



**T.C.  
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İKTİSAT ANABİLİM DALI  
İKTİSAT BİLİM DALI**

**OLİGOPOL PİYASASINDA REKABETİ KISITLAYAN  
UYGULAMALAR: TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİ ÖRNEĞİ**

**(DOKTORA TEZİ)**

**Volkan GÜRSEL**

**BURSA 2018**





**T.C.  
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İKTİSAT ANABİLİM DALI  
İKTİSAT BİLİM DALI**

**OLİGOPOL PİYASASINDA REKABETİ KISITLAYAN  
UYGULAMALAR: TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİ ÖRNEĞİ**

**(DOKTORA TEZİ)**

**Volkan GÜRSEL**

**Danışman  
Prof. Dr. Nalan ÖLMEZOĞULLARI**

**BURSA 2018**


TEZ ONAY SAYFASI

T. C.  
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE


İktisat Anabilim Dalı, İktisat Bilim Dalı'nda 710611001 numaralı Volkan GÜRSEL'in hazırladığı "Oligopol Piyasasında Rekabeti Kısıtlayan Uygulamalar: Türkiye Çimento Sanayi Örneği" konulu Doktora Tezi Çalışması ile ilgili tez savunma sınavı, 4/6/2018 günü 11.00 - 13.00 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin/çalışmasının .....BAŞARILI..... (başarılı / başarısız) olduğuna .....OYBİRLİĞİ..... (oybirliği / oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

Üye  
(Tez Danışmanı ve  
Sınav Komisyonu Başkanı)

  
Prof. Dr. Natan Ölmezogulları


  
Prof. Dr. Filiz Giray

  
Prof. Dr. Bülent Günsoy

  
Prof. Dr. Sema Korkmaz

Üye


Doc. Dr. Metin Özdemir



## Yemin Metni

Doktora tezi olarak sunduğum “Oligopol Piyasasında Rekabeti Kısıtlayan Uygulamalar: Türkiye Çimento Sanayi Örneği” başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

Tarih ve İmza

04.06.2018  


Adı Soyadı: Volkan GÜRSEL

Öğrenci No: 710611001

Anabilim Dalı: İktisat

Programı: İktisat

Statüsü:  Y. Lisans  Doktora



**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU**

**ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İKTİSATANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA**

Tarih: 11/05/2018

Tez Başlığı / Konusu: Oligopol Piyasasında Rekabeti Kısıtlayan Uygulamalar: Türkiye Çimento Sanayi Örneği

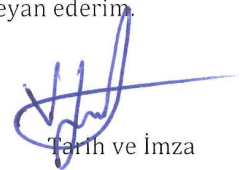
Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 175 sayfalık kısmına ilişkin, 10/05/2018 tarihinde şahsım tarafından *Turnitin* adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 4 'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

  
Tarih ve İmza

**Adı Soyadı:** Volkan Gürsel  
**Öğrenci No:** 710611001  
**Anabilim Dalı:** İktisat  
**Programı:** İktisat  
**Statüsü:**  Y.Lisans  Doktora

**Danışman**  
**(Adı, Soyad, Tarih)**

11.05.2018  
  
Prof. Dr. Naki Ömeroğlu

## ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı	: Volkan GÜRSEL
Üniversite	: Uludağ Üniversitesi
Enstitü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	: İktisat
Bilim Dalı	: İktisat
Tezin Niteliği	: Doktora Tezi
Sayfa Sayısı	: XIV+193
Mezuniyet Tarihi	:
Tez Danışmanı	: Prof. Dr. Nalan ÖLMEZOĞULLARI

### **OLİGOPOL PİYASASINDA REKABETİ KISITLAYAN UYGULAMALAR: TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİ ÖRNEĞİ**

Çimento üretimi Türkiye'deki en köklü sanayi dallarından birisidir. Çimento sanayi uzun yıllar boyunca devlet müdahalesine konu olmuştur. 1980'li yıllarda başlayan özelleştirme ve serbestleştirme sürecinin tamamlanmasıyla rekabetçi bir sanayi haline gelmesi beklenmiştir. Ne var ki Rekabet Kurumunun 1997 yılında göreve başlamasının ardından çimento sanayi Rekabet Kurulu soruşturmalarına konu olmuş, çimento üreticileri bu soruşturmaların ardından birçok kez cezaya çarptırılmıştır. Çimento sanayi Rekabet Kurulunun ilgisini çekmeye devam etmektedir. Bu çalışmanın amacı Türk çimento sanayindeki rekabet sorunlarını ele almaktır. Çalışmanın ilk bölümünde oligopol kuramı ve oligopol piyasalarda örtük anlaşmaların oluşumu ele alınmaktadır. İkinci bölümde ilk olarak kartel anlaşmalarının yapısal özellikleri ve zararları tartışılmaktadır. Daha sonra kartellerle mücadele konusuna yer verilmektedir. Son bölümde ise çimento sanayine ilişkin kurul kararları ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir.

#### **Anahtar Sözcükler:**

Oligopol Kuramı, Kartel, Rekabet Politikası, Çimento Sanayi

## ABSTRACT

Name and Surname : Volkan GÜRSEL  
University : Uludağ University  
Institution : Social Science Institution  
Field : Economics  
Branch : Economics  
Degree Awarded : PhD  
Page Number : XIV+193  
Degree Date :  
Supervisor : Prof. Dr. Nalan ÖLMEZOĞULLARI

### **PRACTICES THAT RESTRICTING COMPETITION IN OLIGOPOLY MARKET: TURKISH CEMENT INDUSTRY CASE**

**Cement production is one of the oldest industries in Turkey. For many years, the cement industry was subject to government intervention. After the end of state ownership and control, it was expected to become a competitive industry. However, immediately after the Turkish Competition Authority began operations in 1997, Competition Board has investigated the cement industry several times and imposed substantial amount of fines to cement manufacturers breaching competition rules. Cement industry has still continued to attract the attention of the Board. The aim of this study is to discuss the competition issues in Turkish cement industry. The first chapter reviews the theoretical literature on oligopoly and the formation of tacit collusion. In the second chapter, structural characteristics and damages of cartel agreements are discussed. Second chapter also reviews issues related to combating cartels. In the last chapter the Turkish Competition Board decisions relating to the cement industry have been examined in detail.**

#### **Keywords:**

Oligopoly Theory, Cartel, Competition Policy, Cement Industry



## İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	ii
YEMİN METNİ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar.....	xi
ŞEKİLLER.....	xiii
KISALTMALAR.....	xiv
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM REKABET VE OLİGOPOL

1. İKTİSAT KURAMINDA REKABET KAVRAMI.....	3
1.1. DİNAMİK REKABET YAKLAŞIMI.....	3
1.2. DURAGAN REKABET YAKLAŞIMI.....	6
1.3. REKABET KAVRAMINA ALMAŞIK YAKLAŞIMLAR.....	8
1.3.1. Tekelci Rekabet Kuramı.....	8
1.3.2. İşleyebilir Rekabet.....	9
1.3.3. Yarışabilir Piyasalar Kuramı.....	11
2. REKABETİN YARARLARI.....	12
2.1. KURAMSAL TARTIŞMA.....	12
2.2. GÖRGÜL ÇALIŞMALAR.....	16
2.2.1. Tekelin Refah Kaybı.....	16
2.2.2. Rekabet ve Verimlilik.....	17
2.2.3. Rekabet ve Yenilikler.....	18
2.2.4. Görgül Çalışmalara İlişkin Çekinceler.....	20
3. OLİGOPOL KURAMI.....	21
3.1. GELENEKSEL MODELLER.....	21
3.1.1. Cournot Modeli.....	21
3.1.1.1. Cournot Çözümü.....	22
3.1.1.2. Cournot Modelinin Özellikleri.....	24

3.1.2.	Bertrand Modeli.....	25
3.1.3.	Edgeworth Modeli.....	27
3.1.4.	Tahmini Değişim Modeli.....	27
3.1.5.	Hotelling Modeli.....	29
3.1.6.	Chamberlin Modeli.....	31
3.1.7.	Stackelberg Modeli.....	32
3.1.8.	Sweezy Modeli.....	32
3.1.9.	Fellner'in Eleştirileri ve Pazarlık Çözümü.....	33
3.2.	FIYAT ÖNDERLİĞİ MODELLERİ.....	34
3.2.1.	Boulding'in Fiyat Önderliği Modelleri.....	34
3.2.2.	Hâkim Firmanın Fiyat Önderliği Modeli.....	34
3.3.	ORTAK KARI EN ÇOKLAŞTIRAN KARTEL MODELİ.....	35
3.3.1.	Üretim Miktarının Belirlenmesi.....	35
3.3.2.	Kartellerde İstikrar Sorunu.....	37
4.	OLİGOPOLE OYUN KURAMI YAKLAŞIMI.....	41
4.1.	OYUN KURAMININ TEMEL KAVRAMLARI.....	41
4.1.1.	Nash Dengesi.....	42
4.1.2.	Tekrarlanan Oyunlar.....	43
4.2.	OLİGOPOL PİYASALARA OYUN KURAMI YAKLAŞIMI.....	44
4.2.1.	Eşanlı Miktar Rekabeti: Cournot Modeli.....	44
4.2.2.	Ardışık Miktar Rekabeti: Stackelberg Modeli.....	46
4.2.3.	Kapasite Kısıtı Durumunda Fiyat Rekabeti.....	47
4.3.	ÖRTÜK ANLAŞMA.....	50
4.3.1.	Sonsuz Tekrarlı Oyunlar.....	50
4.3.2.	Sonlu Tekrarlı Oyunlar.....	57
4.3.3.	Örtük Anlaşma Üzerinde Etkisi Olan Etkenler.....	57
4.3.3.1.	<i>Firma Sayısı.....</i>	57
4.3.3.2.	<i>Giriş Engelleri.....</i>	58
4.3.3.3.	<i>Piyasa Payı, Maliyet Yapısı ve Kapasite Farklılıkları.....</i>	58
4.3.3.4.	<i>Ürün Farklılaştırması.....</i>	59
4.3.3.5.	<i>Yenilik.....</i>	60
4.3.3.6.	<i>Etkileşimin Sıklığı ve Düzenliliği.....</i>	60

4.3.3.7.	<i>Talep Büyümesi ve Talep Dalgalanması</i> .....	60
4.3.3.8.	<i>Birden Fazla Piyasada Temas</i> .....	61
4.3.3.9.	<i>Alıcı Gücü</i> .....	61
4.3.3.10.	<i>Piyasanın Şeffaflığı</i> .....	62
4.4.	<b>KOLAYLAŞTIRICI UYGULAMALAR</b> .....	62
4.4.1.	Bilgi Değişimi.....	62
4.4.2.	En İyi Fiyat Politikaları.....	64
4.4.3.	Dikey Kısıtlamalar.....	65
4.4.4.	Teslim Fiyatlandırması.....	66

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **OLİGOPOL PİYASALARDA REKABETİN YATAY KISITLANMASI VE REKABET POLİTİKASI**

1.	<b>REKABET POLİTİKASI AÇISINDAN OLİGOPOL PİYASALAR</b> .....	70
1.1.	<b>SANAYİ EKONOMİSİ VE REKABET POLİTİKASI</b> .....	70
1.2.	<b>REKABET POLİTİKASI VE OLİGOPOL PİYASALARDAKİ REKABET SORUNU</b> .....	72
1.2.1.	Yapısalcı Okul.....	72
1.2.2.	Chicago Okulu.....	73
1.2.3.	Chicago Sonrası.....	75
2.	<b>REKABETİN YATAY KISITLANMASI VE BU SORUNLA MÜCADELE</b> ..	76
2.1.	<b>REKABETİN YATAY KISITLANMASI: KARTELLER</b> .....	76
2.2.	<b>KARTELLERİN YAPISAL ÖZELLİKLERİ</b> .....	78
2.2.1.	Kartel Görülen Piyasaların Özellikleri.....	78
2.2.2.	Kartellerin Örgütlenme Yöntemleri.....	80
2.2.3.	Kartellerin Ömürleri ve Sonlanma Sebepleri.....	81
2.3.	<b>KARTELLERİN ZARARLARI</b> .....	84
2.4.	<b>KARTELLERLE MÜCADELE</b> .....	89
2.4.1.	Kartellerin Tespiti.....	90
2.4.1.1.	<i>Kartel Eleme Yöntemleri</i> .....	91
2.4.1.2.	<i>Pişmanlık</i> .....	94
2.4.2.	İspat Sorunu .....	95
2.4.3.	Yaptırımlar.....	98

2.4.3.1. Firmalara Yaptırımlar.....	99
2.4.3.2. Bireylere Yaptırımlar.....	104
2.5. ABD VE AB'DE KARTELLERLE MÜCADELE.....	106
2.5.1. ABD Rekabet Hukukunda Karteller.....	106
2.5.2. AB Rekabet Hukukunda Karteller.....	110
2.5.3. Uygulamada Yaptırımlar.....	112
2.5.4. Para Cezalarının Caydırıcılığı.....	117
2.6. TÜRKİYE'DE KARTELLERLE MÜCADELE.....	119
2.6.1. Türk Rekabet Hukuku.....	120
2.6.2. Yasaklar.....	123
2.6.3. Yaptırımlar.....	126
2.6.3.1. İdari Yaptırımlar.....	126
2.6.3.2. Özel Hukuk Yaptırımları.....	129
2.6.3.3. Uygulamada Kartellere Karşı Yaptırımlar.....	130

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRK ÇİMENTO SANAYİNDE REKABETİ KISITLAYICI UYGULAMALAR

1. ÇİMENTO ÜRÜNÜ VE TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİ.....	133
1.1. ÇİMENTO ÜRÜNÜ.....	133
1.2. TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİNİN TARİHİ.....	137
1.3. TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİNİN GÜNCEL DURUMU.....	141
1.4. TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİ PİYASA YAPISI.....	147
2. TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİNDE REKABET İHLALLERİ.....	153
2.1. DÜNYADA ÇİMENTO KARTELLERİ.....	153
2.2. ÇİMENTO SEKTÖRÜNE YÖNELİK REKABET KURUMU İNCELEMELERİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	156

2.3. ÇİMENTO SEKTÖRÜNDE YATAY İHLALLERE İLİŞKİN REKABET KURULU KARARLARI.....	158
2.3.1. 99-30/276-166 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı.....	158
2.3.2. 02-06/51-24 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı.....	160
2.3.3. 04-77/1108-277 ve 04-77/1109-278 Sayılı Rekabet Kurulu Kararları.....	162
2.3.4. 05-05/42-17 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı.....	164
2.3.5. 06-49/653-182, 06-68/926-265 ve 06-68/927-266 Sayılı Rekabet Kurulu Kararları.....	164
2.3.6. 06-69/930-267 ve 06-69/931-268 Sayılı Rekabet Kurulu Kararları.....	165
2.3.7. 12-17/499-140 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı.....	165
2.3.8. 13-54/756-316 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı.....	166
2.3.9. 16-02/44-14 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı.....	167
2.3.10. Kurul Kararlarına İlişkin Genel Değerlendirme.....	168
SONUÇ.....	170
KAYNAKÇA.....	175
ÖZGEÇMİŞ.....	193

## TABLULAR

<b>Tablo 1.1.</b> İşleyebilir Rekabetin Ölçütleri.....	10
<b>Tablo 1.2.</b> Rekabet ve Verimlilik Üzerine Görgül Çalışmalar.....	18
<b>Tablo 1.3.</b> Rekabet ve Yenilikler.....	19
<b>Tablo 1.4.</b> Cournot Oyunu Matrisi.....	45
<b>Tablo 2. 1.</b> Rekabeti Yatay Olarak Sınırlayan Davranışlar.....	77
<b>Tablo 2. 2.</b> Kartellerin Üye Sayıları, Pazar Payları ve Pazardaki Yoğunlaşma.....	79
<b>Tablo 2. 3.</b> Kartellerin Örgütlenme Yöntemleri (%).....	81
<b>Tablo 2.4.</b> Kartellerin Süresi.....	82
<b>Tablo 2. 5.</b> Kartellerin Sonlanma Sebepleri (%).....	83
<b>Tablo 2.6.</b> Kartellerin Fiyat Etkisi (%).....	87
<b>Tablo 2.7.</b> Kartel Türlerine Göre Fazladan Ödeme Oranı (%).....	88
<b>Tablo 2.8.</b> Pişmanlık Başvurusu Oyunu.....	95
<b>Tablo 2. 9.</b> ABD’de Firma Başına En Yüksek Kartel Cezaları.....	114
<b>Tablo 2.10.</b> AB’de Karar Başına En Yüksek Kartel Cezaları (1969’dan beri).....	116
<b>Tablo 2. 11.</b> Firma Başına En Yüksek Kartel Cezaları (1969’dan beri).....	116
<b>Tablo 2. 12.</b> 2006 Rehberine Göre Cironun Yüzdesi Olarak Firmalara Verilen Cezalar (Pişmanlık Başvuruları Dâhil).....	117
<b>Tablo 2. 13.</b> Para Cezalarının Etkinliği.....	118
<b>Tablo 2. 14.</b> Kartellerin Yakalanma Olasılığı.....	119
<b>Tablo 2. 15.</b> Esastan Verilen Para Cezaları (Milyon TL).....	131
<b>Tablo 2. 16.</b> Karar Başına En Yüksek Para Cezaları (4. Madde).....	132
<b>Tablo 3.1.</b> Dünyada Çimento Üretimi ve Tüketimi (Milyon Ton).....	134
<b>Tablo 3.2.</b> Çimento Talebinin Fiyat Esnekliği.....	136
<b>Tablo 3.3.</b> 1913 - 1936 Döneminde Türkiye’de Çimento Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti (Bin Ton).....	138
<b>Tablo 3. 4.</b> 1940 – 1960 Döneminde Türkiye’de Çimento Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti (Bin Ton).....	139
<b>Tablo 3. 5.</b> 1962 – 1978 Döneminde Türkiye’de Çimento Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti (Milyon Ton).....	139
<b>Tablo 3. 6.</b> 1983 – 2007 Döneminde Türkiye’de Çimento Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti (Milyon Ton).....	141
<b>Tablo 3.7.</b> Türkiye’de Çimento Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti (2010 – 2015).....	142
<b>Tablo 3.8.</b> Türkiye Çimento Sanayinde Bölgesel Kapasite ve Üretim (2015).....	144
<b>Tablo 3. 9.</b> Türkiye’de Bölgesel Çimento Tüketimi.....	144

<b>Tablo 3. 10.</b> Türkiye’de Çimento Satışlarının Cins, Müşteri ve Ambalaja Göre Dağılımı.....	145
<b>Tablo 3. 11.</b> Türkiye Çimento Sanayi İhracatı (Milyon Dolar).....	146
<b>Tablo 3. 12.</b> Türkiye Çimento Sanayinde Maliyetler.....	146
<b>Tablo 3. 13.</b> Türkiye Çimento Sanayinde Enerji Kullanım (Bin TEP).....	147
<b>Tablo 3. 14.</b> Türkiye Çimento Sanayinde Yoğunlaşma.....	148
<b>Tablo 3. 15.</b> Türkiye Çimento Sanayinde Büyük Üreticiler (2015).....	149
<b>Tablo 3. 16.</b> Türkiye Çimento Sanayinde Devralma İşlemleri.....	150
<b>Tablo 3. 17.</b> Türkiye Çimento Sanayinde Yatırım Teşvikleri.....	151
<b>Tablo 3. 18.</b> Türkiye Çimento Sanayinde Kar Marjı.....	153
<b>Tablo 3. 19.</b> Dünya’da Çimento Kartelleri.....	154
<b>Tablo 3.20.</b> Çimento Kartellerinde Fazladan Ödeme Oranı.....	155
<b>Tablo 3.21.</b> Çimento Sektöründe Rekabet Kurulu Cezaları (4. Madde).....	157

## ŞEKİLLER

Şekil 1.1. Rekabetin Yararları.....	13
Şekil 1.2. Tekelin Toplumsal Maliyeti.....	14
Şekil 1.3. Hotelling Caddesi.....	29
Şekil 1.4. Ortak Karın En Çoklaştırılması.....	37
Şekil 1.5. Kartelde Hile Sorunu.....	38
Şekil 1.6. Kota Kuralı.....	39
Şekil 1.7. Stackelberg Oyunu Ağacı.....	47
Şekil 1.8. Örtük Anlaşmaya Karşı Hile.....	53
Şekil 1.9. Kar Olanakları Sınırı ve Olası Kar Bileşimleri.....	54
Şekil 1.10. Teslim Fiyatlandırması.....	67
Şekil 2.1. Kartellerin Olası Zararları.....	85
Şekil 2.2. Kartel Tespit Yöntemleri.....	90
Şekil 2.3. Etkinlik Artıran Tekelleşme.....	101
Şekil 2. 4. AB Rekabet Hukukunda Cezalandırma Süreci.....	111
Şekil 2.5. ABD Antitröst Bölümü Tüzel Kişi Para Cezaları.....	113
Şekil 2.6. ABD Antitröst Bölümü Hapis Cezaları.....	114
Şekil 2.7. Avrupa Komisyonu Tüzel Kişi Para Cezaları (Mahkeme Kararlarına Göre Düzeltilmiş).....	115
Şekil 2.8. Türk Rekabet Hukukunda Cezalandırma Süreci.....	129
Şekil 3. 1. Kişi Başına GSYH ve Çimento Tüketimi (2010).....	135
Şekil 3. 2. Çimento Üretim Süreci.....	136
Şekil 3. 3. Türkiye’de GSYH, İnşaat Sektörü ve Çimento Tüketimi Büyüme Hızları (%).....	142
Şekil 3. 4. Türkiye’de Kişi Başına Çimento Tüketiminin Eğilimi.....	143
Şekil 3. 5. Türkiye Çimento Sanayinde Kapasite Kullanımı (%).....	152
Şekil 3. 6. Çimento Sektöründe Kartele Katılma Sıklığı.....	155
Şekil 3.7. Türkiye Çimento Sektöründe İhlal Tekrarı (Yatay İhlaller).....	158



## KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ABİHA	: Avrupa Birliğinin İşleyişi Hakkında Anlaşma
BSTB	: Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
CEMBUREAU	: Avrupa Çimento Birliği
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
GSMH	: Gayrisafi Milli Hâsıla
GSYH	: Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla
GTB	: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
OECD	: İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
RK	: Rekabet Kurumu
RKHK	: Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
RKK	: Rekabet Kurulu Kararı
TEP	: Ton Eşdeğer Petrol
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TÇMB	: Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği
TL	: Türk Lirası
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

## GİRİŞ

Piyasa mekanizmasının ekonomik etkinliği sağlayabilmesinin ilk ve en önemli koşulu rekabetin aksamamasıdır. Oysa piyasa kendi başına, rekabetin piyasa aktörleri tarafından ortadan kaldırılmasının önüne geçememektedir. Bu duruma en elverişli piyasa yapısı ise oligopol piyasa yapısıdır. Oligopol piyasasında aktör sayısının az olması rakipler arasında karşılıklı bağımlığa, daha açık bir ifadeyle herhangi birinin aldığı kararın diğerlerini etkilemesine sebep olmaktadır. Böyle bir karşılıklı bağımlılık, aktörleri rekabetten çok aralarındaki rekabeti ortadan kaldırmaya yönelik anlaşma veya uyumlu davranışlara teşvik edebilmektedir. Kartel olarak adlandırılan anlaşma veya uyumlu davranışlar en zararlı rekabet ihlalleri olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle rakipler arasındaki anlaşma veya uyumlu davranışları önleyecek düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışma, oligopol piyasalarda rekabeti kısıtlayıcı uygulamaları iktisadi açıdan analiz etmek ve rekabeti korumayı amaçlayan düzenlemelerin bu uygulamaların önüne geçebilmek için ürettiği çözümleri ele almak amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, oligopol piyasasının özelliklerini taşımanın yanı sıra Rekabet Kurulunun soruşturma ve cezalarına konu olması bakımından Türkiye çimento sanayi örnek olay seçilmiştir.

Birinci bölümde öncelikle rekabet kavramı üzerinde durulacak, rekabetin işlevleri ve farklı yaklaşımlar açısından rekabet kavramı ele alınacak, ardından çalışmanın rekabetin kısıtlanması konusunda temel aldığı piyasa yapısı olan oligopole yer verilecektir. Oligopol Kuramı alt başlığı altında firmalar arasında rekabetçi davranışların varlığını temel alan geleneksel oligopol modelleri ve firmaların aralarındaki rekabeti ortadan kaldırmak amacıyla anlaşmalı davranışlar içine girdiği oligopol modelleri incelenecektir. Oligopol piyasa yapısını analiz etmekte kullanılan bir araç olan oyun kuramı da bu bölüm dâhilinde ele alınacak ve işbirlikçi olmayan oyunlarda örtük anlaşmaların oluşumu ve işleyişi üzerinde durulacaktır.

