliğinin 1902



yılında kurulmasıyla olmuştur. 1908 yılında Amerika'da yaşanan ekonomik kriz Birliğin fiyat istikrarını korumasına engel oldu. 1907 yılında başka bir sektörel birlik Lisanslı Çimento Üreticileri Birliği kuruldu ve yine sektörde fiyat istikrarını sağlamayı denedi. Ancak 1916 yılına gelindiğinde ise bilinen şey, sektörün baz nokta sistemini kullanmakta olduğudur, ki bu dönemde kriz de vardır; onu da hatırlatmak durumundayım.

1916 yılında Amerikan Portland Çimento Üreticileri Birliğini, adını Portland Çimento Birliği olarak değiştirdi ve Federal Ticaret Komisyonu tarafından rekabet açısından aklandı. Çünkü, sadece araştırma ve reklâm faaliyetleriyle uğraşıyordu. Diğer yandan da, aynı dönemde beş ayrı bölgesel organizasyon faaliyet gösteriyordu. Bunlardan bir tanesinin ben size faaliyet alanını, çok kısaca bir fikir vermesi açısından, belirteyim.

Bunlardan Leigh Vadisi Çimento Üreticilerini Koruma Birliği isimli Kuruluş, dört tip bilginin üreticiler arasında koordine edilmesinde önemli ve aktif bir rol oynuyordu. Birincisi, aylık üretim ve envanter istatistikleri. İkincisi, müşteri kredi raporları. Üçüncüsü, her bir baz noktadan tüm diğer pazarlara taşıma maliyetleri listesi. Dördüncüsü, belirli iş kontratlarına dair çok ayrıntılı bilgiler. Şimdi uygulamalara bakalım.

1916 yılında Amerikan çimento sektörü ilk kez antitröst yasalarının ağırlığını hissetmeye başladı. 9 üretici pazar paylaşımı ve fiyat tespiti yapmakla suçlandılar. Bunlardan ikisi suçlu bulundu ve ceza ödemeye mahkûm oldu.

İkinci davaya geldiğimizde, yıl 1919'dur. Çimento Üreticilerini Koruma Birliği, Birliğin üretimini kısıtlama ve fiyat tespitiyle suçlandı. 1921 yılında bu dava başka davalarla birleştirildi ve genişletildi. Sonuç olarak da, hemen tüm sektörü kapsayan bir ceza davası, ayrıca Birlik ve 19 üyesi aleyhine açılan kamu davası biçimine dönüştü. 1923 yılında söz konusu Birliğin Sherman Kanununun 1'inci maddesine aykırı davrandığı belirlendi, ki bu da yine aynı şekilde söz ettiğimiz maddeler kapsamındadır. Birlik lağvedildi. Ancak, 1925 yılında Yüksek Mahkeme bu kararı bozdu. Fakat, Birlik yeniden kurulmadı. 1929 yılında yeni bir Birlik, Çimento Enstitüsü, sektörde belli bir etik oluşturmak üzere kuruldu. Ve o dönem, kriz döneminde kurulan Ulusal Yeniden Yapılanma İdaresi sürecinde sektörün temsilciliği görevini üstlendi.

Diğer yandan, Federal Ticaret Komisyonu, az önce bahsettiğim gibi, baz nokta fiyatlama sistemini hedeflediğinden, 1924'te çelik sektörü davasıyla baz nokta sistemini rekabete aykırı olarak kabul ettirmeyi başardı. 1932 ve 1933'te, ABD Senatosunun isteği üzerine Federal Ticaret Komisyonu çimento sektörüyle ilgili iki adet iktisadi nitelikli rapor hazırladı ve bu raporların her ikisinde de baz nokta fiyatlama sisteminin rekabet kanunlarına aykırı olduğu vurgulandı. Aslında

Federal Ticaret Komisyonu'nun yapmak istediği şey çimento ve çelik gibi sektörlerde firmaların rekabeti kısıtlayıcı yönde yaptıkları ve yapacakları fiyatlama metodlarını tamamen ortadan kaldırmaktı. Gördüğümüz gibi, bu ikinci davanın süreci bir seri davadan oluşuyor, dolayısıyla bir hayli ayrıntılı.

1936 yılında, Federal Ticaret Komisyonu, Çimento Enstitüsü ve üyelerinin çoğunluğu hakkında rekabet ihlali gerekçesiyle soruşturma başlattı ve iki önemli iddia ortaya koydu: haksız rekabet ve fiyat ayrımcılığı. Komisyonun almış olduğu karar netice itibarıyla bölge mahkemesinde bozuldu. Ancak, Yüksek Mahkeme bu kararı da bozarak, Komisyonun yanında yer aldı. 1948 yılında alınan Çimento Enstitüsü üyesi 74 şirket ve 21 kişi içermekte olan bu kararda Federal Ticaret Komisyonu Yüksek Mahkemeye şu iddiaları sundu: Birincisi, haksız rekabet ve rekabetin çok bazlı nokta fiyatlama sistemiyle satış ve dağıtımının yasaklanması; ikincisi de, fiyat ayrımcılığı.

Yüksek Mahkeme verdiği kararda, çimento sektörünün o dönem içinde bulunduğu tüm rekabete aykırı olan eylemleri ayrıntılı olarak belirtti ve 1940'larda Amerika'da uyumlu eyleme karşı alınan sert tavrın bir göstergesi olarak Çimento Enstitüsünün Federal Ticaret Komisyonu Yasasını çiğnediğini belirtti. Yargıç Black'in bu kararıyla, tüm baz nokta fiyat sistemleri kanun dışı sayıldı ve Amerika Birleşik Devletleri'nde uygulanmaları tamamen yasaklandı. Aynı zamanda, bu davayla birlikte uyumlu eylem de Rekabet kanunlarına aykırı olarak bir kez daha teyit edilmiş oldu.

Bu karardan sonra yapılan iki değişik araştırmanın sonuçlarını ben sizlerle paylaşmak istiyorum. Ben hukuksal uygulamaların sonuçlarının nereye ne kadar varabileceği ile ilgili bir fikir verebilir diye düşünüyorum.

Karardan 10 yıl sonra yapılan değerlendirmelerde çimento sektörünün rekabet açısından çok büyük bir değişime uğramadığı ve üreticilerin kendi aralarında bu konuda gerekli düzenlemeleri yaparak yasaklanan fiyatlama sistemine alternatif yarattıkları gözlemlendi.

Karardan 50 yıl sonra çimento sektörüne ilişkin olarak yapılan bir iktisadi analiz ve onu izleyen ampirik çalışmada ise Amerikan çimento sektörünün 1948, 1953, 1959, 1961, 1965, 1973 ve 1980 yıllarında 25 bölgesel pazarı kapsayacak biçimde yapılan incelemesinde fiyat ve yoğunlaşma testleri uygulandı. Elde edilen sonuçlara göre 1948 yılında uyumlu eyleme büyük ölçüde son verilmişti. 1959 yılına gelindiğinde kartelci fiyatlama, bölgesel piyasaların çoğunda sona ermişti. 1973'e gelindiğinde genel durum, rekabetin işlerlik kazandığı bir piyasaya işaret etmekteydi. Ve araştırma kapsamının en son zaman dilimi olan 1980 yılına gelindiğinde ise, artık çimento fiyatlarının büyük gruplarca belirlenmediği saptandı. Sonuç olarak, Çimento Enstitüsü davası sektörü göreceli olarak rekabet

koşullarına uygun olarak çalışan bir sektör hâline getirmişti. Ama, tabii çok kısa bir zamanda değil.

Son olarak ana hatları itibarıyla Türk çimento sektörünün rekabet yapısı üzerinde duracağım. Türk çimento sektörü konusunda konuşmak istediğim hususları şöyle özetlemem mümkün: Birincisi, sektörün iktisadî özellikleri. Bu konuda özellikle ısrar ediyorum, çünkü, genel özellikleri itibarıyla homojen kabul edilebilirse de, her ülkede çimentonun farklı birtakım özellikleri buna eklenebiliyor. İkinci olarak Türkiye genelinde ve bölgeler itibarıyla yoğunlaşma. Üçüncü olarak da sektörün rekabet yapısını test etmek üzere gerçekleştirmiş olduğum ampirik çalışmanın bazı sonuçlarını sunmak istiyorum.