İkinci bölümde ilk olarak oligopol piyasalardaki rekabet sorununa ilişkin farklı rekabet politikası yaklaşımlarından söz edilecektir. Oligopol piyasalarda rekabeti yatay olarak kısıtlayan kartel anlaşmalarının yapısal özellikleri ve zararlarının ortaya

konulmasının ardından karteller ile mücadele yöntemlerine yer verilecektir. Son olarak ABD, AB ve Türkiye’de kartellerle mücadelenin fiili boyutlarına değinilecektir.

Son bölümde ise öncelikle Türkiye’de çimento sanayinin tarihsel gelişimi ve yapısal durumu ortaya konulacaktır. Daha sonra Rekabet Kurulunun sektöre yönelik olarak almış olduğu kararlar çerçevesinde çimento sanayinde gözlemlenen rekabeti kısıtlayıcı uygulamalar ele alınacaktır.



# BİRİNCİ BÖLÜM

## REKABET VE OLİGOPOL

### 1. İKTİSAT KURAMINDA REKABET KAVRAMI

İktisadi analizin temel kavramlarından birisi olan rekabet, kuramsal gelişmeyle birlikte hayli geniş kapsamlı bir kavram haline gelmiştir. Ancak genişleyen kapsamla birlikte kavrama ilişkin açık bir tanım vermek zorlaşmıştır. Birçok yazarın rekabet kavramını kullanma amacı ve ele alış biçimi kendine özgüdür. Bununla birlikte kavrama ilişkin farklı fikirleri iki genel yaklaşıma indirgemek mümkündür. Bunlardan ilki rekabetin dinamik yönünü vurgulayan yaklaşımdır. Bu yaklaşım altında rekabet hem malların fiyatını maliyetine eşitleyerek tahsis etkinliğini sağlayan bir güç veya dengeye yönelik olarak işleyen bir süreç, hem de iktisadi gelişmenin itici gücü olan bir faaliyet olarak kabul edilmektedir. İkinci yaklaşımda ise rekabet piyasa yapısını tanımlayan durağan bir kavram olarak ele alınmaktadır. Öte yandan piyasa yapısına odaklanan rekabet kavramının ana akım hale gelmesiyle, bunu tümüyle reddetmeden gerçek iktisadi yaşamla birleştirmeyi ve iktisadi politikaya rehber olmayı amaçlayan ayrı bir başlık derlenebilecek almaşık yaklaşımlarda bulunmaktadır.

#### 1.1. DİNAMİK REKABET YAKLAŞIMI

Rekabeti dengeye doğru işleyen bir süreç olarak inceleyen yaklaşım A. Smith ve D. Ricardo ve J. Mill'in öncülük ettiği Klasik iktisatçıların katkılarıyla şekillenmiştir. Klasikler özde bireysel özgürlükler ve müdahalesiz ekonominin erdemlerinden söz ederken serbest rekabetin işleyiş biçimine de açıklık kazandırmışlardır. Klasik teoride rekabet malların piyasa fiyatını onların üretim maliyetleri tarafından belirlenen doğal fiyatına eşitleyen bir süreçtir ve bu süreç mallar gibi üretim faktörleri için de işlemektedir (High, 2001: xv). Böyle bir rekabet sürecinin işleyişi özellikle sermayenin akışkanlığına bağlıdır. Kar oranı düşük sektörlerden kar oranı yüksek sektörler sermaye akımı, değişik sektörlerdeki arz ve talep dengesizliklerini ve dolayısıyla sektörler arasındaki kar oranları farklılığını ortadan kaldırmaktadır.

A. Smith (1997) 1776 tarihli "Ulusların Zenginliği" başlıklı eserinde malların piyasa fiyatının doğal fiyatına eşitlenme sürecini açık olarak izah etmiştir. Smith'e göre

herhangi bir mala olan talep arzdan fazla ise alıcıların rekabeti piyasa fiyatını yükselterek doğal fiyatın üzerine çıkarır. Piyasa fiyatının yükselmesi ise yeni satıcıların rakip olarak piyasaya girmesine ve malın arzının artarak piyasa fiyatının doğal fiyatına eşit oluncaya kadar düşmesine yol açacaktır. Benzer şekilde herhangi bir malın arzı talebine göre yüksekse satıcılar arasındaki rekabet piyasa fiyatını doğal fiyatın altına düşürecektir. Bu durumda üreticilerin bir kısmının piyasadan çekilmek zorunda kalması malın arzını daraltarak piyasa fiyatının doğal fiyatına eşit oluncaya kadar yükselmesine sebep olacaktır (Smith, 1997: 55–59). Smith (1997: 294) rakip sayısındaki artışın rekabeti artırmak ve fiyatları düşürmek yönündeki etkisini bir örnek üzerinden açıklamayı da ihmal etmemiştir;

*“...sermaye iki ayrı bakkal arasında bölünecek olursa, bunların rekabeti, herikisini de, bu sermaye yalnız birinin elindeyken satacağından, daha ucuza satmaya yöneltecektir; sermaye yirmi kişi arasında bölünecek olursa, aralarındaki rekabet o oranda büyük... olur.”*

Ancak Smith için rekabet fiyatları belirlemenin ötesinde ekonomik gelişmeyi de sağlayan bir süreçtir. Sermaye sahipleri arasında daha ucuza mal üretebilmek adına yürütülen yarış, sermaye birikimini ve iş bölümünü artırmanın yanı sıra yeni üretim tekniklerinin geliştirilmesiyle beraber ekonomik gelişmenin de önünü açacaktır (Vickers, 1995: 5; Tanyeri, 2000: 313). Bu bakımdan Smith’in analizlerinde rekabet hem piyasayı dengeye yöneltten hem de ekonomik gelişmenin değiştirdiği koşullar nedeniyle dengesizlik yaratan bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla beraber rekabetin bu iki yönü, birbiriyle tutarsızlık içinde olmayıp, kapitalist ekonominin işleyiş biçimi gereği birbirini tamamlamaktadır (Tanyeri, 2000: 315–317).

Belirtmek gerekir ki rekabet, Smith’den önce iktisat yazınına yabancı bir kavram değildir. Rekabetin piyasa fiyatını uzun vadede sürdürülebilecek olan en düşük fiyata çekerek piyasayı temizleme işlevini yerine getireceği Cantillon, Turgot, Hume ve Steuart gibi birçok yazar tarafından dile getirilmiştir. Ancak Smith’in önemi kendisinden önceki fikirleri derlemiş ve rekabeti iktisadi toplumun organize edici ilkesi mertebesine çıkarmış olmasından gelmektedir. Smith’le birlikte rekabet iktisadi analizin olmazsa olmazı haline almıştır (McNulty, 1967: 396; 1968: 647).

K. Marx, Klasiklerin rekabet kavramından hareket etmekle birlikte, rekabetin istikrarsızlık yaratıcı yönünü daha fazla ön planda tutmuştur. Marx'ın analizlerinde rekabet, karını artırmayı amaçlayan kapitalistin emeğin verimliliğini yükseltmeye yönelik olarak sermaye birikimini artırma ve yeni üretim teknikleri geliştirme şeklindeki faaliyetleridir. Fakat Marx'a göre sermaye birikiminin kar oranlarını düşürmesinin yanı sıra makineleşme sebebiyle ortaya çıkan işsizliğin sonucunda ortaya çıkacak yetersiz tüketim ekonomiyi krize sokacaktır. Bu kriz sonunda küçük kapitalistler yok olurken sermayenin yoğunlaşması artacaktır (Hunt, 2005: 303–304; Başköy, 2002).

Rekabeti dinamik yönüyle ele alanlar yalnızca Klasikler değildir. Neo Klasik okulla beraber rekabetin piyasa yapısını tanımlamak amacıyla kullanılan durağan bir kavrama dönüşmesi sonrasında kimi iktisatçılar rekabetin dinamik yönünü yeniden gündeme taşıma gereği duymuştur. Bunların başında J. A. Schumpeter gelmektedir. Schumpeter'in rekabet kavramına yaklaşımı Neo Klasik tam rekabet modelinin eleştirisi üzerine kuruludur. Schumpeter'e göre Kapitalizm bir gelişme sürecidir ve durağan olmak gibi bir özelliğe sahip değildir. Bu nedenle Kapitalist rekabet durağan tam rekabet modelinde olduğu gibi yalnızca fiyat rekabetiyle açıklanamaz. Zaten tam rekabet sadece olanaksız değil aynı zamanda istenilir de değildir. Rekabet, yeni ürünlerin, yeni üretim yöntemlerinin ve yeni örgütlenme biçimlerinin eskilerinin yerini aldığı bir yaratıcı yıkım sürecidir. Schumpeter'e göre bu yenilikleri tam rekabet modelindeki küçük ölçekli işletmeler değil, tekel ve oligopol piyasalardaki büyük ölçekli işletmeler yapabilir. Yaratıcı yıkımın verimli sonuçlarının ancak uzun bir zaman diliminin ardından belli olacağına değinen Schumpeter, rekabetin dinamik etkinlik yaratan yönünü öne çıkarmayı amaçlamıştır (Schumpeter, 2007: 101–107; Özel, 2009: 145–152).

Avusturya İktisat Okulunun temsilcilerinden F. A. Hayek de rekabetin dinamik bir süreç olduğunu vurgulayan düşünürlerdendir. Hayek toplumun iktisadi sorununu “tümüyle hiç kimsede olmayan bilgidен yararlanabilme sorunu” olarak görmektedir (Vickers, 1995: 2). Piyasanın toplumdaki bireylerin bilgilerinden, diğer seçeneklere göre çok daha iyi yararlanabileceğini iddia eden Hayek'e göre, piyasa yalnızca dağınık bilgiyi derleyip yaymakla kalmamakta başka hiçbir şekilde açıklanamayacak (örtük) tercihler hakkında da bilgi yaymaktadır (Yay, 93: 60). Hayek'in düşüncesinde piyasa

toplumdaki bireylerde dağınık halde bulunan bilgilerin derlenmesi ve piyasa fiyatları yoluyla diğer bireylere iletilmesini sağlayan bir eşgüdüm kurumudur. Piyasa fiyatları görece kaynak kıtlığını yansıttığı sürece bireyler başkaca bilgiye ihtiyaç duymayacak ve kaynaklar etkin olarak dağılacaktır. Kaynakların kıtlık derecesinin fiyatlara yansması ise rekabet süreci ile gerçekleşecektir. Hayek'in bilgi aktarma aracı olarak gördüğü piyasa, tam rekabetçi denge yaklaşımı gibi değişmeyen bir durum olmak yerine, dinamik bir süreç olan rekabet yoluyla işlemektedir (Özel, 2009: 96–97).

## 1.2. DURAĞAN REKABET YAKLAŞIMI

İktisat kuramının on dokuzuncu yüzyıldaki gelişimi rekabet kavramını Klasik İktisadın kavrama yüklediği anlamdan farklı bir mecraya taşımıştır. Neo Klasik okul mensuplarınca benimsenmiş olan matematiksel analiz yöntemi rekabetin dinamik yönünün arka plana itilmesine ve durağan bir kavram olan tam rekabetin önem kazanmasına sebep olmuştur. Neo Klasik okul ile birlikte rekabet artık piyasa yapısını vurgulayan bir kavram olarak kullanılabilir hale gelmiştir.

Rekabeti matematiksel yöntemlerle analiz eden bilim adamlarının başında Fransız matematikçi A. A. Cournot (1838) gelmektedir. Rekabetin etkilerini ortaya koymayı amaçlayan Cournot, piyasadaki firma sayısının artmasının fiyatı düşüreceğini matematiksel olarak ispatlamıştır. Daha da öteye giderek, herhangi bir firmanın çıktısı endüstri çıktısına oranla çok önemsiz hale geldiğinde rekabetin etkisinin sınırına ulaşacağını ve hiçbir firmanın piyasa fiyatını etkileme gücüne sahip olamayacağını göstermiştir. Cournot'un bu tespiti tam rekabet modelinden varılan fiyatın alıcı ve satıcılar için veri olduğu çıkarımı ile örtüşmektedir. Ancak günümüz tam rekabet kavramına ulaşılması W. S. Jevons, F. Y. Edgeworth, J. B. Clark ve özellikle F. H. Knight'in çalışmalarıyla mümkün olmuştur.

Jevons tek fiyat yasası üzerinde durmuş ve rekabette bilginin önemini vurgulamıştır. Alıcı ve satıcıların tam bilgi ile hareket etmesi halinde aynı piyasadaki türdeş ürünler için birden fazla fiyat oluşamayacağını belirtmiştir (Backhouse, 1990: 66). L. Walras rekabeti fiyatların tellal tarafından alıcı ve satıcılara duyurulduğu bir müzayede gibi ele almıştır. Arz ve talebin dengede olmaması durumunda müzayede sürecinin fiyatı nasıl ayarlayacağını açıklamıştır. Walras'a göre piyasa fiyatı kar fırsatı yaratmışsa girişimciler girdi fiyatlarını yukarı tüketici fiyatlarını aşağı doğru çekecektir.

Böylece Walras rekabetin kaynakları, fiyatların maliyetlere eşitlenmesini sağlayacak şekilde kullanılmak üzere tahsis edeceği sonucuna ulaşmıştır (High, 2001: xix).

Tam rekabetin sistematik bir tanımını yapmaya çalışan ilk iktisatçı Edgeworth'tür. O'na göre rekabet piyasanın alıcı ve satıcı tarafında çok sayıda katılımcının olmasını, çıkarıcı davranışların önünde hiçbir engelin bulunmamasını ve ticareti yapılan mal ve hizmetin tam bölünebilirliğini gerektirmektedir (Stigler, 1957: 6). Rekabet konusuna yaklaşımı bireyler arasında mal değişimine ilişkin sözleşmeler (contract) olduğu ve bireylerin çıkarları doğrultusunda yeniden sözleşme (recontract) yapabilecekleri şeklindedir (Backhouse, 1990: 77). Eğer tüm bireyler birbirleriyle yeniden sözleşme yapmak özgürlüğüne sahipse, bireyler arasında iletişim serbest, mal ve hizmetlerin tam bölünebilirliği söz konusu ise birey sayısı sonsuza yaklaştıkça yeniden sözleşme süreci nihai uzlaşmaya<sup>1</sup> varılmasını sağlayacak ve sonuç tam rekabet modelindeki fiyat alıcı davranışla aynı olacaktır (Vickers, 1995: 6).

Günümüzün tam rekabet kavramına ulaşılması Edgeworth'un saymış olduğu koşullara Clark'ın iki koşul daha ilave etmesiyle mümkün olmuştur. İlk kez olmamakla beraber en açık şekilde Clark tarafından dile getirilen bu koşullar durağan bir ekonomi ve kaynakların akışkanlığıdır (Stigler, 1957). Daha açık bir ifadeyle Clark, iktisadi yaşamın nüfus, teknoloji gibi unsurlarının durağan olduğunu ve kaynakların hareketliliğinin önünde bir engel bulunmadığını varsaymıştır. Clark gerçekçi olmayan bu yapıyı gerçek iktisadi sürecin az ya da çok kuramsal idealine yakınsayacağı ve basit durağan ekonominin daha karmaşık ve gerçekçi dinamik ekonomiye geçişte ilk adım olduğu gerekçeleriyle savunmuştur (High, 2001: xxi).

Tam rekabet kavramının eksiksiz bir tanımı ilk olarak Knight'ın "Risk, Belirsizlik ve Kar" (1921) başlıklı eserinde yer almıştır. Knight tam rekabet varsayımının özelliklerinin kısmen üstü kapalı kaldığını ve yeterince açık şekilde ifade edilmediğini vurgulayarak kitabının bir bölümünü bu konuya ayırmıştır. Knight'a göre tam rekabetin koşulları akılcı ve toplumun diğer üyelerinden bağımsız davranan tam bilgi sahibi bireyler, kaynakların mükemmel akışkanlığı, mal ve hizmetlerin bölünebilirliği ve durağan ekonomidir (Knight, 1921: 75–79).

---

<sup>1</sup> Nihai uzlaşma (final settlement), rekabet sahasında yeniden sözleşmeyle değiştirilemeyen uzlaşmadır.



Neo Klasik iktisadın gelişimdeki en önemli etken felsefi yaklaşımın etkisindeki iktisadi mutlak bir bilim haline getirme çabasıdır. Bu çerçevede rekabetin anlamının yarış sürecinden (the process of the race) yarışın sonucuna (the result of the race) doğru kayması, Klasik İktisadın çürütülmesi veya reddedilmesi değildir. Daha ziyade Klasik kuramı on dokuzuncu yüzyılda mutlak bilimin başlıca örneği olan fiziğin ve özellikle Newton mekaniğinin yöntem ve kavramlarıyla yeniden biçimlendirme çabalarının tali bir sonucudur (Budzinski, 2008: 298). Ne var ki Blaug'a (2001: 39) göre süreç olarak rekabet kavramının yerini son durum olarak rekabet kavramının alması rekabetin davranışsal içeriğini o derece boşaltmıştır ki Smith, Ricardo ve Mill için rekabet sürecinin özünü oluşturan fiyat rekabetinin dahi eksik rekabet olarak değerlendirilmesi gerekmiştir.

### 1.3. REKABET KAVRAMINA ALMAŞIK YAKLAŞIMLAR

#### 1.3.1. Tekelci Rekabet Kuramı

Tam rekabet modelinin gerçeklikten uzak olması iktisatçıların gerçek yaşamda gözlemlenen rekabeti açıklayabilecek modeller geliştirme çabası içine girmelerine sebep olmuştur. P. Sraffa'nın (1925; 1926) tam rekabet modelinin mantıksal temellerine yönelik eleştirilerine çözüm getirmeyi amaçlayan J. Robinson (1933) ile E. H. Chamberlin'in (1933) eşzamanlı fakat birbirlerinden bağımsız olarak yayınladıkları çalışmalarla şekillenen teknelci rekabet modeli bu çabanın ürünüdür.<sup>2</sup> Her iki çalışma, birçok piyasanın tam rekabet ile tekel arasında bir yapıda olduğu, tüketici açısından ürünlerin farklılaşabildiği ve hemen her firmanın teknelci kadar olmasa bile belirli ölçüde fiyat belirleme gücüne sahip olduğu gerçeklerini kuramsal alana taşıyarak, tam rekabet ile tekel arasındaki kuramsal boşluğun doldurulmasına önemli katkıda bulunmuştur. Ne var ki teknelci rekabet modeli, gerçekçi varsayımlar içermekle beraber bu varsayımlar altında piyasa dengesini açıklamayı amaçlayan bir model olarak Neo Klasik İktisadın uzantısı konumundadır.

---

<sup>2</sup> Robinson, Sraffa'nın eleştirilerinden etkilendiğini dile getirmiş, Chamberlin ise modelinin Robinson veya Sraffa'nın çalışmalarından bağımsız olduğunu, ancak Taussig ve Pigou'nun demiryolları fiyat farklılaştırması hakkındaki tartışmalarından esinlendiğini belirtmiştir (Tsoulfidis, 2009: 31-32).

### 1.3.2. İşleyebilir Rekabet

Daha gerçekçi bir rekabet kavramı ortaya koyma arayışı içine giren iktisatçılardan bir diğeri J. M. Clark'tır. Clark (1940) tam rekabet modelinin gerçek yaşamdaki rekabeti değerlendirebilmek için esas alınmaya uygun olmadığı gerekçesiyle işleyebilir rekabet (workable competition) kavramını önermiş ve rekabetin işleyebilir olması için gerekli bir takım ölçütler ortaya koymaya çalışmıştır. Clark'a göre tam rekabetin koşullarından herhangi biri bile yerine gelmediğinde diğer koşulların yerine gelmesi rekabetin daha fazla aksamasına yol açabilir. Bu sebeple tam rekabetten sapmalar içinde bulunan koşullara bağlı olarak toplumsal açıdan faydalı olabilir.<sup>3</sup> Dolayısıyla tam rekabetçi piyasa yapısı rekabet politikaları için uygun bir rehber olma özelliğini taşımamaktadır.

İşleyebilir rekabet, mevcut koşullara bağlı olarak gerçekleşmesi olası görünenler arasında en fazla istenilir olan rekabet olarak tanımlanabilir (Clark, 1940: 242). Diğer bir ifadeyle, ilgili piyasanın özelliklerine bağlı olarak en yüksek toplumsal faydayı yaratan rekabeti işleyebilir rekabet olarak tanımlamak mümkündür. Clark'tan sonra çok sayıda yazar işleyebilir rekabetin ölçütleri üzerine öneride bulunmuştur. Bu önerileri derlemiş olan Sosnick (1958)'in sınıflandırmasına uygun olarak işleyebilir rekabetin ölçütlerini piyasa yapısı, firmaların davranışları ve piyasanın başarımına ilişkin olanlar şeklinde üçe ayırmak mümkündür (Bkz. Tablo 1.1).

---

<sup>3</sup> Örneğin oligopol piyasalarda türdeş ürünler yıkıcı bir fiyat rekabetine sebep olabilirken, makul düzeyde ürün farklılaştırması işleyebilir rekabetin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Başka bir ifadeyle işleyebilir rekabetin korunması için iyileştirici kusura (remedial imperfection) gereksinim duyulmaktadır (Bain, 1950: 36).

**Tablo1.1 İşleyebilir Rekabetin Ölçütleri**

<b>Yapı</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Piyasadaki firma sayısı ölçek ekonomilerinin elverdiği ölçüde çok olmalıdır.</li><li>• Piyasaya giriş ve hareketlilik önünde yapay engeller bulunmamalıdır.</li><li>• Ürünler arasında makul ve fiyata duyarlı nitelik farklılıkları olmalıdır.</li></ul>
<b>Davranış</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Rakipler fiyatlarıyla ilgili kararlarının takip edilip edilmeyeceği konusunda tereddüt içinde olmalıdır.</li><li>• Firmalar amaçlarına bağımsız bir şekilde ulaşmaya çalışmalıdır.</li><li>• Dürüst olmayan, dışlayıcı ve yıkıcı yöntemler kullanılmamalıdır.</li><li>• Etkin olmayan üretici ve tüketiciler sürekli olarak korunmamalıdır.</li><li>• Satış geliştirme çabaları bilgilendirici olmalı, tüketicileri yanıltmamalıdır.</li><li>• Sürekli ve zararlı bir şekilde fiyat ayrımcılığı yapılmamalıdır.</li></ul>
<b>Başarım</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Firmaların üretim ve dağıtım faaliyetleri etkin olmalı ve kaynak israfına yol açmamalıdır.</li><li>• Çıktı düzeyi ve ürünün nitelikleri tüketici talebine duyarlı olmalıdır.</li><li>• Karlar yatırım, etkinlik ve yeniliklerin karşılığını verecek düzeyde olmalıdır.</li><li>• Fiyatlar akılcı seçimi teşvik etmeli, piyasaları dengeye doğru yönlendirmeli ve çevrimsel istikrarsızlığı artırmamalıdır.</li><li>• Ürün ve süreç yeniliklerini piyasaya sürme olanakları kullanılabilmelidir.</li><li>• Satış geliştirme harcamaları aşırı olmamalıdır.</li><li>• Tüketicilerin isteklerini en iyi şekilde yerine getirenler başarılı olmalıdır.</li></ul>

**Kaynak:** Scherer - Ross (1990: 53)

İşleyebilir rekabet kavramının ve önerilen ölçütlerin rekabet politikaları için uygun bir rehber olup olmadığı tartışmaya açıktır. Satış geliştirme harcamalarının aşırı olup olmadığı, fiyat ayrımcılığının sürekli hale gelip gelmediği vb. gibi kimi ölçütler hakkında karara varabilmek için nicel mukayese değerlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Birçok ölçütün yerine gelip gelmediğini belirlemek ise neredeyse imkânsızdır. Daha da önemlisi söz konusu ölçütlerden bir kısmı yerine gelirken diğerleri yerine gelmediğinde ilgili piyasadaki rekabetin işleyebilirliğinin nasıl değerlendirileceği belirsizlik arz etmektedir. Yapı, davranış veya başarıma ilişkin ölçütlerden hangisinin daha önemli olduğuna öznel değer yargılarına göre karar verilmesi gerekmektedir (Scherer - Ross, 1990: 54). Tüm bunlar işleyebilir rekabet kavramının uygulanabilirliğini güçleştirmektedir.

### 1.3.3. Yarışabilir Piyasalar Kuramı

Piyasadaki yerleşik firma sayısının piyasanın başarımını belirleyen etkenlerden biri olarak kabul görmesi 1980'li yılların başında W. J. Baumol, J. C. Panzar ve R. D. Willig'in (1982) ortak çalışmalarında tartışmaya açılmıştır. Yazarlara göre piyasanın başarımını belirleyen etken yerleşik firma sayısı değil potansiyel rekabettir. Yerleşik firmaların potansiyel rakiplerin piyasaya girme tehdidiyle karşı karşıya oldukları yarışabilir piyasalarda firma sayısı ne kadar az olursa olsun etkinliğin sağlanması mümkündür.