Belki biraz tekrar olacak ancak yine de kısaca Türk çimento sektörünün iktisadî özelliklerinden bu aşamada bahsetmenin önemli olduğunu düşünüyorum. Türkiye'nin genel ekonomik yapısından kaynaklanan sorunlar yüzünden çimento sektörünün bilinen genel özelliklerine ek olarak başka özellikleri var.

Çimento, değerine oranla ağır bir ürün olduğu için taşıma maliyetleri yüksek. Eğer yanılmıyorsam, öğrenebildiğim kadarıyla araştırmalarımın, -tabii burada çimento sektörünün temsilcileri de var, onlar beni düzeltebilirler- yaklaşık olarak satış fiyatının yüzde 10'u civarında demek mümkün ve genel olarak kamyonlarla taşınıyor. Talep mevsimsel, ayrıca, genel ekonomik gelişmeler ve konjonktürden direkt olarak etkileniyor. Üçüncü olarak, oligopolistik bir piyasa yapısı var. Çimento değerine göre ağır bir mal olduğu için taşıma maliyetleri ilgili pazar konusunda belirleyici oluyor. Maliyet kalemleri itibarıyla baktığımızda, ki rekabet yapısına ışık tutabilecek noktalardan bir tanesidir, enerji maliyetleri yüksek. Bunu işçilik ücretleri, hammadde ve çoğunlukla da ithal edildiğini bildiğim kâğıt torba kalemleri izliyor. Bunlar önemli girdiler.

Satışlar genel olarak, fabrikadan satışlar ve bayiler aracılığıyla olmak üzere iki yolla yapılıyor. Bayi sistemi Türk çimento sektöründe ağırlıklı olarak kullanılıyor. Araştırma yaptığım süreçte, bayilerle de gittim, tek tek görüştüm, Türkiye'nin çeşitli bölgelerindeki bayileri özellikle ziyaret ettim. Ve belli bir fabrikanın malını satmakta olan bir bayiinin çoğu zaman başka bir fabrikanın ürününü satmadığı bilgisine ulaşabildim.

Fiyat anlamında, dolar cinsinden bakıldığında Türk çimento sektöründe fiyatlar, Avrupa ve dünya fiyatlarının göreceli olarak altında görünüyor. Bunun da sektöre ihracatta rekabet avantajı sağladığını söylememiz mümkün. Bu yüzden, Türk çimento sektörü Avrupa Birliği Komisyonu tarafından anti-damping soruşturmalarına tabi tutulmuştur birkaç kez ve bu soruşturmalar sonucunda Komisyon, AB çimento ticaretinin zarara uğramadığı sonucuna

varmıştır. Diğer yandan, yurt içinde üreticiler fiyatlarını sık aralıklarla artırdıklarından sürekli olarak eleştirilmektedirler.

Çimento sektöründe belirgin olarak ölçek ekonomileri vardır ve sektör önemli olarak bundan yararlanmaktadır. Benim edinebildiğim ve araştırma yapabildiğim çerçevede, mesela örnek olarak Konya ve ÇİMSA fabrikaları ölçek ekonomisine göre faaliyet göstermekte olan fabrikalardır. Ölçek ekonomilerinin rekabet analizinde son derece önemli bir yeri var. Çünkü, eğer bu dikkate alınmadan birtakım önermelerde bulunulursa, bu sefer de, etkin olarak işleyen birtakım fabrikaların, üreticilerin çok da olumlu sonuçlar doğurmayacak biçimde cezalandırılması söz konusu olabilir.

Enerji tüketimi, üretimde kullanılan teknolojiye bağlı olarak üretim sürecinin ve maliyet yapısının önemli bir parçasını oluşturuyor. Bunu, gerçekleştirmiş olduğum analizin sonuçları itibarıyla da belirtebilirim. Ana hatlarıyla baktığımızda, çimento üretimi kuru ve yaş olmak üzere ikiye ayrılıyor. Bunun ikisi arasında, yarı kuru, yarı yaş diye adlandırılan sistemler de var. Ancak, yaş üretim sürecinde enerji tüketimi kuru olana göre daha fazla. 1970 sonrası dönemde Türkiye’de fabrikaların kuru üretime geçişleri hızlanmıştır.

Çimento uzun süre depolanan bir ürün değildir, dolayısıyla, üretim fazlasının en çabuk biçimde elden çıkarılması gerekiyor. Bunu çok tekrarladım ama, bu da önemli. Çünkü, ekonominin durgun olduğu zamanlar kadar canlı olduğu zamanlarda da fiyat savaşlarına yol açması söz konusu.

Enflasyonist ekonominin etkileri; mesela bunu diğer çimento sektörleri analizlerinde söylemek zor, ne Avrupa Birliği’nde, Amerika Birleşik Devletleri’nde, bizimki gibi bir ekonomi söz konusu değil. Yüksek maliyetli girdilerin fiyat artışlarını zorunlu kıldığı yönündeki açıklamaları hepimiz bilmekteyiz. Bu, çimento üreticilerinin ve diğer sanayicilerinin sık kullanmakta oldukları söylemin bir parçası, ve haklı oldukları taraflar var. Makroekonomik sorunlar gerçekten de bu fiyat artışlarını zorunlu kılıyor önemli ölçüde. Ancak bu fiyat artışları aynı zamanda üreticileri uyumlu eyleme yöneltebilecek etki yapabilir. Bu anlamda üreticiler önemli bir soru ile karşı karşıyalar. Tamam, fiyatlar artmak durumunda, girdileri karşılamak durumunda. Ama, bu sefer kim piyasada önce fiyatını artıracak? Bu sadece çimento sektörü için değil tüm sektörler için de geçerli bir soru.

Radikal gazetesindeki köşesinde değerli Hocam Prof. Dr. Erol Katırcıoğlu bundan çok açık bir şekilde bahsetmişti. Ben de kendisine tamamıyla katılıyorum. Çünkü, bu sefer fiyat liderliği konusuyla karşı karşıyayız. Bunun üzerinde de tabii düşünülmesi lazım. Ama bu tek başına tabii üreticilerin kendi davranış

biçimlerinden kaynaklanmıyor. Makroekonomik anlamda da sorun. Bu şekilde var olan konjonktürle üreticiler uyumlu eyleme yönelebiliyorlar.

Dikey birleşmeler söz konusu. Henüz Türkiye’de bu konuya pek değinilmiş değil. Ancak, hazır beton üretimi çimento üreticilerinin doğal olarak önem verdikleri bir faaliyet alanı. Sektörde bir Üreticiler Birliği, bir de İşveren Sendikası var. Genel olarak Türk çimento sektörü Avrupa’nın ve dünyanın hatırı sayılır üreticilerinden biri. Her ne kadar 2000 yılında yakaladıkları başarıyı, yanılmıyorsam Avrupa birincisi oldular, yakaladıkları başarı genel ekonomik kriz yüzünden biraz sıkıntıya girdiyse de, bu durum pek değişmedi. Türk çimento sektöründe ihracat önemli boyutlarda olmayı sürdürüyor. Genel olarak yurt içindeki ekonomik koşulların beraberinde getirdiği talep fazlası ihracatla aşılmaya çalışılıyor.

Türk çimento sektörü aynı zamanda önemli bir özelleştirme sürecini tamamladı. Rekabet analizi yaparken özelleştirme sürecini dikkate almaksızın yapılan bir analizin eksik olacağı düşüncesindeyim. Yine bu özelleştirme süreciyle birlikte sektöre önemli ölçüde yabancı sermaye girişi de oldu, bunu da göz önüne almak gerekiyor. Çimento sektörüyle ilgili daha fazla çok uzun saatler konuşabilirim ama, burada durup, şimdi biraz da yaptığım çalışmanın sonuçlarına değinmek istiyorum.

Çimento sektörünün yapısını incelemeye yönelik olarak yapmış olduğum ampirik çalışmada çıkış noktası, sektör genelinde ve bölgeler bazında yoğunlaşma oranlarıyla fiyatlar arasındaki ilişkiyi kurmak oldu. Bu anlamda bulabildiğim veriler kapsamında, 1986-1997 yılları arasında hem sektör bazında, hem de bölgeler bazında yoğunlaşma oranlarını hesaplamakla yola çıktım ve bu anlamda da “Hirschman-Herfindahl” indeksini kullanarak gerçekleştirdiğim analizde genel olarak uyumlu eylemin varlığını destekleyen bulgulara ulaştım. Bu bulguları daha sonra daha gelişmiş tekniklerle test etme gereği doğdu vesonuç itibarıyla bunu da gerçekleştirdim.