Yarışabilir piyasa girişin mutlak olarak serbest çıkışın ise maliyetsiz olduğu piyasa şeklinde tanımlanmaktadır (Baumol, 1982: 3). Yarışılabilirlik piyasaya girecekler aleyhine maliyet farklılaşmasının olmamasını gerektirmektedir. Girişin serbest olması maliyetsiz olduğunu değil, yeni gireceklerin yerleşik firmalara göre üretim tekniği ve ürün kalitesi bakımından dezavantajlı durumda olmadığını ifade etmektedir. Maliyetsiz çıkış ise herhangi bir firmanın piyasayı terk ederken engellerle karşılaşmadığı ve piyasadan çekilme aşamasında giriş sürecinde katlandığı maliyetleri telafi edebildiği, başka bir ifadeyle batık maliyetlerin olmadığı anlamına gelmektedir. Sermaye malları satılabilir veya yeniden kullanılabilir olduğunda piyasa girmenin herhangi bir riski bulunmayacaktır. Bu özellikleri tamamını taşıyan piyasalar tam yarışabilir olarak adlandırılmaktadır. Tam yarışabilir piyasalar vur kaç girişlere açıktır. Vur kaç giriş yerleşik firmalardan daha düşük bir fiyatla piyasa giren rakibin yerleşik firmaların tepki göstermesine fırsat bırakmadan piyasayı terk etmesidir.

Yarışabilir piyasa kuramının piyasaların başarımına ilişkin önemli çıkarımları söz konusudur (Baumol, 1982: 4-5). İlk olarak yarışabilir piyasa normal kardan daha fazlasını sunmamaktadır. Çünkü tam yarışabilir piyasada yerleşik firmalardan birinin normalüstü karı piyasaya girecek olanlar için kazanç fırsatı yaratmaktadır. Yarışabilir piyasanın diğer cazip yönü endüstrinin denge durumunda herhangi bir etkinsizliğin olmamasıdır. Etkinsizliğe sebep olan gereksiz herhangi bir maliyet unsuru tıpkı normalüstü kar gibi potansiyel rakiplere kar fırsatı sunmaktadır. Son olarak uzun dönem dengesinde ürünün satış fiyatı marjinal maliyetinden daha düşük olamaz. Eğer marjinal maliyet altındaki bir fiyattan satış yaparak kar edebilen firma varsa, piyasaya giren firma bu fiyatın hemen altındaki bir fiyattan daha az miktarda satış yaparak (karlı

olmayan marjinal birimleri satmayarak) en az yerleşik firma kadar kazanç elde edebilir. Tam yarışabilirlik halinde yerleşik firmaların girişi engelleyebilmeleri yalnızca tüketiciye rekabetin sağladığı tüm faydaları sunmaları halinde mümkündür. Bunun dışındaki bir davranış biçimi vur kaç girişlere karşı firmaları savunmasız bırakacaktır. Bu bakımdan yüksek yoğunlaşma ve endüstrinin geçmişinde girişin olmaması yerleşik firmalarının etkisizliğinin değil üstünlüğünün belirtisi olabilir.

Yarışabilir piyasa kuramının varsayımları eleştiriye açıktır. Ancak Baumol (1982) yarışabilir piyasa analizinin amacının gerçek yaşamdaki rekabeti açıklamaktan çok tek el ve oligopol piyasaların etkinliğini değerlendirebilmek için tam rekabetten daha uygun bir ölçüt ortaya koymak olduğunu belirtmiştir.

## **2. REKABETİN YARARLARI**

### **2.1. KURAMSAL TARTIŞMA**

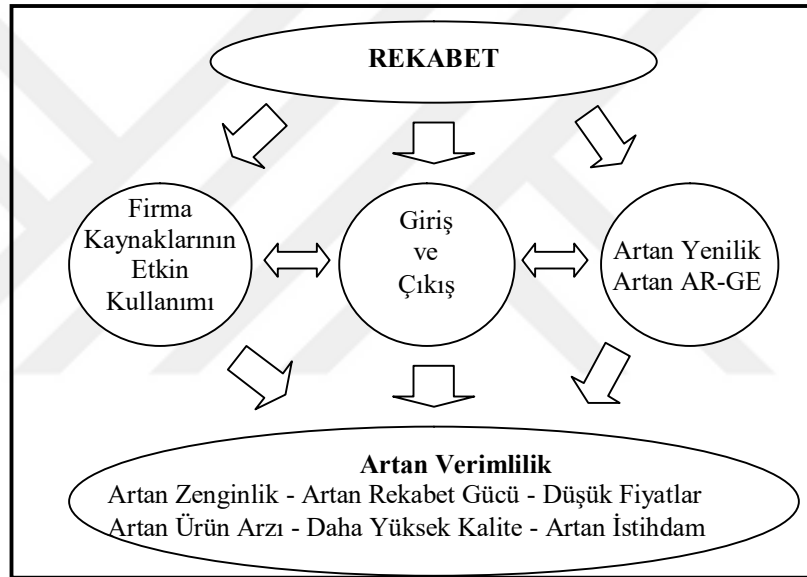
Rekabet, piyasadaki varlığını sürdürmek isteyen iktisadi aktörleri, kaynaklarını daha etkin kullanmak yönünde zorlayan bir süreçtir. İktisadi aktörlerin etkin olma çabası toplumsal düzeyde iktisadi etkinliğin gerçekleşmesini mümkün kılmaktadır. İktisadi etkinlik statik ve dinamik olmak üzere iki boyuta sahiptir. Statik etkinlik, en çok talep edilen mal ve hizmetlerin gerekli miktarlarda üretilmesi anlamına gelen tahsis etkinliği ve üretimin en düşük maliyetle gerçekleştirilmesi anlamına gelen üretim (maliyet) etkinliğini kapsar. Statik etkinliğin gerçekleşmesi veri kaynaklardan en yüksek toplumsal yararın elde edilmesi anlamına gelmektedir. Dinamik etkinlik ise süreç ve ürün yenilikleri yoluyla toplumsal refahın zaman içinde artırılmasıdır.<sup>4</sup>

Rekabetçi piyasadaki bir firma, karının veya piyasa payının rakipleri tarafından ele geçirilmesini önlemek için tüketicilerin beklentilerini karşılamak, fiyatını dolayısıyla maliyetlerini azaltmak ve ürünlerinin kalitesini artırmak zorundadır. Bu sebeplerden ötürü, yaygın bir görüş olarak rekabetin toplumsal refah açısından olumlu sonuçlar doğurduğu kabul edilmektedir. Gerçekte firmaların tüketici beklentilerini karşılama çabası kaynakların talep edilen mal ve hizmetlerden gereken miktarda üretmek üzere

---

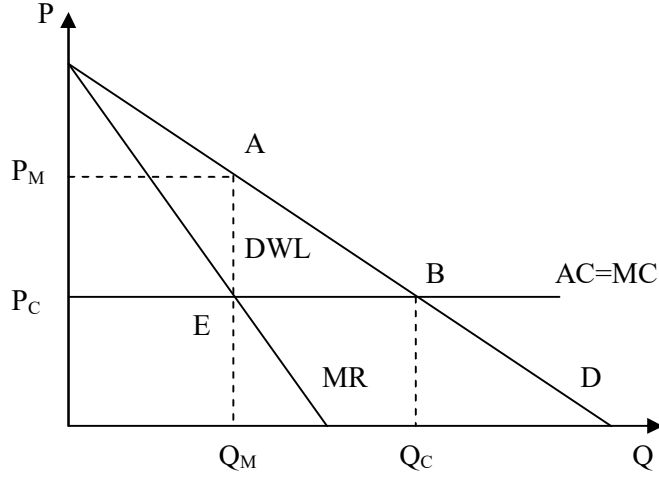
<sup>4</sup> Yenilik, yeni fikirlerin geliştirilmesi ve uygulanmasıdır. Başka bir ifadeyle yenilik araştırma ve geliştirmeye başlayan ve ticari uygulama ile sonlanan bir süreçtir. Yeni fikirler veya icatlar her zaman ticari uygulama olanağı elde edemeyeceğinden yenilik olarak tanımlanamaz (OECD, 2006: 17).

tahsis edilmesini sağlar. Maliyetlerini azaltmayı amaçlayan firmalar, en az girdi ile en çok çıktıyı elde etmenin yani verimli çalışmanın ve israfı önlemenin yanı sıra üretim tekniğinin geliştirilmesine de katkıda bulunurlar. Ürün kalitesinin artırılması ise daha fazla yenilik yapıldığı anlamına gelir. Öte yandan, rekabet etkinlik yarışında geri kalan firmaları piyasadan eleyerek, bu firmaların varlığını sürdürmesi durumunda sebep olacağı kaynak israfını önler (Türkkan, 2001: 83–87). Nitekim Neuman'a (1993:8) göre rekabet dinamik açıdan etkin firmaların ödüllendirildiği etkin olmayanların ise cezalandırıldığı havuç ve sopa yöntemi gibi işlemektedir Bu bağlamda rekabetin statik ve dinamik etkinlik yaratarak toplumsal refahı en çoklaştırması beklenir (Bkz. Şekil 1.1).



**Şekil 1.1. Rekabetin Yararları**  
Kaynak: NCA (2009: 41)

Rekabetin aksamasının kaynak tahsisini nasıl bozduğu en yalın biçimde iki farklı uçtaki kuramsal modeller olan tekel ve tam rekabet piyasası karşılaştırılarak açıklanabilir. Tam rekabetçi bir endüstride üretim miktarı ve piyasa fiyatı endüstri arz eğrisiyle piyasa talep eğrisinin kesiştiği noktada belirlenir. Şekilde (1.2)'de sabit marjinal maliyet varsayımı altında tam rekabetçi endüstrinin dengesi, arz eğrisi  $AC=MC$  ile talep eğrisi  $D$ 'nin kesiştiği  $B$  noktasında oluşmakta, piyasa fiyatı  $P_C$ 'ye ve üretim miktarı  $Q_C$ 'ye eşit olmaktadır.



**Şekil 1.2.** Tekelin Toplumsal Maliyeti

Endüstrinin tekeli durumunda tekeli firma kar en çoklaştırması koşulu gereği marjinal maliyetinin (MC) marjinal hasılatına (MR) eşitlendiği E noktasında dengeye gelecektir. Bu durumda denge üretim miktarı  $Q_M$ , fiyat ise  $P_M$  olacaktır. Tam rekabet ile mukayese edildiğinde tüketiciler birim ürün başına  $P_M P_C$  kadar daha fazla ödeme yapmakta ve  $Q_C Q_M$  kadar daha az tüketmektedirler. Tüketici artığı  $AP_M P_C B$  yamuğunun alanı kadar azalmakta ve bunun  $AP_M P_C E$  dörtgeni kadar olan kısmı tekelinin karı haline gelmektedir. Daha az tüketimin toplumsal refahta sebep olduğu kayıp (DWL)  $AEB$  üçgenin alanı kadardır (Viscusi – Harrington - Vernon, 2005: 83) Refah kaybını gösteren bu üçgeninin alanı (1.1) numaralı denklemle hesaplanabilir:

$$DWL = \frac{1}{2}(Q_C - Q_M)(P_M - P_C) = \frac{1}{2}dQdP \quad (1.1)$$

Tekelin sebep olduğu etkinsizlik sadece kaynak tahsisini bozmakla sınırlı olmayabilir. Tekel firma üzerinde rekabet baskısının olmaması nedeniyle maliyetlerini olası en düşük seviyeye indirme güdüsünden yoksun kalabilir (Liebenstien, 1966). Bu durumda tekeli firma rekabet ortamında oluşması muhtemel birim maliyetten daha yüksek birim maliyetle çalışmayı sürdürebilir. Öte yandan bir firma kaynaklarını tekeli konumu kazanmak veya mevcut konumunu koruyup güçlendirmek amacıyla, eş deyişle rant kollamak için kullanabilir. Siyasi otoriteyi, piyasaya girişi düzenlemek veya ithalatı kısıtlamak yönünde karar almaya ikna etme çabaları ya da bilgilendirici olmayan tanıtım faaliyetleri gibi fiyat dışı rekabet yöntemleri rant kollama davranışlarına örnek

verilebilir. Herhangi bir toplumsal fayda yaratamadığından rant kollamaya yönelik olarak kullanılan kaynakların israf edildiğini söylemek mümkündür (Viscusi – Harrington -Vernon, 2005: 88-90).

İktisatçılar rekabetin statik etkinliği gerçekleştireceği konusunda fikir birliği içinde olmakla beraber dinamik etkinlik yaratıp yaratamayacağı konusunda farklı görüşlere sahip olmuştur. Tartışmanın kaynağını Schumpeter'in (1942) yeniliklerin çoğunlukla yoğunlaşmış piyasalardaki tekeli güce sahip büyük ölçekli firmalar tarafından yapılabileceği iddiası oluşturmaktadır. Schumpeter'e göre yoğunlaşmış piyasa yapısının yenilikler için daha uygun bir ortam oluşturmasının başlıca iki gerekçesi bulunmaktadır. İlk olarak normalüstü kar elde eden büyük ölçekli firmalar rekabetçi firmalara oranla araştırma ve geliştirme faaliyetlerine daha fazla kaynak ayırabilirler. İkinci olarak yüksek piyasa payına sahip olan firmaların yaptıkları yeniliklerin getirisini toplayabilmeleri rekabetçi firmalara göre daha kolaydır (Symeonidis, 1996: 43). Dolayısıyla rekabetçi piyasalar kısa dönemde statik etkinlik yaratsa dahi iktisadi büyümenin kaynağını oluşturan yenilikleri teşvik edecek koşullar sunmadığından, uzun dönemde toplumsal refahı olumsuz etkileyebilecektir.

Schumpeterin aksine Kenneth Arrow (1962) tekelin yenilik yapma konusunda rekabetçi firmalar kadar istekli olmayacağını iddia etmiştir. Arrow (1962)'a göre rekabetçi piyasada normal kar ile faaliyetini sürdürmekte olan bir firma teknolojik yenilik yaptığında rakiplerini geride bırakarak normalüstü kar elde etme fırsatı yakalayacağı için yenilik yapma konusunda hevesli olacaktır. Oysa tekeli hâlihazırda ekonomik kar elde etmektedir. Tekeli yenilik yaptığında ancak mevcut teknolojiden vazgeçmek pahasına yeni teknolojiyi uygulamaya koyacaktır. Bu durumda mevcut teknolojiden sağladığı kardan da vazgeçmek durumunda kalacaktır. Başka bir ifadeyle yeni teknolojiden elde edilecek olan kar eski teknolojiden elde edilenin yerini (replacement effect) alacaktır. Dolayısıyla tekelcinin yenilikten elde edebileceği net kar rekabetçi firmanın yenilikten elde edebileceği net kar kadar büyük olmayacaktır. Bu sebeple tekelcinin yenilik yapma güdüsü rekabetçi bir firmanınki kadar yüksek değildir. Tekel veya rekabetçi piyasa yerine hâkim firma ile küçük rakiplerin olduğu bir piyasa yapısı söz konusu olsa dahi küçük rakiplerin teknolojik yenilik yapma konusunda hâkim firmadan daha fazla hevesli olacaklarını söylemek mümkündür. Çünkü hâkim firmanın



elde etmekte olduğu normalüstü kar, tıpkı tekelde olduğu gibi yenilikten beklenen net karın azalmasına sebep olacaktır (OECD, 2006a: 43).

## 2.2. GÖRGÜL ÇALIŞMALAR

### 2.2.1. Tekelin Refah Kaybı

Tekelin toplumsal maliyetini hesaplamak amacıyla yapılan çalışmaların başında A. Harberger'in 1954 tarihli makalesi gelmektedir. Harberger ABD'deki 73 imalat endüstrisinin 1924–28 dönemi verilerini kullandığı çalışmada refah kaybının GSMH'nin yaklaşık % 0,1'i olduğunu hesaplamıştır. Harberger refah kaybını hesaplamak üzere (1.2) numaralı denklemi kullanmıştır:<sup>5</sup>

$$DWL = \frac{1}{2} \varepsilon Q_M P_M \left( \frac{dP}{P_M} \right)^2 \quad (1.2)$$

Ancak Harberger'in çalışması dayandığı varsayımlardan ötürü eleştirilmiştir. Harberger talep esnekliğinin bire eşit olduğunu varsaymıştır. Buna karşın kar en çoklaştıran bir endüstride oluşacak fiyatta talep esnekliğinin birden büyük olması gerekmektedir. Ayrıca Harberger rekabetçi fiyattan sapmanın ölçüsü olarak belirli bir endüstrinin kar marjı ile imalat sanayi ortalama kar marjı arasındaki farkı kullanmıştır. Ne var ki eksik rekabetçi imalat sanayinin ortalama kar marjı rekabetçi koşullar altında oluşacak kar marjından yüksektir. Dolayısıyla rekabetçi fiyattan sapma olduğundan daha küçük hesaplanmıştır (George - Joll -Lynk, 1992: 318).

Daha sonra yapılan çalışmaların bir kısmı Harberger'in refah kaybının önemsiz olduğu yönündeki bulgusunu doğrulamıştır (Schwartzman, 1960; Worcester, 1973). Bazı çalışmalar ise refah kaybının Harberger'in hesapladığından çok daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Örneğin D. Kamerschen (1966) 1956–61 döneminde refah kaybının ABD GSMH'sinin %6'sına yakın olduğunu belirlemiştir. K. Cowling ve D. C. Mueller (1978) Lerner endeksi ile talep esnekliği arasındaki ilişkiden<sup>6</sup> elde edilen (1.4)

<sup>5</sup> Esneklik formülünden elde edilen  $dQ = \varepsilon Q \frac{dP}{P}$  ifadesi (1.1) numaralı denklemdeki yerine konulmalıdır.

<sup>6</sup>  $\frac{dP}{P} = \frac{P - MC}{P} = \frac{1}{\varepsilon}$

numaralı denklemden hareketle, ABD'deki 734 firmanın 1963–66, Birleşik Krallıktaki 103 firmanın 1968–69 dönemi verilerini kullanarak refah kaybını hesaplamıştır.

$$DWL = \frac{1}{2} \varepsilon Q_M P_M \left( \frac{dP}{P_M} \right) \frac{1}{\varepsilon} \quad (1.3)$$

$$DWL = \frac{1}{2} Q_M dP = \frac{1}{2} \Pi \quad (1.4)$$

Refah kaybının ABD için GSMH'nin %3,96'sı, Birleşik Krallık içinse GSHM'nin %3,86'sına eşit olduğunu tespit eden Cowling ve Mueller (1978) tekel konumunu koruma (rant kollama) davranışının bir ölçüsü olarak tanıtım ve pazarlama maliyetlerini de refah kaybı hesabına dahil ettiğinde kaybın ABD GSMH'sinin %13'üne Birleşik Krallık GSMH'sinin ise %7,2'sine kadar ulaştığını ortaya koymuştur.

R. T. Masson ve J. Shaanan (1984) ABD'nin 37 imalat endüstrisinin 1955–60 dönemi verilerini kullanarak refah kaybının ürünlerin satış değerinin %2,9'una eşit olduğunu, üreticilerin piyasaya giriş tehdidi olmadan ortak karlarını en çoklaştırabildikleri varsayımı altında refah kaybının %11,6'ya ulaşacağını belirlemiştir. Masson ve Shaanan'a göre iki oran arasındaki %8,7'lik fark rekabetin değerini ortaya koymakta ve bu farkın %3,8'i fiili rekabete %4,9'u ise potansiyel rekabete dayanmaktadır.

### 2.2.2. Rekabet ve Verimlilik

Ürün piyasasındaki rekabetin verimliliği olumlu yönde etkilediğini ortaya koyan çok sayıda görgül çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların kayda değer olanlarının başında S. J. Nickell'in (1996) Birleşik Krallık için yaptığı çalışma gelmektedir. İmalat sanayindeki 676 firmanın 1975–86 dönemi verileriyle yaptığı çalışmada Nickell (1996) piyasa payı ile ölçtüğü piyasa gücünün verimlilik düzeyini düşürdüğünü, daha da önemlisi rekabetin toplam faktör verimliliğinin büyüme oranını olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. Yine Birleşik Krallık üzerine R. Disney, J. Haskel ve Y. Heden (2003) tarafından 1980–92 yıllarına ait firma düzeyinde verilerle yapılan çalışmada rekabetin verimliliği ve verimliliğin büyüme oranını anlamlı şekilde yükselttiği sonucuna varılmıştır. T. J. Klette (1999) Norveç'teki on dört imalat sanayi grubunun 1980–90 yılları verileriyle yaptığı incelemede yüksek piyasa gücüne sahip firmaların daha az verimli olma eğiliminde olduğunu belirlemiştir. S. I. Januszewski, J.

Köke ve J. K. Winter (2002) Almanya'daki 491 imalat sanayi firmasının 1986-94 dönemi verilerini kullandığı çalışmada rekabetin daha yoğun olduğu piyasalarda faaliyet gösteren firmalarda verimlilik artışının daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Y. Okada (2005) Japon imalat sanayi üzerine 1994-2000 dönemi verileriyle yaptığı çalışmada rekabetin verimlilikteki büyümeyi artırdığı bulgusuna ulaşmıştır. Z. Kaplan (2009) tarafından Türkiye imalat sanayi 1992-2001 dönemi verileri kullanılarak yapılan çalışmada daha düşük fiyat-maliyet aralığı ile ifade edilen rekabetin verimlilik artışına yol açtığı tespit edilmiştir. Son olarak, S. Ospina ve M. Schiffbauer (2010) Dünya Bankası Girişim Anketindeki 27 Doğu Avrupa ve Merkezi Asya ülkesine ait verilerden yararlandıkları çalışmada yüksek kar payının toplam faktör verimliliğini düşürdüğünü, rekabet ile toplam faktör verimliliği arasında olumlu bir nedensellik ilişkisi bulunduğunu belirlemişlerdir (bkz Tablo 1.2).

**Tablo 1.2** Rekabet ve Verimlilik Üzerine Görgül Çalışmalar

Yazar	Ülke	Bulgu
Nickell (1996)	Birleşik Krallık	Piyasa gücü verimlilik düzeyini düşürmekte, rekabet TFV büyüme oranını olumlu yönde etkilemektedir.
Disney, Haskel ve Heden (2003)	Birleşik Krallık	Rekabet verimlilik ve verimliliğin büyüme oranını anlamlı şekilde yükseltmektedir.
Klette (1999)	Norveç	Yüksek piyasa gücüne sahip firmalar daha az verimli olma eğilimindedir.
Januszewski, Köke ve Winter (2002)	Almanya	Rekabetin daha yoğun olduğu piyasalarda faaliyet gösteren firmalarda verimlilik artışı daha yüksektir.
Okada (2005)	Japonya	Rekabet verimlilikteki büyümeyi artırmaktadır.
Kaplan (2009)	Türkiye	Rekabet verimlilik artışı sağlamaktadır.
Ospina ve Schiffbauer (2010)	27 ülke	Rekabet ile toplam faktör verimliliği arasında olumlu bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır

### 2.2.3. Rekabet ve Yenilikler

Yukarıda rekabetin yenilik üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunun kuramsal açıdan tartışmalı olduğundan bahsedilmiştir. Bu tartışma görgül çalışmalara da yansımıştır. Konu ile ilgili geniş çaplı bir yazın taraması yapan G. Symeonidis'e (1996) göre görgül bulgular büyük firma ölçeğinin veya yoğunlaşmanın yenilikleri teşvik ettiği

yönündeki Schumpeterci yaklaşımı desteklemekte yetersiz kalmaktadır. Gerçektende yakın dönemde yapılan birçok görgül çalışmada rekabetin yenilikleri olumlu şekilde etkilediği sonucuna varılmıştır (bkz Tablo 1.3). Z. J. Acs ve D. B. Audretsch (1988) ABD’de 1982 yılında gerçekleşen endüstriyel yenilikler üzerine yaptıkları çalışmada endüstri yoğunlaşma oranı yükseldikçe yeniliğin azalma eğilimde olduğu sonucuna ulaşmıştır. P. A. Geroski (1990) Birleşik Krallık imalat sanayinde 1970–79 yılları arasında ortaya çıkan yenilikleri ele aldığı çalışmada yoğunlaşmanın yenilik üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu bulgusunu elde etmiştir. Birleşik Krallık için yapılan bir başka çalışmada R. Blundell, R. Griffith ve J. van Reenen (1999) ilginç sonuçlara ulaşmıştır. Çalışmada 340 imalat firmasının 1972-82 yıllarına ilişkin verileri kullanan yazarlar, yüksek piyasa payının yenilik ve patent sayısını olumlu etkilediğini bununla beraber ürün piyasasında artan rekabetin yeniliği teşvik ettiğini belirlemiştir. P. Aghion vd. (2005) ürün piyasasındaki rekabet ile yenilik arasındaki ilişkiyi doğrusal olmayan tahminci kullanarak araştırmıştır. Birleşik Krallıktaki patent sahibi 311 firmaya ait 1973–94 dönemini kapsayan verilerin kullanıldığı çalışmada yazarların ulaştığı sonuç rekabetle yenilik arasındaki ilişkinin ters U şeklinde olduğudur. Daha açık bir ifadeyle rekabet düzeyi görece düşük iken rekabetin artması yenilikleri artırmakta, belirli bir rekabet düzeyinden sonra yenilikle rekabet arasındaki ilişki tersine dönmektedir. C. Hopman ve H. Rojas-Romagosa (2010) ise 23 ülkeye ait 1987-2007 dönemi OECD verilerini kullandıkları çalışmada rekabet ile yenilik arasında doğrusal bir ilişkinin var olduğunu tespit etmiştir.