Türkiye genelinde ve bölgeler bazında 1986-1997 yılları arasındaki yoğunlaşmanın görüntüsünü sunuyorum şimdi. Bu grafikleri incelerken genel anlamda rekabet otoritelerinin 1800 ve altını rekabetçi piyasa olarak kabul ettiğini hatırlatmak isterim. Grafikler kendini açıkladığından, ben bu aşamada fazla yorum yapmayacağım.

Türkiye geneline baktığımızda Türk çimento sektöründe yoğunlaşma seviyesindeki değişiklikleri yıllar itibarıyla izlememiz mümkün. Uluslararası alanda kabul edilen yoğunlaşma kriterlerini dikkate alırsak 1800’ün üzerinde gördüğünüz kısımlar yoğunlaşmaya işaret ediyor. Şimdi bir de bölgeler bazında duruma bakalım.

Ege Bölgesi'nde bir düşüş var. Ama bu düşüş, yine kritik seviyelerde olunmasını engellemiyor; 2600-2800 civarında yine kritik kabul edilen seviyelerin üstünde. Marmara Bölgesi'ne bakarsak, 1994 yılına kadar olan süreç kritik seviyenin altında olmakla beraber, 1994 yılından sonra belirgin bir yükseliş var. Bu arada Marmara'da özellikle bir şeyi çok açık olarak görmek mümkün; Ak Çimento'yla Çanakkale Çimento'nun birleşimi burada açık bir şekilde belli oluyor.

Karadeniz Bölgesi'ne bakarsak, durum göreceli olarak daha rekabetçi gibi gözüküyor. Ama, yine bir yükseliş trendi var ancak aynı zamanda fabrika sayısı da artıyor. İç Anadolu ve Orta Anadolu'ya baktığımızda görüntü yoğunlaşma oranları itibarıyla kritik kabul edilen seviyenin altında ama yine artan üretim tesisine rağmen artış eğilimi var. Akdeniz Bölgesi'nde yoğunlaşma seviyesi çeşitli aralıklarla dalgalanma gösteriyor ancak 1994 yılından itibaren bir artış eğilimi var. Genel olarak kritik seviyenin üzerinde.

Özellikle trend 1992, 1993, 1994'lerden sonra bir artışı gösteriyor genelde, ortalama olarak Türkiye genelinde düşünürsek öyle bir durum var. Bazı bölgelerde bunu özelleştirmeye açıklamak mümkün oluyor; bazı bölgelerde de açıklaması güç.

Güneydoğu Anadolu'ya geldiğimizde durum bu şekilde. Genel olarak azalma eğilimi gözlenmekle beraber, 1995, 1996 yıllarından başlayarak gözle görülür bir artış var. Doğu Anadolu'daki durum da böyle. Doğu Anadolu'da da yine bir artan yoğunlaşma trendi var.

Görüldüğü gibi Türkiye çimento sektöründeki yoğunlaşma eğilimini tespit etmeye yönelik olarak gerçekleştirdiğim çalışmanın sonuçları itibarıyla, sektördeki yoğunlaşma oranları genel olarak kritik olarak kabul edilen seviyelerin üzerinde. Ancak bu durum kendi başına piyasada açık veya gizli anlaşma olduğunu ya da uyumlu eylemin varlığını ispatlamaz. Dolayısıyla da bu durumun daha karmaşık testler uygulanarak incelenmesi zorunluluğu ortaya çıktı.