**Tablo 1.3 Rekabet ve Yenilikler**

Yazar	Ülke	Bulgu
Acs ve Audretsch (1988)	ABD	Endüstri yoğunlaşma oranı yükseldikçe yenilik azalma eğilimi göstermektedir
Geroski (1990)	Birleşik Krallık	Yoğunlaşmanın yenilik üzerinde olumsuz etkisi vardır
Blundell, Griffith ve van Reenen (1999)	Birleşik Krallık	Yüksek piyasa payı yenilik ve patent sayısını olumlu etkilemekte, bununla beraber ürün piyasasında artan rekabet yenilik teşvik etmektedir.
Aghion, Bloom, Blundell, Griffith ve Howitt (2005)	Birleşik Krallık	Rekabetle yenilik arasındaki ters U şeklinde bir ilişki bulunmuştur.
Hopman ve Rojas-Romagosa (2010)	23 OECD ülkesi	Rekabetle yenilik arasında doğrusal bir ilişki belirlenmiştir

#### 2.2.4. Görgül Çalışmalara İlişkin Çekinceler

Görgül çalışmalar genelde rekabet düzeyini piyasa gücü ile ilişkilendirmekte, piyasa gücünün ölçüsü olarak da yoğunlaşma oranı veya kar payını kullanmaktadır. Ancak bu tarz bir yaklaşım rekabet düzeyini ölçmekte yetersiz kalmakta ve rekabetin dinamik yönünü yakalayamamaktadır. Çünkü rekabet daha verimsiz olan firmaları eleyip verimli firmaların piyasa paylarını artırmalarını sağlamaktadır. Bu durumda yüksek yoğunlaşma oranları veya yüksek kar payları daha keskin bir rekabetin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Rekabet ve yenilik ilişkisini inceleyen çalışmalarda ölçme sorunu katlanarak artmaktadır. Tıpkı rekabetin ölçülmesi gibi yeniliğin ölçülmesinde de zorluklarla karşılaşılmaktadır. Araştırma ve geliştirme için ayrılan kaynaklar, yenilik ve patent sayıları bu amaçla kullanılan veriler arasında sıralanabilir. Ancak bunlarla ilgili doğru veriye ulaşmanın güçlüğü yanında hangisinin daha fazla temsil gücüne sahip olduğu tartışmalıdır (Ahn, 2002: 11–14).

Rekabet düzeyine ilişkin doğrudan bir ölçü kullanılan çalışmalara yönelik bu eleştirilere karşın rekabetin başta verimlilik artışı olmak üzere toplumsal refah üzerinde olumlu etkilere sahip olduğu farklı yaklaşım ve yöntemlerin kullanıldığı araştırmalarla da tespit edilmiş bulunmaktadır. W. Lewis yönetiminde McKinsey Global Institute tarafından on üç ülke üzerine on yıl süreyle yürütülen geniş kapsamlı çalışmalar, ülkeler arasındaki verimlilik farklarını belirleyen en önemli etkenin ürün piyasalarındaki rekabetin yoğunluğu olduğunu ortaya koymuştur (Lewis, 2007). P. Buccirossi vd. (2011) ise rekabet politikasının 12 OECD ülkesindeki 22 endüstrinin 1995-2005 dönemindeki toplam faktör verimliliği büyümesine olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Dünya Ekonomik Forumunun hazırladığı Küresel Rekabetçilik Raporundaki ölçümlerden yararlanarak mikro iktisadi koşullarla GSYH'daki değişim arasındaki ilişkiyi inceleyen M. Porter (2000) yerel rekabetin yoğunlu ve rekabet politikasının etkinliği ile kişi başına GSYH arasında olumlu bir ilişki olduğunu, ayrıca rekabetin yoğunluğunun arttığı ülkelerde GSYH'nın daha hızlı büyüdüğünü tespit etmiştir. Monago (2013) yüze yakın ülkenin 2005-11 dönemi verilerini kullandığı çalışmada rekabet politikasının kişi başına gelir düzeyini olumlu yönde etkilediği sonucuna varmıştır. Son olarak M. A. Dutz ve A. Hayri (2000) etkin bir rekabet hukuku uygulamasının uzun dönemli iktisadi büyüme üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu belirlemişlerdir.

### 3. OLİGOPOL KURAMI

Mikro ekonomik analizin başlıca konularından biri olan oligopol kuramı oldukça uzun bir geçmişe sahiptir. Cournot, ekonomi kuramına büyük katkılar yapmış olan 1838 tarihli çalışmasının bir bölümünde rekabetin etkilerini açıklayabilmek amacıyla yaptığı incelemelerle oligopol kuramının da temelini atmıştır.<sup>7</sup> Cournot'dan sonra oligopol piyasalardaki firmaların davranışlarını açıklayabilmek amacıyla çok sayıda model geliştirilmiştir. Ancak Cournot'nun modeli oligopol kuramının temel taşı olmayı sürdürmektedir.

#### 3.1. GELENEKSEL MODELLER

##### 3.1.1. Cournot Modeli

Özgün modelini aynı piyasada faaliyet gösteren iki rakip maden suyu üreticisi üzerine kurmuş olan Cournot ([1838] 1988), üreticiler arasındaki rekabetin sonuçlarını incelerken bir yandan da oligopol piyasalardaki firmaların bireysel karlarını en çoklaştıran üretim miktarlarını nasıl belirlediklerine ilişkin kendi adıyla anılan modelin esaslarını ortaya koymuştur. Cournot'nun modeli bir takım varsayımlara dayanmaktadır. Bu varsayımlardan ilki maden sularının tamamen türdeş olduğu ikincisi ise üreticilerin maliyetsiz çalıştıklarıdır. Üçüncü ve en önemli varsayıma göre her bir üretici karını en çoklaştıran üretim miktarını belirlerken rakibin üretim miktarını veri kabul etmektedir. Üreticiler birbirlerinden bağımsız olarak belirledikleri üretim miktarlarını piyasaya sürmekte, fiyat arz ve talep koşullarına bağlı olarak piyasada oluşmaktadır. Cournot'nun ([1838] 1988: 67-68) ulaştığı sonuç birden fazla üreticinin bulunduğu piyasalarda fiyatın tekel fiyatının altında olacağı eş deyişle rekabetin fiyatı düşüreceği ve üretici sayısı arttıkça fiyatın düşmeye devam edeceğidir.

Modelin özgün hali kısıtlayıcı görünmesine karşın firma sayısı ile ürünlerin türdeşliği ve maliyetlere ilişkin varsayımların değiştirilmesi mümkündür. Ancak modelin işleyiş süreci içinde firma sayısı veri olup piyasaya yeni firmaların girmesi söz konusu değildir. Üçüncü varsayım ise üreticilerin safça hareket ettikleri gibi sonuca götürdüğü için çok eleştirilmiş olmakla birlikte Cournot modelinin temel özelliğini oluşturmaktadır.

---

<sup>7</sup> Cournot ekonomi kuramında matematiksel analizin kullanılmasına öncülük etmiştir. Ekonomi kuramına olan katkıları arasında talep fonksiyonu kavramının formüle edilmesinin yanı sıra tekelden tam rekabete uzanan farklı piyasa yapılarında fiyatın nasıl belirlendiğinin incelenmesi sayılabilir (Vives, 1989: 503).

### 3.1.1.1. Cournot Çözümü

Türdeş ürünler üretip satmakta olan  $n$  sayıda firmanın bulunduğu bir endüstride piyasa fiyatı toplam üretim miktarının fonksiyonudur;  $P = P(Q)$ . Endüstrideki temsili bir firmanın kar fonksiyonu ise (1.5) numaralı ifadeye eşit olacaktır

$$P(Q) + q_i P'(Q) = TC'_i \quad (1.5).$$

Talep ve maliyet fonksiyonlarının yapısına ilişkin varsayımlarda bulunmak suretiyle endüstri için Cournot dengesi bulunabilir (Jehle - Reny, 2011: 174-175). Firmaların özdeş maliyet fonksiyonlarına sahip olduğu ve yeni firmaların piyasa girişinin engellenmiş olduğu varsayımları altında,  $TC_i = cq_i$ ;  $c \geq 0$ , şeklindeki bir maliyet fonksiyonu ile  $P(Q) = a - bQ$ ;  $a > 0$ ,  $b > 0$ ,  $a > c$  ve  $Q = \sum_{i=1}^n q_i = q_1 + \dots + q_n$  biçiminde doğrusal ters talep fonksiyonu söz konusu iken temsili firmanın karı (1.6)'ya eşit olacaktır:

$$\Pi_i(q_1, \dots, q_n) = P(Q)q_i - cq_i \quad (1.6).$$

Öteki firmaların üretim miktarları veri iken her bir firmanın karını en çoklaştıran üretim miktarları vektörünün  $(q_1^c, \dots, q_n^c)$  bulunması gerekmektedir. Böyle bir üretim miktarları vektörü Cournot dengesidir. Eğer  $(q_1^c, \dots, q_n^c)$  Cournot dengesi ise tüm  $k \neq i$  için  $q_k = q_k^c$  iken,  $q_i^c$  (1.6)'yı en çoklaştırmalıdır. Bu nedenle  $k = 1, \dots, n$  için  $q_k = q_k^c$  iken kar fonksiyonunun  $q_i$ 'ye göre türevi sifıra eşit olmalıdır:

$$\frac{\partial \Pi_i}{\partial q_i} = a - 2bq_i^c - b \sum_{k \neq i} q_k^c - c = 0. \quad (1.7)$$

Malın türdeşliği ve tüm firmaların özdeş maliyet fonksiyonuna sahip olduğu varsayımlarının sonucu olarak dengede tüm firmalar eşit miktarda üretim yapacaklardır;  $q_1^c = q_2^c = \dots = q_n^c$ . Denge üretim miktarını göstermek üzere  $q^c$  ifadesi (1.7) numaralı eşitlikteki yerine konulursa:

$$a - 2bq^c - b \sum_{k \neq i} q^c = c \quad (1.8a)$$

$$a - bq^c - nbq^c = c. \quad (1.8b)$$

(1.8b) numaralı eşitlikten piyasa dengesinin tüm değerlerini hesaplanması mümkündür.

$$\text{Her bir } i \text{ firmasının üretim miktarı} \quad q_i^c = \frac{a - c}{b(n+1)} \quad i=1, \dots, n \quad (1.9a)$$

$$\text{Endüstri üretim miktarı} \quad Q^c = \frac{n(a - c)}{b(n+1)} \quad (1.9b)$$

$$\text{Piyasa fiyatı} \quad P^c = \frac{a + nc}{n+1} < a \quad (1.9c)$$

$$\text{Her bir } i \text{ firmasının karı} \quad \Pi_i^c = \frac{(a - c)^2}{(n+1)^2} \frac{1}{b} \quad (1.9d)$$

Firmaların maliyet yapılarının farklı olması ( $MC(q_i) = c_i$ ) durumunda n firmalı Cournot modelinin çözümü (1.7) numaralı eşitlik yeniden düzenlenerek bulunabilir (Yılmaz 2009: 46 - 47):

$$\frac{\partial \Pi_i}{\partial q_i} = a - 2bq_i^c - b \sum_{k \neq i} q_k^c - c_i = 0 \quad (1.10)$$

Bu aşamada n sayıda firmanın üretim miktarını bulabilmek için n sayıda birinci derece koşulu çözmek yerine, (1.10) yeniden düzenlenerek toplam üretim düzeyi için çözüm yapılabilir:

$$a - bq_i^c - bQ^c = c_i; \quad Q^c = \sum_{i=1}^n q_i^c \quad \text{ve} \quad i = 1, \dots, n \quad (1.11)$$

(1.11) ifadesi tüm  $q_i$ 'ler üzerinden toplanırsa:

$$na - bQ^c - bnQ^c = \sum_{i=1}^n c_i \quad (1.12)$$

Buna göre Cournot dengesinde endüstri üretim miktarı ve fiyatı sırasıyla şu değerleri alacaktır:

$$Q^c = \frac{na}{(n+1)b} - \frac{\sum_{i=1}^n c_i}{(n+1)b} \quad (1.13)$$



$$P^c = \frac{a}{n+1} + \frac{\sum_{i=1}^n c_i}{n+1} \quad (1.14)$$

### 3.1.1.2. Cournot Modelinin Özellikleri

Birden çok firmanın olduğu bir piyasada temsili firma için kar en çoklaştırmanın birinci derece koşulunu gösteren (1.5) numaralı eşitlik,  $P(Q) - MC_i = -q_i P'(Q)$  şeklinde yeniden düzenlenerek her iki tarafının  $P'$ 'ye bölünmesiyle sol tarafta Lerner endeksi elde edilir:

$$\frac{P - MC_i}{P} = -q_i P' \frac{1}{P} \quad (1.15),$$

(1.15)'de  $P' = \frac{dP}{dQ}$  olduğu göz önüne alınır ve sol taraf endüstri üretim miktarı ( $Q$ ) ile bölünüp çarpılırsa:

$$\frac{P - MC_i}{P} = -\frac{q_i}{Q} \frac{dP}{dQ} \frac{Q}{P} \quad (1.16).$$

Temsili  $i$  firmasının endüstrideki payı  $\frac{q_i}{Q} = s_i$  şeklinde tanımlanır, öte taraftan

$-\frac{dP}{dQ} \frac{Q}{P} = \frac{1}{\varepsilon}$  olduğu dikkate alınırsa temsili firma için Lerner endeksi firmanın piyasa

payının piyasa talep esnekliğine oranı olarak ifade edilebilir:

$$\frac{P - MC_i}{P} = \frac{s_i}{\varepsilon} \quad i=1 \dots n \quad (1.17)$$

Özel bir durum olarak tüm firmaların marjinal maliyetlerinin sabit ve eş olması halinde piyasa payları eşit olacak ( $s_i = 1/n$   $i=1 \dots n$ ) ve (1.16) numaralı eşitlik (1.18)'e dönüşecektir:

$$\frac{P - MC}{P} = \frac{1}{n\varepsilon} \quad (1.18).$$

Diğer yandan her bir firmanın Lerner endeksi ilgili firmanın piyasa payı ile ağırlıklandırılır ve tüm firmaların ağırlıklandırılmış Lerner endeksleri toplanırsa endüstri ortalama Lerner endeksi elde edilir:

$$\frac{P - \overline{MC}}{P} = \sum_{i=1}^n s_i \frac{P - MC_i}{P} \quad (1.19)$$

Lerner endeksinin (1.17)'deki karşılığı (1.19)'da yerine konulursa:

$$\frac{P - \overline{MC}}{P} = \sum_{i=1}^n s_i \frac{s_i}{\varepsilon} = \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{\varepsilon} = \frac{HHI}{\varepsilon} \quad (1.20).$$

Bu son eşitlik endüstri ortalama fiyat maliyet marjının, Herfindal-Hirschman yoğunlaşma endeksinin (HHI) talep esnekliğine oranına eşit olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak Cournot modeli, endüstrideki yoğunlaşmanın artmasının fiyat ile marjinal maliyet arasındaki farkın büyümesine sebep olacağı yönündeki kanıyla uyumludur (Vives, 1989: 506).

### 3.1.2. Bertrand Modeli

Geleneksel oligopol modellerinden ikincisi bir başka Fransız bilim adamı Joseph Bertrand'a aittir. Bertrand, 1883 yılında Cournot'nun çalışması hakkında yazdığı değerlendirme yazısında fiyat rekabetine dayalı oligopol modelinin temelini atmıştır.<sup>8</sup> Bertrand'a ([1883] 1988) göre aynı piyasada türdeş ürünler satmakta olan iki rakip üreticiden -Cournot'nun maden suyu üreticileri- biri rakibinin tepkisiz kalacağı varsayımı altında, fiyatını rakibinin fiyatının altına indirdiğinde talebin tamamını ele geçirip kazancını yükseltebilecektir. Her iki üreticinin benzer şekilde davranması aralarında kıyasıya bir fiyat rekabetine sebep olacaktır. Rekabet sonucunda fiyat üreticilerin tüm karını ortadan kaldırırsa kadar düşecektir. Cournot'nun ulaştığı sonucun farklı olması üreticilerin miktar üzerinden rekabet ettiklerinin kabul edilmesinden kaynaklanmaktadır.

<sup>8</sup>Az bilinmekle birlikte Cournot (1838) her biri bileşik bir malın (pirinç) iki farklı bileşenini (çinko ve bakır) rekabetçi bir endüstriye satan tekelcilerin durumunu ele alan bir model de geliştirmişti. Kimi yazarlara göre fiyat rekabetinin temeli Cournot'nun bu incelemesiyle atılmıştır (Morrison 1998; Dimand ve Dore 1999).

Piyasa talep fonksiyonunun  $Q = D(p)$  şeklinde olduğu, firmaların sabit ve eş marjinal maliyetle ( $c$ ) çalıştıkları varsayımı altında temsili  $i$  firmasının talebi:

$$D_i(p_i, p_j) = \begin{cases} D(p_i) & \text{eğer } p_i < p_j \\ D(p_i)/2 & \text{eğer } p_i = p_j \\ 0 & \text{eğer } p_i > p_j \end{cases} \quad (1.21)$$

Bu durumda piyasa fiyatı marjinal maliyete kadar inecek ve iki firma piyasayı eşit şekilde paylaşacaktır.<sup>9</sup> Nitekim  $p_i = p_j > c$  gibi bir durumda denge sağlanamaz. Herhangi bir firma fiyatını rakibinin hemen altında belirlemek suretiyle eşit şekilde paylaşılan piyasa talebinin tamamını ele geçirebilir.

Benzer şekilde  $p_i > p_j > c$  durumu da denge olamaz. Çünkü satış miktarı ve karı sıfır olan  $i$  firması,  $j$  firmasının fiyatının hemen altında bir fiyat uygulayarak piyasa talebinin tamamını ele geçirebilir.

$p_i > p_j = c$  olması durumunda da denge oluşmaz.  $j$  firması piyasa talebinin tamamını karşılamakla birlikte kar elde edememektedir. Marjinal maliyet ile  $i$  firmasının fiyatı arasında bir fiyat belirleyerek karını artırabilecektir.

Sonuç olarak denge  $p_i = p_j = c$  olması halinde gerçekleşecektir. Hiçbir firma fiyatını yükseltmeyecektir, zira talebi sıfıra düşecektir. Öte yandan hiçbir firma fiyatını düşürememektedir. Çünkü piyasa talebinin tamamını ele geçirecek olsa dahi fiyat marjinal maliyetin altına ineceğinden firma zarar edecektir. Bertrand modelinde ulaşılan denge tam rekabet koşulları altında ortaya çıkacak dengeyle aynı olmaktadır. Başka bir ifadeyle türdeş bir ürünün piyasasında özdeş maliyet yapısına sahip iki firmanın olması dahi tam rekabet dengesine ulaşmak için yeterli görünmektedir. Bu sonuç iktisat kuramı açısından bir çelişki olarak kabul edilmektedir. Firmaların maliyetleri farklı ise, düşük maliyetli firma diğer firmanın maliyetinin hemen altında bir fiyat belirleyerek tekel olabilir (Tremblay- Tremblay, 2012: 257).

<sup>9</sup> Aslında Bertrand (1883) Cournot'un istikrarlı bir denge olamayacağını belirttiği ortak karın en çoklaştırıldığı durumdan yola çıkarak fiyatların karşılıklı olarak indirileceğini vurgulamış, ancak fiyatlardaki karşılıklı indirimin süreklilik arz edeceği ve dengenin oluşamayacağı yanlılığına kapılmıştı. Ancak günümüzde dengenin oluşacağı ispatlanmıştır (Baye ve Kovenock 2008).

Ürünlerin farklılaştırılması halinde firmalar kısmen piyasa gücüne sahip olacak, fiyatını rakibinden daha aşağıda belirleyen bir firma ürünlerin türdeş olduğu piyasalardaki gibi talebin tümünü ele geçiremeyecektir. Bu durumda fiyat marjinal maliyet düzeyine kadar düşmeyecek, firmalar marjinal maliyetin üzerinde bir fiyatla satış yaparak kar elde edebileceklerdir.

### **3.1.3. Edgeworth Modeli**

Edgeworth (1925: 116-120) göre az sayıda firmanın tam ikame ürünler satmakta olduğu piyasalarda denge fiyatının oluşması mümkün değildir. Bunu açıklamak üzere azalan getirilerin uç bir biçimi olarak ifade ettiği kısıtlı kapasite durumunu ele almıştır. Modelde piyasayı eşit olarak paylaşan ve karşı karşıya olduğu talebin 3/4'ünü karşılayacak kadar kapasitesi bulunan iki firma bulunmaktadır. Başlangıçta her firmanın kendi piyasasında tekeli gibi davranmasıyla oluşan fiyat, karşılıklı fiyat indirimleri sonucunda her firmanın kapasitesini tam olarak kullandığı üretim miktarına karşılık gelen fiyata kadar inmektedir. Bu aşamada, kapasite kısıtı sebebiyle daha fazla satış yapmaları mümkün olmadığı için fiyatı düşürmek hiçbir firmanın yararına olmasa bile fiyatı yükseltmek bunu yapacak olan firmanın karını artırmaktadır. Fiyatını yükselten firma yeni satış fiyatı olarak kendisine en yüksek karı verecek olan tekel fiyatını seçmektedir. Ne var ki rakip firma da tepkisiz kalmayarak fiyatını tekel fiyatına yükseltmektedir. Sonuçta firmalar başlangıçtaki satış fiyatı ve miktarına geri dönmektedir. Bununla beraber fiyat bu noktada sabit kalmamakta ve yeni bir fiyat indirimi salınımı başlamış olmaktadır. Ancak Edgeworth (1925: 121) ürünler farklılaştıkça dengeye ilişkin belirsizliğin azalacağını, ürün farklılaşması arttıkça her firmanın bağımsız bir tekel konumuna yaklaşacağını vurgulamıştır.

### **3.1.4. Tahmini Değişim Modeli**

Cournot modelinin en çok eleştirilen yönü firmaların karşılıklı bağımlılıklarını dikkate almadıkları varsayımı olmuştur. Firmaların üretim miktarlarını değiştirirken her defasında yanıldıklarını görmelerine rağmen, rakiplerinin hiçbir tepki göstermeyeceğini beklemleri modelin gerçekçiliği ve geçerliliği konusunda tereddüt yaratmıştır. Zira oligopol piyasalarda, firmalardan birinin üretim miktarına ilişkin aldığı karar karşılıklı bağımlılık sebebiyle diğerlerinin tepkisini doğurmaktadır. Oligopol piyasaları açıklama iddiasındaki modellerin karşılıklı bağımlılığın sonuçlarını ortaya koyması

gerekmektedir. Bu gerçeği göz önünde bulunduran Arthur L. Bowley rakiplerin farklı tepkilerinin sonuçlarını ortaya koyabilen genel çerçeveli bir modelin temelini atmıştır.

Bowley'in modelinde firma alacağı kararın rakiplerinin kararlarını etkileyeceğini bilmekte ve kendi için en iyi kararı alırken bu durumu dikkate almayı istemektedir. Firma tarafından alınan kararın rakiplerinin kararları üzerindeki etkisini hesaba katma yöntemi tahmini değişim (conjectural variation) olarak adlandırılmaktadır (Friedman, 1983: 106). Tahmini değişim terimi firmanın, kendi çıktısındaki değişime rakibinin vereceği tepkiye ilişkin tahminini ifade etmektedir (Giocoli, 2005: 604). Kar en çoklaştırmasının birinci derece koşulu bu tahmini içerecek biçimde uyarlanabilir:

$$\frac{\partial \Pi_i}{\partial q_i} = P(Q) + q_i P'(Q) \frac{\partial Q}{\partial q_i} - TC'(q_i) = 0 \quad (1.22)$$

Denklem (1.22)'deki  $\frac{\partial Q}{\partial q_i}$  terimi i firmasının çıktısındaki değişimin endüstri çıktısında meydana getirdiği değişimi göstermektedir. Bu terim daha açık ifade edilebilir:

$$\frac{\partial Q}{\partial q_i} = 1 + \frac{\partial q_j}{\partial q_i} \quad (1.23)$$

$\frac{\partial q_j}{\partial q_i}$  tahmini değişim parametresi olup i firmasının, kendi çıktısındaki değişime karşılık j firmasının çıktısını ne kadar değiştireceğine ilişkin tahminini temsil etmektedir. Tahmini değişim parametresinin değeri sıfıra eşit olursa Cournot dengesine ulaşılmaktadır. Diğer bir deyişle i firması çıktısını değiştirmesi halinde rakibi j'nin çıktısını değiştirmeyeceğini beklemektedir. Tahmini değişim parametresi 1'e eşitse i firması kendi çıktısını kısıtladığında j firmasının da çıktısını eşit miktarda kısıtlayacağını beklemektedir. Tahmini değişim parametresi -1 ise i firması kendi çıktısını kısıtladığında j firmasının çıktısını aynı miktarda artıracığını beklemektedir (Martin, 2002: 47).

İkiden daha fazla firma bulunan bir endüstride firmaların özdeş olduğu ve tahmini değişim parametresinin hepsi için eşit olduğu kabul edilir, endüstri için tahmini

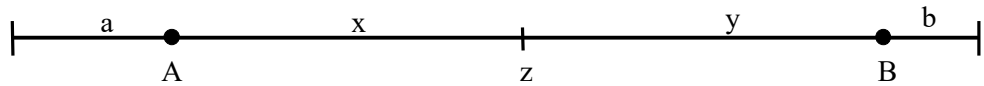
değişim parametresi  $v$  ile temsil edilirse kar en çoklaştırmasının birinci derece koşulu aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

$$P(Q) + q_i P'(Q)[1 + v] - TC'(q_i) = 0 \quad (1.24)$$

Endüstri tahmini değişim parametresinin  $v = 0$  olması Cournot çözümüne karşılık gelmektedir. Firma kendi çıktısını belirlerken rakiplerinin çıktısını veri kabul etmektedir. Eğer  $v = -1$  ise tam rekabetçi bir endüstri söz konusudur. Her bir firma fiyat alıcıdır zira çıktısındaki değişimin rakiplerinin çıktısındaki değişimle denkleştirileceğini ve bu sebeple piyasa fiyatının değişmeyeceğini tahmin etmektedir. Endüstrinin ortak karı en çoklaştıran kartel gibi davranması durumunda  $v = n-1$  değerini almaktadır. Herhangi bir firma çıktısını kısıtladığında rakiplerinin de çıktılarını aynı oranda kısıtlayacağını ve piyasa paylarının sabit kalacağını tahmin etmektedir (OFT, 2011: 46).

### 3.1.5. Hotelling Modeli

H. Hotelling 1929 tarihli çalışmasında türdeş ürünler satan rakipler arasındaki rekabetin sebep olduğu fiyat istikrarsızlığının uygun ölçüde ürün farklılaştırması halinde ortadan kalkacağına işaret etmektedir. Hotelling'in örneğinde  $L$  uzunluğunda doğrusal bir caddede eşit aralıklarla yayılmış müşteriler ve caddenin her iki ucuna sırasıyla  $a$  ve  $b$  kadar uzaklıkta iki firma (A ve B) bulunmaktadır (Şekil 1.3). Üretim maliyeti sıfırdır ve firmaların konumu dışında mallar arasında bir farklılık bulunmamaktadır. Her bir müşteri bir birim mal talep etmektedir. Dolayısıyla iki firmanın toplam satışı  $L$  birime eşittir. Müşteriler malın fiyatı dışında birim uzaklık başına  $c$  kadar taşıma maliyetine katlanmaktadır. Bu durumda örneğin A firmasının  $x$  kadar uzağındaki bir müşteri için malın teslim fiyatı  $P_A + cx$  birimdir.



Şekil 1.3. Hotelling Caddesi

Söz konusu firmaların herhangi birinden alışveriş yapmakta kayıtsız olan müşterinin konumu ( $z$ ) her iki firmanın satış yapabileceği bölgeleri ayıran konumdur. Konumu tespit etmek üzere firmaların teslim fiyatları eşitlenir:

$$P_A + cx = P_B + cy \quad (1.25)$$

Bu eşitlikte y yalnız bırakılırsa

$$y = x + \frac{P_A - P_B}{c} \quad (1.26)$$

Öte yandan (1.26)'da elde edilen y,  $L = a + b + x + y$  eşitliğinde yerine konulduğunda x'in değeri bulunur:

$$x = \frac{1}{2}(L - a - b + \frac{P_B - P_A}{c}) \quad (1.27a)$$

Benzer işlemler y için yapılarak y'nin değeri elde edilir:

$$y = \frac{1}{2}(L - a - b + \frac{P_A - P_B}{c}) \quad (1.27b)$$

Bu ifadelerden hareketle her iki firmanın kar fonksiyonu belirlenebilir:

$$\Pi_A = P_A q_A = P_A(a+x) = \frac{1}{2}(L + a - b)P_A - \frac{P_A^2}{2c} + \frac{P_A P_B}{2c} \quad (1.28a)$$

$$\Pi_B = P_B q_B = P_B(b+y) = \frac{1}{2}(L - a + b)P_B - \frac{P_B^2}{2c} + \frac{P_A P_B}{2c} \quad (1.28b)$$

Her firma fiyatını, rakibinin fiyatı veri iken, kendi karını en çoklaştıracak şekilde belirleyecektir. Buna göre A ve B firmalarının fiyatları sırasıyla:

$$P_A = c(L + \frac{a-b}{3}) \quad (1.29a)$$

$$P_B = c(L - \frac{a-b}{3}) \quad (1.29b).$$

Fiyat ve miktar değerleri kar denkleminde yerine konularak firmaların karları

$$\Pi_A = \frac{c}{2}(L + \frac{a-b}{3})^2 \quad \text{ve} \quad \Pi_B = \frac{c}{2}(L - \frac{a-b}{3})^2 \quad \text{olarak hesaplanır.}$$

Anlaşılabacağı üzere fiyatlar ve karlar taşıma maliyetlerine bağlı olarak yükselmektedir. Başka bir ifadeyle ürün farklılaştırması firmaların pozitif kar elde etmelerini sağlamaktadır. Belirtmek gerekir ki Hotelling (1929: 54) mesafe mecazını ürün farklılaştırmasının çeşitli boyutlarını temsil etmek amacıyla kullanmıştır. Mesafe müşterinin ürünün özelliklerine ilişkin tercihlerini, taşıma maliyeti ise tam olarak tercih ettiği ürünü edinmemenin müşteriye verdiği sıkıntıyı (disutility) yansıtmaktadır.

Diğer yandan, örneğin A firmasının konumu ile caddenin sol ucu arasındaki mesafesinin artması A'nın karını yükseltmektedir. Benzer sonuç b mesafesinin artması halinde B firması içinde geçerlidir. Hotelling (1929: 53) iki firmanın konumları değiştirebilmesinin mümkün olması halinde piyasa paylarını büyütürken karlarını yükseltmek amacıyla caddenin merkezine ( $a=b=L/2$ ) yerleşecekleri sonucuna varmıştır. Bu sonuç daha sonraları K. Boulding (1966: 484) tarafından “en az farklılaştırma ilkesi” (principle of minimum differentiation) olarak ifade edilmiştir.

Ne var ki firmalar hem konumlarını hem de fiyatlarını belirleyebiliyorlarsa dengenin oluşması mümkün değildir. Zira iki firma aynı konuma yerleştiklerinde, fiyat rekabeti fiyatın marjinal maliyete kadar düşmesine sebep olur. Bu durumda firmaların birbirlerinden uzaklaşmaları (ürünlerini farklılaştırmaları) daha yüksek bir fiyat uygulayabilmelerine ve daha fazla kar elde etmelerine imkân verecektir. Ayrıca firma konumlarının sabit olması halinde dahi dengenin oluşabilmesi için firmaların birbirlerinden yeteri kadar uzak olmaları gerekmektedir (d'Aspremont – Gabszewicz – Thisse, 1979).

### **3.1.6. Chamberlin Modeli**

Chamberlin (1929; 1933) tarafından geliştirilen oligopol modeli karşılıklı bağımlılığın göz ardı edildiği Cournot ve Bertrand çözümlerinin bir eleştirisi niteliğindedir. Chamberlin'e göre bu çözümlerin hiçbiri her bir satıcının kar en çoklaştırıcı gibi davrandığı varsayımı ile uyumlu değildir. Bunun için her bir firmanın, kendi davranışının fiyat üzerindeki doğrudan etkisi kadar dolaylı etkilerini de içeren toplam etkisini dikkate alması gerekmektedir.

Bir satıcının, rakibinin tepki vereceği çok açık olan bir davranışta bulunup, karşılıksız kalacağını beklemesi saflık olacaktır. Az sayıda firmanın olduğu bir piyasada her bir firma bağımsız ve akılcı bir biçimde kar en çoklaştırmaktaysa kendi davranışının rakipleri üzerinde etkisi olacağını fark edecektir. Bu durum, rakip firmaların kayıplarını kabullenerek karşılıksız bırakacağı varsayımını anlamsızlaştıracaktır. Herhangi bir firmanın fiyatını indirmesi en nihayetinde kendi karını azaltacağından hiçbir firma fiyat indirmeyecektir. Firmalar tamamen bağımsız davranmakla birlikte piyasa dengesi aralarında tekelci bir anlaşma bulunması durumuyla aynı olacaktır (Chamberlin, 1929; 83–85).



Chamberlin bir takım belirsizliklerin sonucu etkileyebileceğini vurgulamıştır. Bu belirsizliklerden biri rakiplerin zekâ ve uzak görüşlülük düzeyine ilişkindir. Bazı firmalar fiyat savaşı başlatmanın uzun vadede kendi çıkarlarına olmayacağını görebilirken, kimileri yalnızca kısa vadeli kazançlar için istekli olabilir. Herhangi bir firma rakiplerinin ne şekilde davranacağı hakkında şüphe içindeyse kendi uzak görüşlü davranışının sonuçlarından da şüphe duyacaktır. Diğer bir belirsizlik ise firma sayısının, herhangi bir firmayı kendi davranışının rakiplerini etkileyip etkilemeyeceği konusunda belirsizlik içinde bırakabilecek kadar olmasıdır. Piyasadaki rakip sayısı ne tam rekabetçi piyasalardaki gibi rakiplerin birbirlerini etkileyemediği bir yapı oluşturmaya yetecek kadar çok, ne de belirgin bir karşılıklı bağımlılık oluşturacak kadar az olabilir. Bu aralıktaki rakip sayısı, bir firmanın fiyat indiriminin sonuçlarını öngörülemez hale getirebilecektir (Chamberlin, 1929: 88-89).

### **3.1.7. Stackelberg Modeli**

Alman iktisatçı H. F. von Stackelberg 1934 yılında yayınladığı çalışmada Cournot modelinin uzantısı olan ve kendi ismiyle anılan oligopol modelinin temelini atmıştır. Stackelberg'in "asimetrik düopol" olarak adlandırdığı modelde firmalardan biri Cournot çözümündeki gibi rakibinin çıktısını veri kabul ederken diğer firma rakibinin bu şekilde davrandığını bilmekte ve durumdan yararlanmaktadır. Stackelberg rakibinin çıktısını veri kabul eden firmayı bağımlı veya takipçi, bunu bilerek durumdan yararlanan firmayı ise bağımsız veya hâkim firma olarak tanımlamıştır (Scherer 1996: 64). Bağımsız davranan firma günümüz yazınında önder olarak tanımlanmaktadır.

Eğer firmaların maliyet ve talep yapıları benzerse her firma aynı kar en çoklaştırıcı konumu tercih etmeye yatkın olacaktır. Her iki firmanın takipçi gibi davranmasıyla Cournot çözümüne varılması mümkün olduğu gibi, her iki firmanın önder gibi davranması da ihtimaller arasındadır. Stackelberg önderliğin her firma için tercih edilebilir bir konum olduğunu, ancak her firmanın önder gibi davranmasının fiyat savaşı ve dengesizliğe yol açacağını belirtmiştir (Scherer, 1996: 64-65).

### **3.1.8. Sweezy Modeli**

Dirsekli talep eğrisi olarak da bilinen Sweezy modeli 1939 yılında P. M. Sweezy ile R. L. Hall ve C. J. Hitch'in birbirilerinden bağımsız olarak yayınlamış oldukları çalışmalarla şekillenmiştir. Sweezy'in (1939) modeli oligopolcülerin fiyat değişiminin

aşağı ya da yukarı yönde olmasına göre farklı tepkiler vereceği görüşüne dayanmaktadır. Hall ve Hitch (1939) ise üreticilerle fiyatlama davranışları üzerine yaptıkları görüşmeler sonucunda oligopol piyasalarda dirsekli bir talep eğrisinin geçerli olduğu sonucuna varmıştır.

Modele göre oligopolcü bir firma fiyatını indirmesi durumunda, rakiplerinin de fiyatlarını indirmesi sebebiyle satışlarını çok fazla artıramayacaktır. Diğer yandan fiyatını yükseltmesi durumunda, rakiplerinin fiyatlarını değiştirmemesi sebebiyle müşterilerini kaybedecektir. Dolayısıyla oligopolcü bir firmanın fiyat değiştirme güdüsü yoktur. Sweezy (1939: 572-573) dirsekli talep eğrisi modeliyle oligopol piyasalarda fiyatın nasıl oluşacağını değil, herhangi bir şekilde varılan denge fiyat miktar bileşiminin istikrarlı olacağını göstermeyi amaçlamıştır. Denge fiyat miktar bileşiminin piyasanın geçmişine bağlı olduğunu belirtmiştir.

### **3.1.9. Fellner'in Eleştirileri ve Pazarlık Çözümü**

Oyun kuramına dayalı çözümler henüz bilinmemekteyken geleneksel modellerin oligopol piyasaları açıklayamadığı kanısı yaygındı. W. Fellner (1949) oligopol piyasaların, bir firmanın karar alırken rakiplerinin tepkisiz kalacağı varsayımına dayalı modellerle çözümlenmesini eleştirmiştir. Bu eleştirilerin başlıca nesnesi Cournot modelidir. Fellner'e göre Cournot dengesine varılma sürecinde firmalar varsayımlarının yanlış olduğunu fark edecekler ve varsayımlarını değiştireceklerdir. Bu Cournot tepki fonksiyonlarının ve onlara dayalı çözümlerinin geçerliliğini ortadan kaldıracaktır. Her bir firma diğerlerinin davranış kalıbı hakkındaki varsayımını değiştirdiğinde Cournot dengesine ulaşmak mümkün olmayacaktır. Fellner, dengeye varılma sürecinde yanlış ancak dengede doğru olan varsayımından ötürü Cournot çözümünü "yanlış sebeple doğru" olarak nitelendirmiştir.

Fellner tahmini değişim ve Stackelberg modellerini de benzer biçimde eleştirmiştir. Tahmini değişim modelinde başlangıç varsayımı ne olursa olsun dengeye varılma sürecinde değişikliğe uğrayacak ve yanlış olduğu ortaya çıkacaktır. Denge ancak hiçbir firma varsayımının yanlış olduğunu fark etmezse istikrarlı olacaktır ki bu mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla tahmini değişim modeli Cournot modelinden daha üstün değildir (1949: 71-75). Stackelberg liderliği takipçi olmaktan daha tercih edilebilir olduğu sürece her firma liderlik için mücadele edecektir. Bu ise Stackelberg

dengelessnessine sebep olur. Firmalar arasındaki liderlik mücadelesi uzun süre devam edebilir ve ancak birinin takipçiliği kabullenmesiyle son bulabilir (1949: 100).

Fellner az sayıda firma arasındaki rekabetin sonuçları konusunda Chamberlin ile benzer görüşler ileri sürmüştür. Oligopolcülerin ortak karlarını en çoklaştırma eğilimi içinde olmalarına karşın maliyet farklılıkları ve ürün farklılaştırması gibi çok sayıda etkenin bu eğilimi sınırlayabildiğini vurgulamıştır. Oligopolcüler arasındaki sorunu fiyat ve kar paylaşımı üzerine bir “pazarlık” olarak gören Fellner (1950), pazarlığın açık veya örtük biçimde çözümlenmesinin temel bir farklılık yaratmayacağını belirtmiştir. Fellner’e göre oligopolcüler arasında kendiliğinden ortaya çıkacak eşgüdüm neredeyse kaçınılmazdır.

## 3.2. FİYAT ÖNDERLİĞİ MODELLERİ

### 3.2.1. Boulding’in Fiyat Önderliği Modelleri

K. Boulding (1966) türdeş ürünler satan oligopol endüstriler için üç farklı fiyat önderliği modeli geliştirmiştir. Bunlardan ilkinde özdeş maliyet yapısına ve eşit piyasa payına sahip olan iki firmalı bir endüstri ele alınmaktadır. İkinci modelde maliyetleri farklı piyasa payları eşit, üçüncü modelde ise maliyetleri özdeş ancak piyasa payları farklı olan iki firmalı endüstride fiyat önderliğinin sonuçları incelenmektedir.

İlk modelde fiyat önderliği sonucunda oluşan fiyat ve miktar tek el halinde oluşacak fiyat ve miktar ile aynı olmaktadır.<sup>10</sup> İkinci ve üçüncü modellerde ise ürünlerin türdeşliği varsayımının sonucu olarak birden fazla fiyat oluşması mümkün olmadığından, kar en çoklaştırması koşulunu daha düşük fiyat düzeyinde gerçekleştiren firma fiyatı belirlemektedir. Bu da ikinci modelde düşük maliyetli firmanın, üçüncü modelde küçük piyasa payına sahip firmanın fiyat önderi olacağı anlamına gelmektedir (Markham 1951: 893).

### 3.2.2. Hâkim Firmanın Fiyat Önderliği Modeli

Hâkim firma fiyat önderliği modelinin temeli Alman iktisatçı K. Forcheimer’ın ([1908]1983) eksik tek el olarak adlandırdığı piyasa yapısı üzerine yazdığı çalışmaya

---

<sup>10</sup> Talep fonksiyonunun doğrusal olması ve iki firmanın birleşmesinin olumlu veya olumsuz ölçek ekonomileri yaratmaması durumunda (Boulding 1966: 477-478).

dayanmaktadır. Ancak Forcheimer konuyu sayısal örneklerle ele almıştır. F. Zeuthen ve A. J. Nichol 1930'da birbirlerinden ayrı olarak hâkim firmanın fiyatlama davranışını şekiller yardımıyla açıklamaya çalışmışlardır. Modele günümüzdeki biçimini veren ise G. Stigler (1940) olmuştur (Schenzler, Siegfried ve Thweatt, 1992).

Hâkim firma modelinde, endüstri çıktısının büyük bölümünü üretmekte olan fiyat belirleme gücüne sahip bir firma ile çok sayıda küçük ölçekli firmanın bulunduğu kabul edilmektedir. Hâkim firma, piyasa talebinden küçük firmaların toplam arzının çıkarılmasıyla elde edilen artık talebe göre kendi karını en çoklaştırmakta, küçük firmalar hâkim firma tarafından belirlenen fiyatı veri almaktadır (Sitgler 1940: 523). Model, bir endüstride küçük ölçekli dahi olsa rakip firmaların bulunmasının hâkim firmanın fiyatlama gücünü zayıflattığını ortaya koymaktadır.

### 3.3. ORTAK KARI EN ÇOKLAŞTIRAN KARTEL MODELİ

Kartelleşen bir endüstrinin temel amacı ortak karın yükseltilmesidir. Endüstri karının en yüksek olduğu durum tam tekelleşme olduğuna göre kartelin birden çok tesisli tekeli gibi hareket etmesi gerekmektedir. Endüstrinin marjinal maliyetinin piyasa talep eğrisinden türetilen marjinal hasılatla eşitlendiği miktar, ortak karı en çoklaştıran üretim miktarıdır. Her bir firmanın üretim kotası, bireysel marjinal maliyeti diğerlerinin marjinal maliyetine ve aynı zamanda kartelin marjinal hasılatına eşit olacak şekilde belirlenmelidir. Bu şekilde bir kota paylaşımıyla kartelin toplam üretim maliyeti en aza inecektir (Patinkin 1947).

#### 3.3.1. Üretim Miktarının Belirlenmesi

Ortak kar  $\Pi = \sum_{i=1}^n \Pi_i$ , toplam üretim miktarı  $Q = \sum_{i=1}^n q_i$  ve toplam maliyet

$TC = \sum_{i=1}^n C(q_i)$  ile temsil edilirse kartelin kar fonksiyonu  $\Pi = P(Q).Q - TC$  biçimde

ifade edilebilir. Kar en çoklaştırmayı için kar fonksiyonunun her bir firmanın üretim miktarına göre birinci derece türevi sifıra eşit olmalıdır:

$$\frac{\partial \Pi}{\partial q_i} = P(Q) + \frac{\partial P(Q)}{\partial q_i} \sum_{i=1}^n q_i - MC_i = 0 \quad (1.30)$$

Türdeş bir mal üreten, marjinal maliyetleri özdeş ve sabit (c) iki firmanın (i ve j) bulunduğu, ters talep fonksiyonu  $P = a - b(q_i + q_j)$  olan endüstrinin ortak karı:

$$\Pi = \Pi_i + \Pi_j = (P - c)(q_1 + q_2) \quad (1.30a)$$

Ortak karın en çoklaştırılmasının birinci derece koşulları:

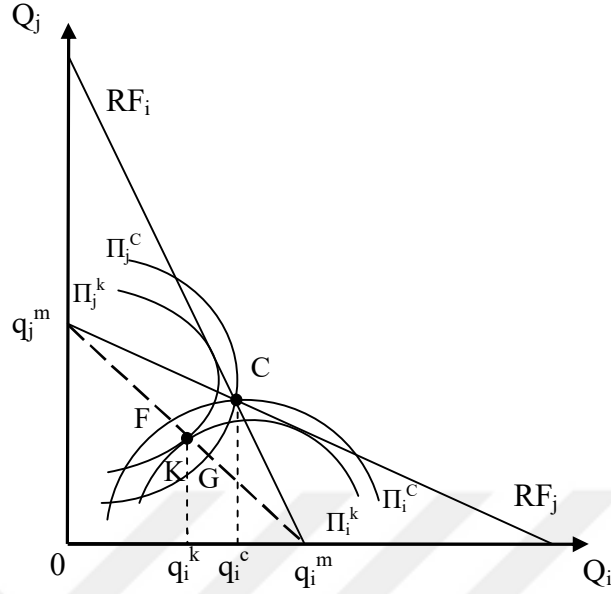
$$\frac{\partial \Pi}{\partial q_i} = a - 2bq_i - 2bq_j - c = 0 \quad (1.31a)$$

$$\frac{\partial \Pi}{\partial q_j} = a - 2bq_j - 2bq_i - c = 0 \quad (1.31b)$$

Birinci derece koşullar birbiriyle özdeş olduklarından eşanlı çözüm mümkün değildir. Bunun yerine ortak karı en çoklaştıran üretim miktarı belirlenebilir. Söz konusu miktar iki firmanın üretim miktarları toplamına eşittir;  $Q^k = q_i^k + q_j^k$ . Burada  $q_i^k$  yalnız bırakılarak ( $q_i^k = Q^k - q_j^k$ ) birinci derece koşulda yerine konulur ve koşul  $Q^k$  için çözümlerse kartel üretimi  $Q^k = \frac{a-c}{2b}$  olarak bulunur. Üretim değeri talep fonksiyonunda yerine konulduğunda kartel fiyatı  $P^k = \frac{a+c}{2}$  olur. Kartelin ortak karı ise  $\Pi = \frac{(a-c)^2}{4b}$  değerini alır. Dikkat edilirse bu değerler tek el halinde oluşacak değerlerle aynıdır. Firmaların maliyetleri özdeş olduğundan her iki firma kartel çıktısının yarısını ( $\frac{a-c}{4b}$ ) üretecek ve kartel karının yarısını ( $\frac{(a-c)^2}{8b}$ ) kazanacaktır.

Kartel çözümü eş kar eğrileri yardımıyla geometrik olarak açıklanabilir (Romp, 1997: 61-62; Church – Ware, 2000: 245). Bunun için eş kar eğrileri kullanılarak bağıt eğrisinin elde edilmesi gerekmektedir. Rakibinin karı veri iken bir firmanın elde edebileceği en yüksek kar, rakibin eş kar eğrisine teğet olan eş kar eğrisinin temsil ettiği kar düzeyidir. Bağıt eğrisi iki firmanın eş kar eğrilerinin birbirlerine teğet geçtikleri noktalar birleştirilerek elde edilebilir. Sabit marjinal maliyet halinde doğrusal bir şekil alan bağıt eğrisi ortak karı en çoklaştıran çıktı bileşimlerinin geometrik yerini verir.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Artan marjinal maliyet halinde bağıt eğrisi doğrusal bir şekil almayacak ve üzerindeki her noktada kar en çoklaşmayacaktır. Ancak gerek sabit gerekse artan marjinal maliyet halinde bağıt eğrisi üzerindeki her



**Şekil 1.4.** Ortak Karın En Çoklaştırılması

Şekil (1.4)'de bağıt eğrisi  $q_j^m$   $q_i^m$  doğrusu ile temsil edilmektedir. Bağıt eğrisinin eksenleri kestiği  $q_j^m$  ve  $q_i^m$  noktaları sırasıyla j ve i firması için tekel çıktısını temsil etmektedir. Eğri üzerinde  $q_j^m$  noktasından  $q_i^m$  doğru hareket edildikçe j firmasının çıktısı ve karı azalırken i firmasının çıktısı ve karı artmaktadır. Diğer yandan eğri üzerindeki her nokta ortak karı en çoklaştırmasına karşın eğrinin yalnızca bir bölümü firmalardan her birine eş anlı olarak Cournot dengesinde elde edebileceğinden daha fazla kar sağlamaktadır. Bu bölüm, firmaların Cournot dengesinde elde ettikleri karları temsil eden  $\Pi_i^C$  ile  $\Pi_j^C$  eş kar eğrilerinin arasında kalan FG aralığıdır. Firmalar bu aralıktaki her hangi bir çıktı bileşimini tercih edebilirler. Özdeş maliyet varsayımı sonucu firmalar, her birine kartel karının yarısını kazandıran K noktasına karşılık gelen miktarda üretim yapacaklardır. Örneğin i firması  $q_i^k$  kadar üretim yaparak  $\Pi_i^k$  kadar kar elde edecektir.