Yoğunlaşma bulgularını izleyen daha karmaşık testlerin uyguladığım çalışmanın sonuçlarına baktığımızda ise kısaca size şunları söyleyebilirim. Fiyatlar itibarıyla, yoğunlaşmayla fiyatlar arasında pozitif bir ilişki buldum. Maliyetlere gelince, maliyet parametreleri bakımından işçi ücretleri ve enerji maliyetleri konusundaki bilgiler çimento üreticilerinin söylediklerini destekler nitelikte. Yani, enerji girdilerinin maliyetlerindeki yüzde 1'lik bir artış, yüzde 0.83'lük bir fiyat artışı anlamına geliyor. Yine işçi ücretlerindeki yüzde 1'lik bir artış, fiyatlarda yüzde 0.27'lik bir artış getiriyor. Talep ve fiyat ilişkisine baktığımızda, negatif doğrusal bir ilişki var. Bu anlamda daha çok çimento sektörüne özgü bir olayla karşı karşıyayız. Talep artınca fiyatlar düşüyor ve de

rekabet artıyor. Normal olarak talep fiyat ilişkisine baktığımızda bu durum genel teorik yaklaşıma ters düşüyor ancak çimento sektörü bu konuda bir istisna sayılabilir ve yine bu konuda uluslararası alanda yapılmış olan çalışmalarla karşılaştırıldığında vardığım sonuç söz konusu çalışmaların sonuçlarıyla örtüşüyor. Bu durumda, kriz ortamından çıkılmasıyla birlikte bir kere rekabetin artacağı sonucuna ulaşmak mümkün bir seviyede.

Sonuç itibarıyla piyasadaki yoğunlaşmanın Türk çimento sektöründe uyumlu eylemi güçlendirerek fiyatlara yansıdığını, ayrıca girdi ve satış fiyatlarının üreticilerle ayarlanmasını kolaylaştıracağını söyleyebiliriz mümkün. Ancak, kesin bir şey söylemek için daha ayrıntılı, daha da teknik analizlere ihtiyaç var.

Şu andaki durumla ilgili söylemek istediğim bir iki şey var. Çimento sektörüne açılan soruşturmada, her iki tarafından da haklı olduğu yönler olduğunu düşünüyorum. Rekabet Kurulu'nun çimento sektörüne ilişkin uygulamaları, ileriye dönük olarak yapılacak diğer benzer sektörlerle ilgili uygulamalar için büyük önem taşıyor. Bu yüzden de, bulunan delilleri etkin bir iktisadi rasyonele oturtmak ve bu konuda ayrıntılı bir analiz yapılması anlamlı olabilir diye düşünüyorum. İktisadi analiz ile gerçekten etkin bir piyasa söz konusu ise, bu etkinliği de cezalandırmamak mümkün olacaktır diye düşünüyorum.

Diğer yandan, çimento üreticilerin de, kendi iddialarını kanıtlamaya yönelik olarak yine aynı türden bir çalışmayı ortaya koymak durumunda olduklarını düşünüyorum. Ancak, bu türden ayrıntılı iktisadi analizlerin sonucunda kimin ne derece haklı olduğu ortaya çıkmış olacaktır.

Çimento sektöründe rekabet uygulamaları konusunda size aktarmaya çalıştığım hususlar ana hatlarıyla şimdilik bu kadar ancak sunuşumu sona erdirmeden önce genel olarak vurgulamak istediğim bazı noktalar var.

Artık rekabet politikalarının uygulanmasına yarayan hukuki çerçeveyi ve yaptırımları giderek daha da artan bir biçimde rasyonel bir iktisadi analiz ile desteklenmesi süreci içinde olmalıyız diye düşünüyorum. Bu yalnızca benim kişisel fikrim değil, aynı zamanda dünyanın bir çok yerinde giderek daha da fazla gerçekleştirilen bir uygulama. Rekabet konusuna sadece hukusal olarak bakarsak bu arada aslında rekabet politikasının nihai amacı olan etkin biçimde işleyen piyasaların oluşturulması, toplumsal refahın artırılması adına bazı istenmeyen hataların da yapılması olası. Dolayısıyla olayı hukuki temeli kadar ekonomik temeline de oturtmak gerekiyor.

Unutulmaması gereken başka bir önemli hususta şu; artık globalleşmenin etkisi tüm dünyada rekabet ve sanayi politikalarına yansımış durumda ve bizim bu

---

gelişmeleri bir yandan da bir rekabet kültürünü de yerleştirerek izlememiz gerekiyor.