### 3.3.2. Kartellerde İstikrar Sorunu

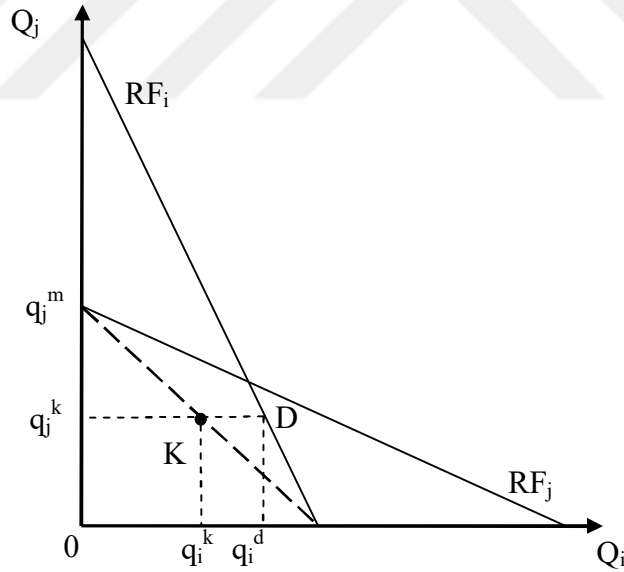
Karteller üyeleri açısından çekici görünmekle birlikte sürdürülebilmeleri güç olan örgütlerdir. Üye firmaların ürünlerinin türdeş ve maliyet yapılarının benzer olduğu

---

çıkıtı bileşimi bağıt eğrisinin altında kalan çıktı bileşimlerinden daha yüksek bir ortak kar düzeyini temsil eder. Bağıt eğrisi üzerinde bir firmanın karının azalmadan diğerinin artması mümkün değildir. Başka bir ifadeyle bağıt eğrisi Pareto etkin çıktı bileşimlerini verir.

karteller dahi istikrarsızlık içindedir. Zira diğer üyelerin karteğe sadık olduğuna inandığı sürece her bir üyenin aldatma güdüsü bulunur. Kartel üyelerinin kotaları kadar üretim yapmaları durumunda kotasından daha fazla üretim yapan bir firma kotasını üretmekle elde edebileceğinden daha fazla kar elde edebilir.

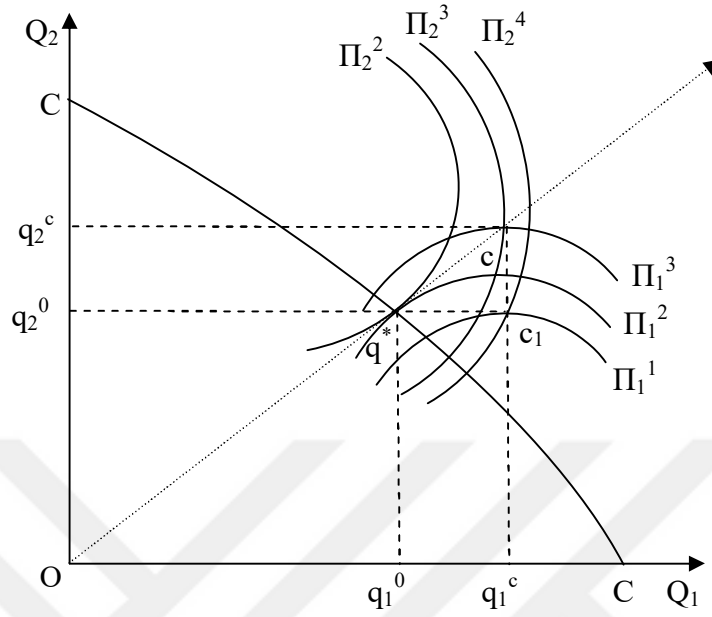
Kartelde hile yapan firmanın daha yüksek kar düzeyine ulaşabileceği tepki eğrileriyle açıklanabilir (Church – Ware, 2000: 245). Şekil (1.5)'de görüldüğü üzere kartel üyesi j firması kotası ( $q_j^k$ ) kadar üretim yaparken i firmasına en yüksek karı sağlayan üretim miktarı i'nin tepki eğrisi ( $RF_i$ ) üzerindeki D noktasına karşılık gelen  $q_i^d$  kadardır. Endüstri üretimi ortak karı en çoklaştıran miktarın üzerine çıkacak olmakla beraber daha fazla üretim yapan i'nin karı yükselecektir. O halde i firması aldatmayı tercih edecektir. Ne var ki aynı durum j içinde geçerlidir. Her bir firma diğerinin kotasına sadık kalacağını varsayarak kendi tepki fonksiyonuna göre hareket edecek olursa endüstri üretimi, her iki firmanın bireysel karlarını, karteğe sadık kalmakla elde edebileceklerinin altına düşürecek kadar yükselecektir.



Şekil 1.5. Kartelde Hile Sorunu

Osborne (1976) aldatmanın önüne geçilebilmesi için kota kuralı olarak adlandırılan bir cezalandırma önermektedir. Kota kuralına göre anlaşmaya sadık kalan firma, aldatılması halinde üretim miktarını anlaşmaya uymayan firmanın artırdığı oranda artırmalıdır. Diğer bir ifadeyle aldatılarak piyasa payını kaybeden firma,

üretimini anlaşmayla belirlenen piyasa payına ulaşana kadar artırmalıdır. Osborne'nun bu önerisi şekil (1.6)'de eş kar eğrileri ve bağıt eğrisi (CC) üzerinde açıklanmaktadır.



**Şekil 1.6. Kota Kuralı**

Üzerinde anlaşılan üretim miktarları başka bir ifadeyle kotalar  $q_1^0$  ve  $q_2^0$  olarak belirlenmiş olsun. Diğer firma kotası kadar üretim yaparken firmalardan biri üretim miktarını gizlice artırırsa daha yüksek bir kar elde edebilir. Örneğin şekilde firma 1 üretim miktarını  $q_1^c$ 'ye çıkarırsa  $\Pi_1^1$  eş kar eğrisiyle temsil edilen daha yüksek bir kar düzeyine ulaşacaktır. Ne var ki firma 2 de benzer şekilde üretimini gizlice  $q_2^c$ 'ye yükseltirse her iki firma ancak daha düşük bir kar düzeyini temsil eden  $\Pi_i^3$  eş kar eğrilerinin kesiştiği c noktasına ulaşabilir. Dolayısıyla iki firma da karşı tarafı aldatmayı tercih ettiğinde anlaşmaya sadık kalmakla elde edebileceklerinden daha az kar elde edeceklerdir.

$$\Pi_i^2(q_1^0, q_2^0) > \Pi_i^3(q_1^c, q_2^c) \quad (i=1,2) \quad (1.32)$$

Firmalardan birinin tek taraflı olarak anlaşmaya uymayıp kotasını aşması durumunda rakip firma için üretimini artırmak anlaşmaya sadık kalmaktan daha iyi bir seçenek olmaktadır. Nitekim şekilde görüleceği üzere firma 1 üretim miktarını  $q_1^c$ 'ye çıkararak  $\Pi_1^1$  eşkar eğrisine ulaşırken firma 2 üretim miktarını ( $q_2^0$ ) yükseltmezse  $\Pi^3$ 'den daha düşük bir kar düzeyini temsil eden  $\Pi_2^4$  eş kar eğrisi üzerinde olacaktır.



Kota kuralının işleyebilmesi için eş kar eğrilerinin, bağıt eğrisi üzerinde birbirlerine teğet oldukları noktada, orijinden çıkan ve üzerindeki her noktada piyasa paylarının sabit olduğu ışına da (eğim sabit olduğundan piyasa payları değişmemektedir) teğet olmaları gerekmektedir. Üretim miktarlarının anlaşmanın başından itibaren bu şekilde tespit edilmesi kota kuralının aldatmayı caydırmasını sağlamaktadır. Çünkü aldatılan firma üretimini aldatan firma kadar artırıp piyasa payını korumaz ise bunu yaparak elde edebileceğinden daha düşük bir kar düzeyinde kalacaktır. Eğer koşul gerçekleşmezse aldatılan firma üretimini değiştirmemesi halinde, üretimini artırmaya göre daha iyi bir durumda olur ki bu cezalandırma tehdidinin inandırıcılığının olmadığı anlamına gelmektedir.

d'Aspremont vd. (1983) kartelin istikrarlı olup olamayacağı konusunda alışılagelmiş bir yaklaşım geliştirmişlerdir. Yazarlar türdeş ürünler üreten  $n$  firmalı endüstride  $k \leq n$  üyeli bir fiyat kartelinin bulunduğu, üye olmayan firmaların ise kartelin dışsallığından faydalandıkları eş deyişle “bedavacılık” yaptıkları durumda kartelin istikrarlı olma koşullarını açıklamaktadırlar.

Kartel üyelerinin bireysel karı  $\Pi^c(k)$ , kartel üyesi olmayan firmaların bireysel karı  $\Pi^f(k)$ , kartele bir üye daha katıldığında kartel üyelerinin bireysel karı  $\Pi^c(k+1)$ , son olarak kartelden bir üye ayrıldığında kartel üyesi olmayan firmaların bireysel karı  $\Pi^f(k-1)$  ile temsil edilsin.

$\Pi^f(k-1) \leq \Pi^c(k)$  ve  $k \geq 1$  koşulu geçerli olduğunda kartel içsel olarak istikrarlı olacaktır. Çünkü bir üye kartelden ayrıldığında fiyat o kadar düşmektedir ki ayrılan firmanın elde edebildiği kar kartele üye iken elde edebildiğinin altında kalmaktadır.

$\Pi^c(k+1) \leq \Pi^f(k)$  ve  $k \leq n - 1$  koşulu geçerli olduğunda ise kartel dışsal olarak istikrarlıdır. Çünkü kartel dışındaki bir firmanın kartele katılmasının sebep olduğu fiyat yükselişi söz konusu firmaya kartel dışındayken (bedavacı durumundayken) elde edebildiği kardan daha fazlasını kazandırmaya yetmemektedir.

Her iki koşul aynı anda gerçekleştiğinde kartel istikrarlıdır. d'Aspremont vd. sonlu sayıda firma olması halinde her zaman istikrarlı bir kartelin olabileceğini kanıtlamıştır.

#### 4. OLİGOPOLE OYUN KURAMI YAKLAŞIMI

Oyun kuramı karşılıklı etkileşim içinde olan karar alıcıların davranışlarını çözümlmek üzere kullanılan bilimsel bir yöntem olarak tanımlanabilir. Oyun kuramı kapsamında aldıkları kararlarla birbirlerinin çıkarlarını etkileyen eş deyişle çıkarları karşılıklı bağımlı oyuncuların nasıl davranacakları matematiksel modeller kullanarak açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu alandaki öncü çalışmalar 20 yy. başlarında E. Zermelo, E. Borel ve von Neumann tarafından yapılmıştır. von Neumann ve O. Morgenstern'in (1944) "Oyun Kuramı ve Ekonomik Davranış" başlıklı çalışması oyun kuramının bilimsel bir çalışma alanı olarak gelişiminde dönüm noktası olmuştur (Myerson, 1991: 2). M. Shubik (J. P. Mayberry ve J. F. Nash ile 1953; 1955) çalışmalarıyla oligopol piyasaları çözümlmek amacıyla oyun kuramının kullanılmasına öncülük etmiştir. Günümüzde oligopol piyasaları çözümlmek üzere kullanılan yöntemlerin başında oyun kuramı gelmektedir.

##### 4.1. OYUN KURAMININ TEMEL KAVRAMLARI

Çıkarları karşılıklı bağımlı karar alıcıların içinde bulunduğu durum oyun, bu oyunun katılımcıları ise oyuncu olarak tanımlanmaktadır. Temel bir varsayım olarak oyuncuların kazançlarını en çoklaştırmayı amaçlayan akılcı karar alıcılar oldukları kabul edilmektedir. Oyunlar çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır. En geniş biçimiyle oyunlar işbirlikçi olanlar ve işbirlikçi olmayanlar şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Bağlayıcı anlaşmaların yapılabildiği oyunlar işbirlikçi (cooperative), bu tür anlaşmaların yapılamadığı oyunlar ise işbirliksiz (non-cooperative) oyunlardır. İşbirliksiz oyunlarda oyuncular kararlarını bireysel olarak alırlar.

Oyunlar oyuncuların hareket sırası ve bilgi koşullarına göre de sınıflandırılmaktadır. Oyunlar eşanlı veya ardışık olarak oynanabilmektedir. Eşanlı oyunlar statik, ardışık oyunlar ise dinamik olarak adlandırılmaktadır.<sup>12</sup> Tüm

---

<sup>12</sup> Oyuncuları aynı anda hareket etmediği bununla birlikte hareket ederken rakiplerinin hareketlerini gözlemleyemedikleri oyunlar da statik olarak adlandırılır.

oyuncuların, diğer oyuncuların oyunun her aşamasındaki hareketlerini bilmeleri durumunda mükemmel bilgiden (perfect information) söz edilir. Eşanlı bir oyunda aynı anda hareket eden oyuncuların diğerlerinin hareketlerini bilmeleri mümkün değildir. Haliyle eşanlı oyunlar mükemmel olmayan bilgili oyunlardır. Eğer oyuncular hem kendi kazançlarını hem de diğer oyuncuların kazançlarını biliyorlarsa tam bilgili (complete information), oyunculardan her hangi biri bir veya daha fazla oyuncunun kazancını bilmiyorsa eksik bilgili (incomplete information) oyun söz konusudur (Tremblay-Tremblay, 2012; 58).

Bir oyunda oyuncuya açık her bir hareket tarzı strateji olarak tanımlanır. Oyuna bağlı olarak strateji basit bir hareket olabileceği gibi karmaşık bir hareket planı da olabilir. Bu hareket planı, içinde bulunduğu duruma bağlı olarak oyuncunun ne yapacağını belirlemektedir. Her oyuncunun sahip olduğu bir “strateji kümesi” bulunmaktadır. Bir (i) oyuncunun herhangi bir stratejisi ( $s_i$ ) strateji kümesinin ( $S_i$ ) elemanıdır;  $s_i \in S_i$ . Tüm oyuncuların olası tüm stratejilerinin kombinasyonları oyundaki strateji profillerini oluşturur. Herhangi bir strateji profili n sayıda oyuncunun her biri için bir stratejiye karşılık gelen n elemanlı bir kümedir;  $s = (s_1, \dots, s_n)$ .

#### 4.1.1. Nash Dengesi

İşbiriksiz bir oyunun sonucunu bulmak üzere kullanılan başlıca denge kavramı ilk olarak J. F. Nash (1950) tarafından açık şekilde ifade edilen Nash Dengesidir. Her bir oyuncunun stratejisi ( $s_i^*$ ) diğer oyuncuların stratejilerine ( $s_{-i}^*$ ) en iyi cevap ise  $s^*$  strateji profili Nash Dengesi olarak adlandırılmaktadır. Biçimsel olarak Nash Dengesi (1.33) numaralı eşitsizlikle ifade edilmektedir:

$$u_i(s_i^*, s_{-i}^*) \geq u_i(s_i', s_{-i}^*) \quad s_i' \in S_i \quad (1.33)$$

(1.33) numaralı ifadeye göre diğer oyuncuların stratejileri ( $s_{-i}^*$ ) veri iken  $s_i^*$  stratejisi i oyuncusunun faydasını en çoklaştırmaktadır. Nash Dengesinde hiçbir oyuncu stratejisini değiştirerek durumunu iyileştirememektedir. Bu sebeple hiçbir oyuncunun stratejisini değiştirme güdüsü bulunmamaktadır (Church - Ware, 2000: 221). Diğer bir ifadeyle herhangi bir oyuncu stratejisini değiştirerek durumunu iyileştirebiliyorsa Nash dengesine varılmadığı anlamına gelmektedir. Her akılcı oyuncu, akılcı olduğunu bildiği diğer oyuncuların Nash denge stratejisini oynayacağını bildiğinden Nash dengesi kendiliğinden gerçekleşmektedir.

Her oyuncu yalnızca belirli bir stratejiyi oynuyorsa saf strateji söz konusudur. Oyuncunun strateji kümesindeki stratejilerden birden fazlasını belirli olasılıklarla seçmesi karma strateji olarak adlandırılır. Diğer bir deyişle karma strateji oyuncunun strateji kümesi üzerine bir olasılık dağılımıdır. Bazı oyunlarda saf strateji Nash dengesi olmamasına karşın sonlu sayıda oyuncu ve strateji içeren her oyunda en az bir karma strateji Nash dengesi bulunur.

Dinamik oyunlarda rakiplerinin geçmişteki hareketlerini gözlemeyebilen oyuncular en iyi cevaplarını bu bilgiye göre belirleme olanağına sahiptir. Ancak bu durum oyunda birden çok Nash dengesi olma ihtimalini doğurur. Bununla beraber Nash dengelerinin hepsi inanılır taahhütlere (tehditler veya vaatler) dayalı değildir. İnanılır olmayan taahhütlere dayalı Nash dengelerinin elenmesi yoluyla ulaşılan denge, alt oyun mükemmel Nash dengesi olarak adlandırılır. Alt oyun, ana oyunun herhangi bir noktasında başlayıp oyunun sonuna kadar devam eden bir parçasıdır. Bir strateji profili ana oyundaki her alt oyununun Nash dengesi ise alt oyun mükemmel Nash Dengesidir. Sonlu ve tam bilgili oyunlarda alt oyun mükemmel Nash dengesini bulmak için geriye doğru çıkarım yöntemi kullanılabilir. Geriye doğru çıkarım oyunun son aşamasından başlanarak oyunun başlangıcına kadar oyuncuların tercih etmeyecekleri hareketlerin elenmesidir.

#### **4.1.2. Tekrarlanan Oyunlar**

Oyuncuların yalnızca bir kez karşılaştıkları statik oyunlar birçok durumu açıklamakta yetersiz kalabilmektedir. Gerçek yaşamda karar alıcılar bir defadan daha fazla karşı karşıya gelebilmekte, bu süreçte birbirlerinin davranışlarını izlemekte ve etkileyebilmektedir. Aynı oyunun birden fazla kez ardı ardına oynandığı oyunlara tekrarlanan oyunlar, oyunun tekrarlanan temel biçimine aşama oyunu denilmektedir. Tekrarlanan işbiriksiz oyunlarda izlenecek stratejiler ile aşama oyunun dengesinden farklı dengelere varılabilmesi mümkündür. Tekrarlanan işbiriksiz oyunların sonuçlarını etkileyen başlıca etken ise oyunun tekrarlanma sayısıdır. Tekrarlanma sayısı kesin olarak bilindiğinde ulaşılabilecek denge aşama oyunundan farksız olabilir. Ancak oyunun sonsuz tekrarlanması ya da tekrarlanma sayısının diğer bir ifadeyle ne zaman sona ereceğinin kesin olarak bilinmemesi halinde işbiriksiz bir oyunda örtük (tacit) işbirliği sürdürülebilir. Oyun kuramcılar Folk Kuramlarıyla sonsuz tekrarlı oyunların işbiriksiz

dengesinde, aşama oyununda elde edilen kazançtan daha yüksek olası bir ortalama kazanç sağlamanın mümkün olduğu ortaya koymuşlardır.

## 4.2. OLİGOPOL PİYASALARA OYUN KURAMI YAKLAŞIMI

Sanayi ekonomisi alanında, özellikle de oligopol piyasa çözümlerinde işbiriksiz oyunlara sıklıkla başvurulmaktadır. Oyun kuramı yaklaşımında Cournot ve Bertrand modelleri tek aşamalı, tam bilgili ve işbiriksiz oyunlar olarak ele alınmaktadır. Firmalar seçtikleri her stratejiye karşılık ne kadar kar elde edebileceklerini bilmektedir. Bununla birlikte stratejiler eşanlı olarak belirlendiğinden rakiplerin stratejileri bilinmemektedir. Bu yapıdaki oyunların çözümü Nash Dengesi olup geleneksel modellerle ulaşılan sonuçtan farklıdır. Stackelberg modeli ise kararların ardışık olarak alındığı dinamik oyun biçiminde ele alınmaktadır.

### 4.2.1. Eşanlı Miktar Rekabeti: Cournot Modeli

Daha önce açıklandığı üzere Cournot modelinde rakiplerinin çıktısını veri kabul eden her bir firma bireysel kararını en çoklaştıran çıktıyı belirlemektedir. Bununla beraber, firmaların seçebilecekleri olası çıktı bileşimleri arasında her biri için Cournot çözümünden daha fazla kar sağlayabilecek çok sayıda çıktı bileşimi bulunmaktadır. Bu çıktı bileşimlerinden herhangi birine ulaşılabilmesi için firmalar arasında açık veya örtük bir işbirliği gerekmektedir. Ancak bağlayıcı bir anlaşmanın bulunmadığı Cournot modelinde, aldatma güdüsünün varlığı işbirliğini imkânsızlaştırmaktadır. Oyun kuramına dayalı çözümler bu olguyu daha açık biçimde ortaya koymaktadır.

Tek aşamalı bir oyun olarak Cournot rekabetinde neden işbirliği sağlanamayacağı iki firmalı endüstri örneğinden hareketle açıklanabilir (Shy, 1995: 116-117). Piyasada maliyetsiz olarak üretim yapan iki firma ( $i = 1,2$ ) bulunsun ve bu firmaların çıktı miktarı  $q_i$  ile temsil edilsin. Endüstri çıktısı her iki firmanın üretim miktarının toplamına eşit olur;  $Q = q_1 + q_2$ . Endüstri talep fonksiyonunun ise  $p = 1 - q_1 - q_2$  şeklinde olduğu kabul edilsin. Buna göre Cournot çözümü altında karını en çoklaştırmayı amaçlayan firmaların tepki fonksiyonları veya oyun kuramı terimiyle en iyi cevap fonksiyonları sırasıyla  $r_1(q_2) = (1 - q_2)/2$  ve  $r_2(q_1) = (1 - q_1)/2$  biçimini alır. En iyi cevap fonksiyonlarının eşanlı çözümüyle  $q_1^c = q_2^c = 1/3$  olarak bulunur. Bu

durumda endüstrinin üretim miktarı  $Q^c = 2/3$ , fiyat  $p = 1/3$  olmakta ve her bir firma  $\Pi_i^c = 1/9$  kadar kar elde etmektedir.

**Tablo 1.4.** Cournot Oyunu Matrisi

		$\Pi_2$		
		$q_2^k = 1/4$	$q_2^c = 1/3$	$q_2^d = 3/8$
$\Pi_1$	$q_1^k = 1/4$	1/8    1/8	5/48    5/36	3/32 <u>9/64</u>
	$q_1^c = 1/3$	5/36    5/48	<u>1/9</u> <u>1/9</u>	7/72    7/64
	$q_1^d = 3/8$	<u>9/64</u> 3/32	7/64    7/72	3/32    3/32

İki firmanın ortak karlarını en çoklaştıran bir kartel gibi davranması durumunda her bir firma  $q_i^k = 1/4$  birim üretim yapacak, endüstri üretim miktarı  $Q = 2/4$ , fiyat ise  $p = 2/4$  'e eşit olacaktır. Her bir firma  $\Pi_i^k = 1/8$  birim kar elde edecektir. Bu sonuç ortak karı en çoklaştırma seçeneğinin her iki firmanın da yararına olduğunu göstermektedir. Ancak işbirliksiz oyunlarda bağlayıcı anlaşmalar yapılamadığından ortak karı en çoklaştıran miktarın denge olması mümkün değildir. Çünkü firmalardan birinin ortak karı en çoklaştıran üretim miktarından payına düşeni üretmesi halinde diğeri için en iyi cevap kendi payından farklı olacaktır.

Yukarıdaki örnekte rakibin  $q_i^k = 1/4$  birim üretimine karşılık gelen en iyi cevap miktarı,  $1/4$  değerinin diğeri firmanın en iyi cevap fonksiyonuna konulmasıyla bulunabilir. 2 numaralı firma  $q_2^k = 1/4$  birim üretirken 1'in en iyi cevap miktarı  $r_1(q_2) = (1 - 1/4)/2 = 3/8$  birime eşit olur. Bu durumda firma 2 Cournot çözümünden bile daha az kar ( $\Pi_2 = 3/32$ ) elde ederken, firma 1 ortak karı en çoklaştıran çözüme göre daha fazla kar ( $\Pi_1^d = 9/64$ ) elde edecektir.

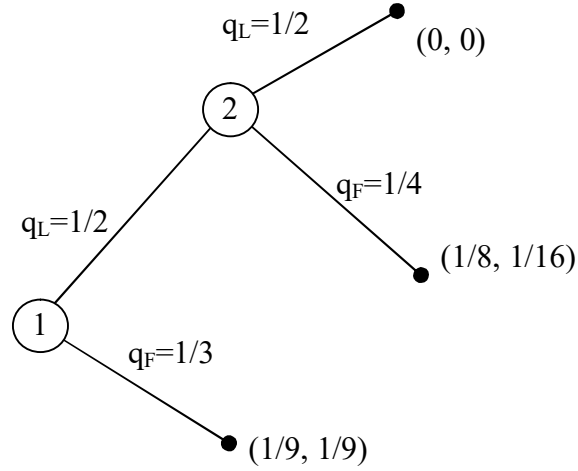
Aldatmanın yüksek kazancı, rakiplerinin ortak karı en çoklaştıran miktardan payına düşen kısmı ürettiğini varsayan her firmayı aldatma yönünde güdümlendirecektir. Fakat aldatma güdüsünün varlığını bilen hiçbir firma bağlayıcılığı olmayan bir anlaşmada yer almak istemeyecektir. Her firma rakibinin veri üretim miktarı için kendi karını en çoklaştıran üretim miktarını arayacaktır. Bu ise Cournot-Nash dengesinde

başka bir şey değildir. Firmalardan hiç biri, rakibi Cournot denge miktarını üretirken Cournot denge miktarından farklı bir miktar üretmeyi tercih etmeyeceği için çözüm istikrarlıdır.

#### 4.2.2. Ardışık Miktar Rekabeti: Stackelberg Modeli

Stackelberg modelinin oyun kuramı uyarlamasında önder firma çıktısını rakibinden önce belirlemekte takipçi firma rakibinin çıktısını veri olarak alıp karını en çoklaştırmaktadır. Her iki firmanın karşısında önder veya takipçi gibi davranmak şeklinde iki seçenek bulunduğu varsayımı altında ilk hareket eden firma önder olarak davranmayı tercih edecektir. Çünkü ilk hareket eden firma bu tercihi yaparken rakibinin akılcı davranarak tepki fonksiyonuna göre hareket edeceğini yani takipçi olmayı kabul edeceğini bilmektedir. Rakibin önder gibi davranması Stackelberg dengesizliğine yol açacaktır ki bu, ilk hareket eden firma kadar kendisi için de daha kötü bir sonuçtur.

Dinamik oyunlar oyun ağacı yardımıyla çözülebilmektedir. Eşanlı miktar rekabeti için çözülen örnek Stackelberg modeline oyun ağacı biçiminde uyarlanabilir. Şekil (1.7)'deki oyun ağacında görüldüğü üzere ilk hareket eden firma 1 rakibinin akılcı davranacağını bildiği için kar en çoklaştırması koşulu gereği  $q_L=1/2$  birim üretim yapacaktır. İkinci aşamada tercih sırası firma 2'ye gelmektedir. Rakibinin üretim miktarını bilen firma 2, önder gibi davranıp  $1/2$  birim üretme veya takipçi gibi davranıp en iyi tepkisi olan  $1/4$  birim üretme seçenekleriyle karşılaşacaktır. Her iki firmanın önder gibi davrandığı durumda toplam üretim fiyatın ve karların sıfıra inmesine sebep olurken, firma 2'nin takipçi olduğu durumda firma 1'in karı  $1/8$  birim, kendisinin karı ise  $1/16$  birim olmaktadır. Öyleyse firma 2 açısından önder olarak davranmak inanılır bir taahhüt olmayıp, takipçi gibi davranmak daha karlıdır.



Şekil 1.7. Stackelberg Oyunu Ağacı

#### 4.2.3. Kapasite Kısıtı Durumunda Fiyat Rekabeti

Geleneksel oligopol modelleri bölümünde açıklandığı üzere Bertrand modelinde maliyet farkı, ürün farklılaştırması veya kapasite kısıtı olmadığı sürece sadece iki firmanın rekabeti dahi tam rekabetçi sonuca ulaşmaya yani fiyatı marjinal maliyete eşitlemeye yeterli olmaktadır. Oyun kuramına dayalı çözümler bu yapıdaki bir oyunun sonucuna ilişkin farklı bir şey söylememektedir. Ancak oyun kuramı yaklaşımı kapasite kısıtı altında saf strateji dengesinin hangi koşullarda oluşabileceğine ilişkin kayda değer bilgiler vermektedir.

Belirli bir fiyattan firmanın malına olan talep söz konusu firmanın üretim kapasitesinin üzerindeyse fazla talebin nasıl tayinlanacağına karar verilmesi gerekmektedir. Başlıca iki tayınlama yöntemi bulunmaktadır: etkin tayınlama ve orantılı tayınlama. Etkin tayınlama (efficient rationing) yönteminde malı satın almaya en istekli tüketiciler düşük fiyatlı firmadan satın almaktadır. Böyle bir tayınlama, en yüksek fiyatları ödemeye razı olan tüketicilerin malı düşük fiyattan satın almalarını sağladığından tüketici artığını en çoklaştırmaktadır. Bu sebeple etkin tayınlama yöntemi artığı en çoklaştırmacı (surplus maximizing) tayınlama olarak da adlandırılmaktadır. Etkin tayınlama altında malın tüketiciler arasındaki dağılımı, tüketicilerin birbirleriyle maliyetsiz olarak yeniden alışveriş yapabilmeleri halinde ortaya çıkacak dağılımdır. Etkin tayınlama yöntemine göre yüksek fiyatlı firmanın artık talep eğrisi, piyasa talep



eğrisinin düşük fiyatlı firmanın kapasitesi kadar paralel olarak sola kaydırılması ile elde edilmektedir.

Orantılı tayınlama (proportional rationing) yöntemindeyse tüketicilerin malı satın alma istekleri dikkate alınmamakta her tüketici düşük fiyatlı firmadan satın alma konusunda eşit şansa sahip olmaktadır. Rastgele (randomized) tayınlama olarak da adlandırılan bu yöntemde yüksek fiyatlı firmanın artık talep eğrisi, piyasa talep eğrisinin fiyat eksenini kestiği nokta sabit kalmak kaydıyla sola doğru kaydırılmasıyla elde edilmektedir.

İki firmanın bulunduğu bir endüstride temsili firmanın (i) artık talebi (1.34) numaralı ifadeye göre belirlenir. Rakibin fiyatı temsili firmanın fiyatından yüksekse temsili firma piyasa talebiyle karşı karşıyadır. İki firmanın fiyatları eşitse temsili firmanın artık talebini kendi kapasitesinin toplam kapasitedeki payı belirlemektedir. Eğer temsili firmanın fiyatı rakibin fiyatından yüksekse artık talep tayınlama kuralına bağlı hale gelmektedir.

$$D_i(p_i; p_j) = \begin{cases} D(p_i) & \text{eğer } p_i < p_j \\ \max \left\{ \frac{k_i}{k_i + k_j} D(p), D(p) - k_j \right\} & \text{eğer } p_i = p_j = p \\ \begin{cases} E : \max \{ 0, D(p_i) - k_j \} \\ P : \max \left\{ 0, \left( \frac{D(p_j) - k_j}{D(p_j)} \right) D(p_i) \right\} \end{cases} & \text{eğer } p_i > p_j \end{cases} \quad (1.34)$$

Artık talep belirlendiğinde,  $(p_i, p_j)$  fiyatlarında temsili firma tarafından satılan miktar firmanın kapasitesi veya artık talepten hangisi daha küçük ise ona eşit olur;  $q_i = \min \{ k_i, D_i(p_i; p_j) \}$  (Vives, 2001: 125) .

Firmaların tam kapasiteye kadar sabit marjinal maliyetle çalıştıkları varsayımı altında maliyet fonksiyonu:

$$C_i q_i = \begin{cases} c q_i & \text{eğer } 0 \leq q_i \leq k_i \\ \infty & \text{eğer } q_i > k_i \end{cases} \quad i=1,2 \quad (1.35)$$

Marjinal maliyetin üzerindeki ( $p \geq c$ ) fiyatlar için iki tayınlama kuralı altında da firmalar tam kapasite üretim yapmayı tercih edecektir. Marjinal maliyete eşit fiyatta oluşan talep kapasiteden küçükse [ $D(c) \leq k_i, i=1,2$ ] Bertrand paradoksu ortaya çıkacaktır. Firmalardan biri veya her ikisi için marjinal maliyete eşit fiyatta oluşan talep kapasiteden büyükse [ $D(c) > k_i$ ] dengenin tanımlanabilmesi her iki firmanın tam kapasite üretim miktarını satması halinde oluşacak fiyatın [ $p_1=p_2=P(k_1+k_2)$ ] denge olup olmadığına bağlıdır. Eğer 2'inci firma  $p_2=P(k_1+k_2)$  fiyatını uygularken, firma 1 için  $P(k_1+k_2)$  fiyatı artık tekel fiyatı ise  $p_1=p_2=P(k_1+k_2)$  biricik dengedir. Kapasite kısıtı ve artık talebi verilen firma için en iyi fiyatı ifade eden artık tekel fiyatı tayınlama kuralına bağlıdır.

Orantılı tayınlama kuralı altında, firmaların kapasiteleri toplamı kadar satış yapmaları durumunda oluşacak fiyat tekel fiyatından büyükse [ $P(k_1+k_2) \geq p_m$ ] biricik dengedir. Nitekim orantılı tayınlama kuralını kullanan Edgeworth aksi durumunda (tekel fiyatından küçük, talebin esnek olmadığı fiyatlarda) saf strateji dengesinin var olamayacağını göstermiştir. Daha açık bir ifadeyle her iki firmanın da kapasiteleri kadar satış yapmaları durumunda oluşacak fiyatta talep esnek değilse denge oluşmamaktadır.

Etkin tayınlama kuralının geçerli olduğu durumda her bir firmanın kapasitesi, diğer firmanın tam kapasite üretim miktarına karşılık Cournot en iyi tepki miktarına eşit veya ondan küçükse [ $k_1 \leq r_1(k_2)$  ve  $k_2 \leq r_2(k_1)$ ] firmaların kapasiteleri kadar satış yapmaları durumunda oluşacak fiyat [ $p_1=p_2=P(k_1+k_2)$ ] biricik dengedir (Baye – Kovenock, 2008).

Kreps ve Scheinkman (1983) etkin tayınlama yöntemi kullanarak, türdeş ürünler satan iki firmanın ilk aşamada eşanlı olarak kapasitelerini seçtikleri, ikinci aşamada eşanlı olarak fiyat belirledikleri ardışık bir oyunda Cournot oyunuyla aynı sonuca varıldığını göstermiştir. Bu sonucu geriye doğru çıkarsama ile açıklamak mümkündür. Oyunun ikinci aşamasında her iki firmanın farklı fiyat ( $p_1 \neq p_2$ ) uyguladığı saf strateji dengesi bulunmadığı gibi toplam kapasiteyi aşan veya toplam kapasitenin altında talep doğuran eşit fiyatlar da denge olamaz. Dolayısıyla iki firmanın kapasite toplamına eşit miktarda talep doğuracak olan fiyat [ $p_1=p_2=P(k_1+k_2)$ ] tercih edilecektir. Fiyatın bu şekilde belirleneceğini farkına varan firmalar açısından oyunun ilk aşamasındaki kapasite seçim sorunu Cournot oyununa dönüşmektedir.

### 4.3. ÖRTÜK ANLAŞMA

A. Smith'in de vurguladığı üzere firmalar rekabet etmek yerine, toplum aleyhine dahi olsa, ortak çıkarları doğrultusunda işbirliği içinde hareket edebilmektedir.<sup>13</sup> Özellikle oligopol piyasalarda rekabetin mi yoksa işbirliğinin mi daha genel bir durum olduğu uzun zamandır tartışıla gelmektedir. Bu konuda ortaya atılan en karamsar savın E. H. Chamberlin'e ait olduğu söylenebilir. Karşılıklı bağımlılıklarının farkına varan firmaların karlarının azalacağını bilmelerine rağmen rekabete girmelerinin akılcı bir davranış biçimi olmadığını vurgulayan Chamberlin, akılcı firmaların tamamen bağımsız davranıyor olsalar dahi aralarında bir kartel anlaşması varmış gibi ortak karlarını en çoklaştıracakları fikrini ortaya atmıştır (Chamberlin, 1929: 85).

Ne var ki Chamberlin'in görüşü güçlü bir kuramsal altyapıya sahip değildir. Uzun süre yaygın olarak kabul edilen görüş, anlaşma koşullarına karar verilmesindeki zorluklar ve aldatma güdüsünün varlığı sebebiyle kartellerin dahi istikrarsız olduğudur. Fakat oligopol piyasalardaki rekabetin tekrarlanan oyunlar biçiminde yeniden yorumlanması, bağımsız firmalar arasında örtük bir anlaşmayı sürdürebilmenin ihtimal dahilinde olduğunu kuramsal düzeyde açıklama imkanı sağlamıştır (Gabszewicz - Thisse, 1999: xiii).

#### 4.3.1. Sonsuz Tekrarlı Oyunlar

Cournot ve Bertrand modellerinin oyun kuramı uyarlamalarında firmalar sadece bir kez karşılaşmakta, her firma rakiplerinin stratejileri veri iken kendi karını en çoklaştıracak stratejiyi seçmektedir. Eşanlı olarak seçilen stratejiler sonucunda Nash dengesine ulaşılmaktadır. Nash dengesinde elde edilen kar işbirliği ile ulaşılabilecek kardan daha az olmakla beraber bağımsız davranışla elde edilebilecek en yüksek kardır. Başka bir ifadeyle hiçbir firmanın tek taraflı olarak strateji değiştirip karını artırma imkânı yoktur.

Ancak gerçekte firmalar piyasada defalarca karşı karşıya gelmekte, bu süreçte birbirlerinin davranışlarını izlemekte ve etkilemektedir. Dolayısıyla firmalar arasındaki rekabetin tekrarlı oyun modelleri ile açıklanması gerçeğe daha uygun bir yaklaşımdır. Bu gerçekten yola çıkan J. W. Friedman (1971) sürekli etkileşim içindeki firmaların,

---

<sup>13</sup> "Aynı iş sahibi insanlar, eğlence ve vakit geçirmek için bile olsa bir araya toplandılar mı, söz, sonunda... fiyatları yükseltmenin bir yolunu bulmaya dayanır"(1997:113).

ileriye yönelik tehditler ve vaatlerde bulunmak suretiyle bir anlaşma olmaksızın karlarını Nash dengesinde elde edilenin üzerine çıkarabileceklerini ortaya koymuştur.

Friedman'ın modelini açıklamak amacıyla türdeş ürünler satan, eşit ve sabit marjinal maliyetle çalışan firmaların sonsuz tekrarlı Cournot rekabeti içinde olduklarını kabul edilsin.<sup>14</sup> Söz konusu firmalar doğrudan bir anlaşma yapmadan ortak karlarını en çoklaştırmayı amaçlıyorsa tetik strateji (trigger strategy) olarak adlandırılan bir strateji izleyebilirler. Buna göre her biri ilk dönem ortak karı en çoklaştıran çıktının payına düşen kısmını üretecek, rakiplerinin de kendi payını üretmesi halinde gelecek dönemlerde çıktı miktarını değiştirmeyecektir. Eğer rakiplerden biri herhangi bir dönemde payına düşenden daha fazla üreterek hile yaparsa diğerleri devam eden tüm dönemlerde Cournot-Nash (C-N) dengesine karşılık gelen çıktı miktarını üreterek onu cezalandıracaktır. Zira rakiplerinin C-N çıktısı üretmesi, hile yapan firmayı C-N çıktısı üretmek ve daha düşük bir kar düzeyine razı olmak zorunda bırakacaktır. Her dönem ortak karı en çoklaştıran çıktının payına düşen kısmını üretmekle elde edilecek toplam kar, bir dönem daha fazla üretilen dönemlerde C-N denge miktarını üreterek elde edilecek toplam kardan daha fazla ise tüm firmalar payını üretmeyi tercih edecektir. Bu şekilde rakipler arasında ortak karı en çoklaştıran örtük bir anlaşma sağlanacaktır.

İki kar akımı arasında bir karşılaştırma yapabilmek için ilk dönemden sonra elde edilen karların iskonto faktörü ile bugünkü değerine indirgenmesi gerekmektedir. Firmalardan herhangi birinin (i) örtük anlaşmaya sadık kalarak elde edeceği bir dönemlik kar  $\Pi_i^*$  ve iskonto faktörü  $\delta$  ile gösterildiğinde tüm dönemlerde elde edilecek toplam karın bugünkü değeri ( $V_i^*$ ) aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$V_i^* = \Pi_i^* + \delta\Pi_i^* + \delta^2\Pi_i^* + \dots + \delta^t\Pi_i^* \quad (1.36a)$$

$$V_i^* = \frac{\Pi_i^*}{1-\delta} \quad (1.36b)$$

Benzer bir biçimde firmanın örtük anlaşmadan saparak elde edeceği bir dönemlik kar  $\Pi_i^d$  ve devam eden dönemlerde Cournot denge miktarını üreterek elde

---

<sup>14</sup> Rekabetin sonsuza kadar sürmesi gerekli değildir. Rekabetin tam olarak ne zaman sona ereceğinin bilinmiyor olması yeterlidir (Feuerstein, 2005, s.167).

edeceği bir dönemlik kar  $\Pi_i^p$  ile gösterilirse anlaşmanın bozulması durumunda tüm dönemlerde elde edilecek toplam karın bugünkü değeri ( $V_i^d$ ) aşağıdaki ifadeye eşit olur:

$$V_i^d = \Pi_i^d + \delta\Pi_i^p + \delta^2\Pi_i^p + \dots + \delta^t\Pi_i^p \quad (1.37a)$$

$$V_i^d = \Pi_i^d + \frac{\delta}{1-\delta}\Pi_i^p \quad (1.37b)$$

Eğer (1.36b) numaralı ifadenin değeri (1.37b) numaralı ifadenin değerinden daha büyük ise i firması örtük anlaşmadan sapmak istemeyecektir:

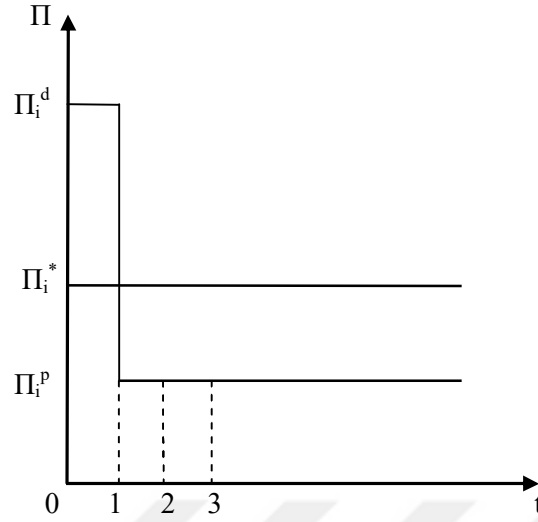
$$\frac{\Pi_i^*}{1-\delta} \geq \Pi_i^d + \frac{\delta}{1-\delta}\Pi_i^p \quad (1.38)$$

Sapmama koşulu firmaların tümü için geçerli ise örtük anlaşma sağlanmış olacaktır. (1.38) numaralı eşitsizlik yeniden düzenlenirse koşul şu hali alacaktır:

$$\delta \geq \frac{\Pi_i^d - \Pi_i^*}{\Pi_i^d - \Pi_i^p} \quad (1.39).$$

(1.39) numaralı eşitsizliğin sağ tarafındaki ifadenin payı örtük anlaşmadan saparak elde edilebilecek bir dönemlik ilave karı, paydası ise anlaşmanın bozulması halinde her dönem kaybedilecek karı vermektedir.  $\Pi_i^d > \Pi_i^* > \Pi_i^p$  olduğu için eşitsizliğin sağ tarafı her zaman birden küçük bir değere sahiptir. Bundan dolayı iskonto faktörü bire çok yakın bir değer aldığında koşul gerçekleşebilir (Feuerstein, 2005: 164-165).

Dikey ekseninde karın yatay ekseninde zamanın yer aldığı (1.8) nolu şekilde i firmasının örtük anlaşmaya uyması veya hile yapması durumlarında elde edebileceği kazancın zaman yolu görülmektedir.  $t=0$  döneminde hile yapan i firması  $\Pi_i^d$  karı elde etmekte daha sonraki tüm dönemlerde  $\Pi_i^p$  kadar kar elde edebilmektedir. Aldatma ilk dönemde yüksek kar sağlarken sonraki her dönemde rekabeti şiddetlendirerek karın düşmesine sebep olmaktadır (Viscusi – Harrington – Vernon 2005:120).



**Şekil 1.8.** Örtük Anlaşmaya Karşı Hile

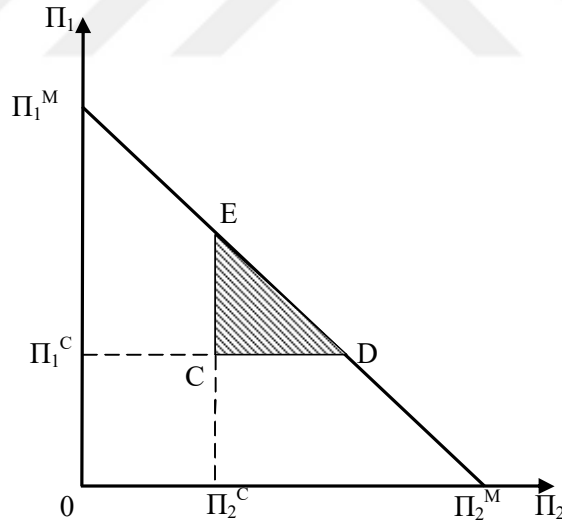
İndirgeme işleminde kullanılan iskonto faktörü piyasa faiz oranı ile yakından ilişkilidir. Piyasa faiz oranı  $r$  ile gösterildiğinde iskonto faktörü  $1/(1+r)$ 'ye eşit olacaktır. İfadeden anlaşılacağı üzere faiz oranı ne kadar yüksek olursa iskonto faktörü o kadar küçülecektir. Faiz oranı çok yüksek ise ilk dönemde hile yapılması en iyi tercih olacaktır (Phlips, 1995: 97). Başka bir ifadeyle iskonto faktörünün küçülmesi gelecek dönem elde edilecek karları değersizleştirerek örtük anlaşmanın sürdürülmesini zorlaştıracaktır.

Friedman'ın (1971) iskonto faktörünün bire yaklaştığı durumda örtük anlaşmalı çıktı düzeyinin işbirliksiz denge olarak sürdürülebileceği şeklindeki sonucu, sonsuz tekrarlı oyunların Folk Kuramları olarak bilinen sonuçlarından sadece birisidir. Daha genel olan Folk Kuramına göre her firmaya rakibi tarafından zorlanabileceği en düşük kardan daha fazla kar sağlayan çıktı bileşimlerinin, yeteri kadar yüksek bir iskonto faktörü için, sonsuz tekrarlı oyun dengesi olarak sürdürülebilmesi mümkündür (Fudenberg ve Maskin 1986). Bir firmanın rakipleri tarafından zorlanabileceği en düşük kar sıfıra eşit olduğuna göre her firmanın sıfırdan daha yüksek bir kar elde ettiği, fakat bu karların toplamının tek el karını geçmediği çıktı birleşimlerinden her biri sonsuz tekrarlı oyunun alt oyun mükemmel dengesi olarak sürdürülebilir.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Sonlu, statik ve tam bilgili  $G$  oyununda  $(c_1, \dots, c_n)$  Nash dengesi fayda vektörü,  $(x_1, \dots, x_n)$  ise diğer bir olası fayda vektörü olsun. Friedman'ın (1971) kuramına göre eğer her  $i$  oyuncusu için  $x_i > c_i$  ve iskonto

Sonsuz tekrarlanan iki firmalı fiyat veya miktar rekabetinde ortaya çıkabilecek kar bileşimleri kar olanakları sınırı (KOS) yardımıyla geometrik olarak açıklanabilir (Church - Ware, 2000: 311). KOS, eksenleri firmaların karlarını gösteren bir analitik düzlemde elde edilebilecek en yüksek kar bileşimlerinin geometrik yeridir. Sabit marjinal maliyet halinde doğrusal bir şekil alan KOS üzerindeki noktalar tek el karının iki firma arasında ne şekilde paylaşılacağı göstermektedir.

Şekil (1.9)'da  $\Pi_1^M \Pi_2^M$  doğrusu KOS'nı,  $\Pi_1^C$  ve  $\Pi_2^C$  ise sırasıyla firma 1 ve 2'nin C-N dengesinde elde ettikleri karları temsil etmektedir. CED üçgeninin alanı firmaların tetik strateji izlemesi halinde elde edilebilecek kar bileşimlerini vermektedir. İskonto faktörü ortak karı en çoklaştırmaya yetecek kadar yüksekse KOS üzerindeki DE aralığında yer alan herhangi bir noktada örtük anlaşmaya varılabilir. Daha düşük iskonto faktörleri için bu kardan daha düşük ancak C-N denge karından daha yüksek bir kar düzeyi üzerinde örtük anlaşmaya varılabilmesi mümkündür. Bununla birlikte hile yapanların daha ağır bir ceza ile tehdit edilmesi koşuluyla, daha düşük iskonto faktörleri için ortak karın en çoklaştırılması söz konusu olabilir.



**Şekil 1.9.** Kar Olanakları Sınırı ve Olası Kar Bileşimleri

faktörü ( $\delta$ ) bire yeteri kadar yakın ise  $G(\infty, \delta)$  sonsuz tekrarlı oyununun, ortalama olarak  $(x_1, \dots, x_n)$  fayda vektörünü sağlayan bir alt oyun mükemmel Nash dengesi vardır. Fudenberg ve Maskin (1986) iki kişilik oyun için Friedman'ın kuramında Nash dengesinin yerine rezervasyon faydasının -oyuncunun zorlanabileceği en düşük fayda- geçebileceğini göstermiştir. Daha açık ifade edilirse iskonto faktörü ( $\delta$ ) bire yeteri kadar yakinken sonsuz tekrarlı bir oyunda, her oyuncuya rezervasyon faydasından büyük ( $r_i < x_i$ ) fayda sağlayan alt oyun mükemmel Nash dengesi vardır (Gibbons, 1992: 99).

Cezanın ağırlaştırılması, hile yapan firmanın C-N dengesinde elde edebileceğinden daha düşük bir kar düzeyine razı olmak zorunda bırakılması anlamına gelmektedir. Ancak böyle bir cezalandırma, uygulayacak firmaları da C-N dengesinde elde edilebilenden daha düşük bir kar düzeyine çekecektir. Bu sebeple cezayı sonsuza kadar sürdürme tehdidi inanılır olmayacaktır. D. Abreu (1986) daha düşük iskonto faktörleri için ortak karı en çoklaştıran örtük anlaşmanın sürdürülebilmesini sağlayan, daha ağır ama inanılır olan iki aşamalı cezalandırma stratejisi önermektedir. Daha ağır bir cezalandırmanın inanılabilirliği, cezalandırma safhasında sapan firmaların da cezalandırılmasıyla sağlanmaktadır. “Sopa ve havuç” olarak adlandırılan stratejinin ilk aşaması hile yapan firmanın bir dönem için C-N dengesinden daha düşük kar (sopa) elde etmesini sağlamaktır. Bunun için hile yapan dâhil tüm firmaların cezalandırma çıktısı üretmesi gerekmektedir. Tüm firmalar cezalandırmaya katılmışsa ikinci aşamada örtük anlaşma (havuç) yeniden tesis edilmektedir. Eğer herhangi bir firma cezalandırma döneminde hile yaparsa cezalandırma bir dönem daha sürdürülmektedir. Cezalandırmaya katılmayan firmaların da cezalandırılmakla tehdit edilmesi, hile yapan firmayı cezalandırmanın teşvik edici unsurudur. Firmaların cezalandırılmamak için cezalandırmaya katılmayı tercih etmeleri daha sert cezaları inanılır kılmaktadır.

En yüksek karı sağlayan her firma başına örtük anlaşmalı çıktı  $q^*$ , hile yapan firmanın karını en aza indirecek olan firma başına cezalandırma çıktısı  $q^p$  ile temsil edilirse uygulanacak stratejinin aşamaları şu şekilde olacaktır:

- \* t-1 döneminde her firma  $q^*$  ürettiyse t döneminde  $q^*$  üret
- \* t-1 döneminde  $q^*$  üretmeyen bir firma varsa t döneminde  $q^p$  üret
- \* t-1 döneminde her firma  $q^p$  ürettiyse t döneminde  $q^*$  üret
- \* t-1 döneminde  $q^p$  üretmeyen bir firma varsa t döneminde  $q^p$  üret

Eğer  $q^*$  çıktısı endüstri karını en çoklaştıran çıktı ise sopa ve havuç stratejisi izlenmesi durumunda örtük anlaşmadan sapılmamasının koşulu

$$\Pi^d(q^*) - \Pi(q^*) \leq \delta[\Pi(q^*) - \Pi(q^p)] \quad (1.40)$$

(1.40) numaralı koşula göre örtük anlaşmadan sapmanın kazancı bir dönemlik cezalandırmanın maliyetinden eş deyişle cezalandırmanın sebep olduğu kar kaybının



bugünkü değerinden büyük olmamalıdır. Cezalandırmanın inanılır olma koşulu ise (1.41) numaralı eşitlikle

$$\Pi^d(q^p) - \Pi(q^p) = \delta[\Pi(q^*) - \Pi(q^p)] \quad (1.41)$$

(1.41) numaralı eşitliğin sol tarafı cezalandırmaya katılmamakla elde edilecek kazancı vermektedir. Dolayısıyla inanılabilirlik koşuluna göre cezalandırmaya katılmamanın kazancı, örtük anlaşmalı çıktıya dönmeyi bir dönem daha geciktirmenin yol açığı kar kaybının bugünkü değerinden büyük olmamalıdır (Church - Ware, 2000: 334-336; Shapiro, 1989: 368-369).

Firmalar fiyat üzerinden rekabet ediyorsa örtük anlaşmayı sürdürmek üzere kullanılacak strateji hile yapılması durumunda sonsuza kadar Bertrand-Nash (B-N) dengesine dönme tehdididir. Türdeş ürünler satan eşit ve sabit marjinal maliyetli firmalar için B-N dengesi fiyatın marjinal maliyete eşitlenmesi ve karın sıfıra inmesi anlamına gelmektedir. Bu bakımdan B-N dengesi C-N dengesine göre daha ağır bir cezalandırmadır (Shapiro, 1989: 370). İskonto faktörü bire yeteri kadar yakınsa tek el fiyatını da kapsamak üzere marjinal maliyetten yüksek herhangi bir fiyatta örtük anlaşmaya varılabildiği mümkündür. Şekil (1.9)'da  $\Pi_1^M \Pi_2^M$  doğrusu ve doğru altındaki üçgenin alanı sonsuz tekrarlı fiyat rekabeti halinde firmaların elde edebilecekleri kar bileşimlerini göstermektedir;  $\Pi_1 > 0$ ,  $\Pi_2 > 0$  ve  $\Pi_1 + \Pi_2 \leq \Pi^M$ .

Fiyat rekabetinde hile yapan firmanın elde edebileceği ilave kar, miktar rekabetine göre daha yüksektir. Çünkü fiyatını rakiplerinin hemen altına indiren firma piyasanın tamamını ele geçirebilmektedir. Başka bir ifadeyle, fiyat rekabeti halinde hile yapmanın cezası daha büyük olmakla beraber hile yapma güdüsü daha güçlüdür.

Sonsuz tekrarlı oyun modeli oligopolcüler arasında örtük bir anlaşmanın ortaya çıkabileceğini ispatlamakla birlikte bazı konularda yetersiz kalmaktadır. İlk olarak model durağan bir yapıya sahip olup piyasaya girişi ihmal etmektedir. İkincisi, model ortak karı en çoklaştıran miktar veya fiyatın nasıl seçileceği konusunda yardımcı olmamaktadır. Çünkü iskonto faktörü bire çok yakın olduğunda Nash dengesinden daha fazla kar sağlayan herhangi bir miktar veya fiyat üzerinde örtük olarak anlaşılması mümkündür. Türdeş ürünler satan eşit ve sabit marjinal maliyetli firmalar için ortak karı

en çoklaştıran miktar veya fiyatın odak noktası<sup>16</sup> (focal point) olarak belirlenmesi kolay olmasına karşın farklı koşullarda odak noktasını tespit etmek zordur. Son olarak, tekrarlı oyunun belirli bir dönemde biteceğinin bilinmesi durumunda örtük anlaşmanın sürdürülmesi olanaksız hale gelebilmektedir (Fudenberg - Tirole, 1989: 285).

### 4.3.2. Sonlu Tekrarlı Oyunlar

Tek bir Nash dengesine sahip olan aşama oyunlarının sonlu sayıda tekrarlanması oyunun dengesini değiştirmeyecektir. Ne zaman sonlanacağı bilindiğinde oyunun tekrarlanma sayısının önemi yoktur. Aşama oyununun Nash dengesi, bilinen bir sonu olan tekrarlı oyunun alt oyun mükemmel Nash dengesidir. Zincir mağaza paradoksu (Selten 1978) olarak bilinen bu sonuç son dönemde örtük işbirliğini bozma güdüsüne dayanmaktadır.

Örneğin T döneminde sonlanacağını bilinen bir örtük anlaşmaya dâhil olan firmalardan her biri T-1 döneminde hile yapmayı tercih edecektir. Çünkü bir sonraki dönem olmadığından cezalandırılmaları söz konusu değildir. T-1 döneminde hile yapılacaksa bir önceki dönemde (T-2) hile yapmak her biri açısından daha cazip olacaktır. Bu geriye doğru çıkarım ilk döneme kadar uzatılabilir. Sonuç olarak örtük anlaşma baştan olanaksızdır. Ancak belirtilmelidir ki sonlu tekrarlı oyunlarda birden fazla Nash dengesi varsa ya da oyunculardan herhangi birinin akılcı davranmama ihtimali söz konusuysa yeteri kadar uzun dönemde örtük işbirliğinin gerçekleşmesi mümkündür (Tirole, 1988: 269-270).

### 4.3.3. Örtük Anlaşma Üzerinde Etkisi Olan Etkenler

#### 4.3.3.1. Firma Sayısı

Örtük anlaşmanın başarısı başta piyasadaki firma sayısına bağlıdır. Piyasada faaliyet gösteren firma sayısı ne kadar çoksa aralarındaki karşılıklı bağımlılık o kadar zayıflayacak, karşılıklı bağımlılığın zayıflaması ortak çıkarların algılanmasını engelleyecektir (Stroux, 2002: 17). Bu sebeple ortak karı arttırmak amacıyla örtük olarak anlaşmak güçleşecektir.

---

<sup>16</sup> Çoklu dengeli oyunlarda oyuncuların dikkatini belirli bir dengeye çeken herhangi bir şey her oyuncunun aynı sonucu beklemesine ve böylece beklenen sonucun gerçekleşmesine sebep olabilir. Thomas Schelling bu olguyu odak noktası etkisi olarak adlandırmıştır. Odak denge kendisini diğer dengelerden açıkça ayıran özelliklere sahip bir dengenin. Eğer bir oyunda odak denge varsa bu dengenin gerçekleşmesi beklenebilir (Myerson 1997:108).

Firma sayısının fazla olması anlaşmaya varmanın ötesinde başka sorunlarda doğuracaktır. Firma sayısındaki artışla birlikte her bir firmanın piyasa payı ve ortak kardan alacağı pay ( $\Pi_i^*$ ) küçülecek, bu ise firmaların örtük anlaşmadan beklediği uzun dönemli getirinin değerini düşürecektir. Dolayısıyla hile yapma güdüsü piyasadaki firma sayısı arttıkça güçlenecektir (Ivaldi vd., 2003: 12). Firma sayısının çok olması bir yandan da bedavacılık sorununu gündeme getirecektir. Bir başka ifadeyle, diğerleri örtük bir anlaşma içindeyken kimi firma durumdan yararlanmak amacıyla dışarıda kalmayı tercih edecektir (Feuerstein, 2005: 169).

#### **4.3.3.2. Giriş Engelleri**

Piyasaya giriş engellerinin zayıf olması örtük anlaşmayı sürdürmeyi zorlaştıracaktır. Çünkü piyasadaki firmaların karlarının yüksek olması yeni firmaları piyasaya girmeye teşvik ederek örtük anlaşmanın bozulmasına sebep olabilir. Her şeyden önce yeni firma anlaşmaya katılmak istemeyebilir. Bu durumda mevcut firmalar piyasa paylarını kaybetmemek için fiyatlarını düşürmek zorunda kalacaktır. Yeni firma örtük anlaşmaya katılsa bile firma sayısı yükselmiş olduğundan anlaşmanın sürdürülmesi güçleşecektir. Bunun yanı sıra, yeni firmanın örtük anlaşmalı kardan payını alması daha fazla firmayı aynı stratejiyi izlemeye teşvik edecek ve bir süre sonra anlaşma sürdürülemez duruma gelecektir (Motta, 2004: 143).

#### **4.3.3.3. Piyasa Payı, Maliyet Yapısı ve Kapasite Farklılıkları**

Rakip firmalara ait piyasa paylarındaki farklılıklar örtük anlaşmayı zorlaştırır. Piyasa payı küçük olan firmaların çıktılarını artırabilecek kapasiteleri varsa hile yapma güdülerini güçlü olacaktır. Çünkü bu firmaların hile yapmakla elde edebileceği kar büyük, cezalandırma döneminde uğrayacağı kayıplar küçüktür (Kaplow - Shapiro, 2007: 36).

Firmaların maliyet yapılarının farklı olması örtük anlaşmayı zorlaştıran etkenlerden bir diğeridir. İlk olarak, farklı maliyet yapısı ortak karı en çoklaştırmak amacıyla belirlenecek fiyat üzerinde anlaşmazlıklara sebep olacaktır. Düşük marjinal maliyetli firmalar diğerlerinden daha düşük bir fiyat belirlemek isteyecektir. Firmalar arasındaki maliyet farklarının artması bir aşamadan sonra fiyat için odak noktası belirleyebilmeyi imkânsız hale getirebilir (Ivaldi vd., 2003: 36). İkincisi, fiyat konusunda uzlaşmaya varılsa dahi üretimin firmalar arasında nasıl paylaşılacağı sorun olmaya devam edecektir. Düşük maliyetli firmalar hile yapmaya eğilimlidirler çünkü

rakiplerinin onları cezalandırma kabiliyeti sınırlıdır. Düşük maliyetli firmalara yüksek piyasa payı verilmesi bu sorunla baş etmenin bir yolu olarak görülebilir. Ancak yüksek maliyetli firmalar da düşük piyasa payına razı olmayıp örtük anlaşmadan sapabilirler (Kaplow - Shapiro, 2007: 37). Zira üretimin ortak karı en çoklaştıracak şekilde yeniden paylaşımı yüksek maliyetli firmaları anlaşmasız duruma göre daha düşük bir kar düzeyine çekebilir.

Etkin bir örtük anlaşma piyasadaki firmaların üretimlerini kısırak atıl kapasite ile çalışmalarına sebep olacaktır. Herhangi bir firmanın atıl kapasitesinin bulunması aldatmayı teşvik etmesine karşın aldatmanın cezalandırılabilmesi için gereklidir (Kaplow - Shapiro, 2007: 40). Diğer yandan piyasada atıl kapasite ile çalışan firmaların bulunması, giriş engeli vazifesi görmek suretiyle örtük anlaşmayı kolaylaştıracaktır (Stroux, 2002: 20). Firmaların üretim kapasiteleri de örtük anlaşma üzerinde etkilidir. Bir firmanın kapasitesi rakiplerinden ne kadar büyük ise aldatma güdüsü o kadar güçlü, rakiplerinin onu cezalandırabilme kabiliyeti o kadar sınırlı olacaktır. Bu sebeple kapasite farkı tıpkı piyasa payı ve maliyet farkları gibi örtük anlaşmayı güçleştirir (Ivaldi vd., 2003: 41).

#### **4.3.3.4. Ürün Farklılaştırması**

Rekabet otoritelerinin geleneksel görüşü ürünlerin türdeş olduğu piyasalarda örtük olarak anlaşmanın daha kolay olduğudur (Motta, 2004: 146). Çünkü ürün farklılaştırması halinde ortak bir fiyat üzerinde uzlaşmak nispeten güçleşecektir. Ne var ki ürün farklılaştırmasının örtük anlaşmalar üzerindeki etkisi kuramsal tartışmada yeteri kadar açık değildir. Ürün farklılaştırmanın iki boyutu bulunmaktadır ve bunların örtük anlaşma üzerindeki etkileri değişmektedir. Ürün farklılaştırmasının ilk boyutu dikey farklılaştırma olarak adlandırılan kalite farklarıdır. Tıpkı düşük maliyetli firma gibi ürünü rakiplerinden daha kaliteli olan firmanın aldatmadan elde edeceği kazanç daha fazla, rakipleri tarafından cezalandırılması durumunda uğrayacağı kayıp daha düşüktür. Bu sebeple kaliteli ürün satmakta olan firmanın aldatma güdüsü daha güçlüdür. Ürün farklılaştırmasının diğer boyutu firmaların farklı müşteri kitleleri üzerinde piyasa gücü elde etmeyi hedefledikleri yatay farklılaşmadır. Yatay farklılaştırmanın örtük anlaşma üzerinde iki karşıt etkisi vardır. İlk olarak fiyat indirimiyle rakiplerin müşterilerini çekmek zorlaşacağı için aldatmanın getirisi düşecek ve aldatma güdüsü zayıflayacaktır.

İkincisi, yatay farklılaştırma yine aynı sebeple cezalandırmanın şiddetini zayıflatacak, ancak bu defa aldatma güdüsünü güçlendirecektir (Ivaldi vd., 2003: 46-47).

#### **4.3.3.5. Yenilik**

Yenilikçi piyasalarda örtük anlaşmayı sürdürmek daha zordur. Ürün yeniliği, ister piyasada yer alan firmalardan biri, isterse yeni bir firma tarafından yapılsın hali hazırdaki piyasa paylarını etkileyecektir. Süreç yeniliği yapılması halinde ise maliyet farklılıkları ortaya çıkacaktır. Her iki durumda da rakip firmaların piyasadaki gelecekleri tehlikeye girmiş olacaktır. Sonuçta önemli bir yeniliğin ortaya çıkma olasılığı gelecekte elde edilmesi umulan karların değerinin düşeceği anlamına gelmektedir ki bu örtük anlaşmayı sürdürmeyi zorlaştıracaktır (Kaplow - Shapiro, 2007: 43).

#### **4.3.3.6. Etkileşimin Sıklığı ve Düzenliliği**

Yukarıda değinildiği üzere örtük anlaşmanın ortaya çıkması firmaların sürekli etkileşim içinde olmalarına bağlıdır. Sürekli etkileşim hile yapmayı cezalandırmaya imkân verir. Etkileşim ne kadar sık ise cezalandırma o kadar hızlı olacaktır. Bu sebeple ilgili ürünün sipariş sıklığı yüksek olursa örtük anlaşmayı sürdürmek kolaylaşacaktır. Eğer siparişler geniş zaman aralıkları ile geliyorsa cezalandırma gecikeceği için hile yapma güdüsü güçlenecektir. Ayrıca siparişler miktar ve zamanlama olarak düzenli olduğunda örtük anlaşmayı sürdürmek kolaylaşacaktır. Beklenmeyen yüksek miktarda siparişler ise yüksek kar elde etme fırsatı sunarak aldatmayı cazip hale getirecektir (Motta, 2004: 145).

#### **4.3.3.7. Talep Büyümesi ve Talep Dalgalanması**

Bir piyasada talep sürekli olarak büyüyorsa gelecek dönemlerde elde edilecek karın bugünkü kardan daha yüksek olması beklenir. Bu durumda örtük anlaşmayı sürdürmek kolaylaşacaktır. Aksine sürekli daralan bir piyasada gelecek dönemlerde elde edilecek kar bugünkü kardan düşüktür ve örtük anlaşmayı sürdürmek neredeyse imkânsızdır. Ancak büyüyen piyasa için yapılan değerlendirme piyasaya girişin engellenmiş olması koşulu ile geçerlidir. Giriş engelleri zayıfsa yeni firmaların piyasaya girmesi kaçınılmaz olacaktır. Yeni girişler, yukarıda değinildiği üzere gelecek dönemlerde elde edilmesi umulan karları küçülterek örtük anlaşmayı zorlaştırır (Ivaldi vd., 2003: 27-28).

Piyasanın uzun dönemli eğiliminin yanı sıra kısa dönemli talep dalgalanmalarının da örtük anlaşma üzerinde etkisi bulunmaktadır. Rotemberg ve Saloner (1986) gelecekteki talep düzeyinin şimdiki talepten bağımsız olduğu varsayımı altında olumlu bir talep şokunun hile yapma güdüsünü güçlendirdiğini ortaya koymuştur. Zira gelecekteki talep düzeyi şimdiki talepten bağımsız olduğu için beklenen ceza değişmezken, şimdiki talebin yüksek olması hile yapmanın kazancını artırmaktadır. Haltiwanger ve Harrington (1991) ise talepte rastsal bir şok yerine konjonktürel dalgalanmaların örtük anlaşma üzerindeki etkisini incelemiştir. Yazarlar, daralmaya başlayan talebin gelecek dönemde uygulanacak olan cezayı küçültecek olması sebebiyle durgunluğun başlangıç aşamasında örtük anlaşmanın bozulma olasılığının yükseldiği sonucuna ulaşmıştır. Söz konusu bulgulardan ötürü talep dalgalanmaların örtük anlaşmayı güçleştirdiğini söylemek mümkündür.

#### **4.3.3.8. Birden Fazla Piyasada Temas**

Firmalar aynı anda birkaç piyasada etkileşim içinde olduklarında birden fazla piyasada temas durumu söz konusudur.<sup>17</sup> Birden fazla piyasada temas halinde piyasalardan birinde hile yapan firmanın tüm piyasalarda cezalandırılarak cezasının ağırlaştırılabilmesi mümkün olsa bile, firmayı tüm piyasalarda hile yapmaktan alıkoyan bir sebep yoktur. Bu bakımdan birden fazla piyasada temasın örtük anlaşma üzerinde etkisi olmadığı düşünülebilir.<sup>18</sup> Bununla beraber, birden fazla piyasada temas başka yollarla örtük anlaşmayı kolaylaştırabilmektedir. İlk olarak, firmalar arasındaki farklılıkların dengelenmesine yardımcı olmaktadır. Örneğin iki ayrı piyasada etkileşim içinde olan iki firmadan birinin ilk piyasadaki payı daha büyük iken rakibin ikinci piyasadaki payı daha büyük olabilir. İkincisi, firmalar arasındaki etkileşim sıklığını artırarak daha hızlı cezalandırma imkânı sunmaktadır (Kaplou - Shapiro, 2007: 39).

#### **4.3.3.9. Alıcı Gücü**

Eğer firmaların satış yaptığı alıcılar büyük ölçekli ise pazarlık güçleri yüksek olacak satış fiyatının yükseltilmesi zorlaşacaktır. Bu durumda örtük anlaşmanın getirisi düşecek ve sürdürülebilirliği güçleşecektir. Öte yandan büyük alıcılar, sipariş ölçeğini

<sup>17</sup> Birden fazla piyasada temas durumu farklı ürünlerin piyasalarında olabileceği gibi coğrafi olarak farklı piyasalarda da olabilir.

<sup>18</sup> Nitekim Bernheim ve Whinston (1990) firmalar ve piyasa tamamen benzer özelliklere sahip olduğunda birden fazla piyasada temasın örtük anlaşma üzerinde etkisinin olmadığını göstermiştir.

büyütüp sıklığını azaltmak suretiyle örtük anlaşmanın bozulmasına sebep olabilecektir (Snyder, 1996).

#### **4.3.3.10. Piyasanın Şeffaflığı**

Firmaların örtük olarak anlaşabilmesi ve anlaşmayı sürdürebilmesi piyasanın şeffaf olmasını gerektirmektedir. Firmalar piyasa talebinin yanı sıra birbirlerinin maliyet yapıları, fiyatları ve satış miktarları hakkında bilgi sahibi olduklarında ortak karı en çoklaştırmak ve hile yapan firmaları hızla tespit edip cezalandırmak kolaylaşacaktır. Eksik bilgi örtük anlaşmayı tamamen engellemese dahi ortak karın en çoklaştırılmasının önüne geçebilir. Örneğin Porter (1983) ve Green ve Porter (1984) miktar üzerinden rekabet eden firmaların birbirlerinin çıktıkları hakkında bilgi sahibi olmadığı ve yalnızca piyasa fiyatını gözlemleyebildiği bir ortamda anlaşmalı çıktının ortak karı en çoklaştıran çıktıdan daha fazla olduğunu ortaya koymuştur.

#### **4.4. KOLAYLAŞTIRICI UYGULAMALAR**

Örtük anlaşma yazılı olmamanın da ötesinde üzerinde görüşme dahi yapılmaksızın geliştirilen bir işbirliğidir. Yukarıda da değinildiği üzere örtük olarak işbirliği geliştirmek her firmanın piyasa ve rakipleri hakkında bilgiye sahip olmasını gerektirmektedir. Açıktır ki firmaların bilgiye olan ihtiyacı rakip sayısı, ürün farklılaştırması, gelecekteki talep ve maliyet koşullarındaki belirsizlikler gibi etkenlerle birlikte artacaktır. Bilgi eksikliğinden kaynaklanan zorlukları aşmayı amaçlayan firmalar kolaylaştırıcı uygulamalar adı verilen bir takım yöntemlere başvurmaktadır. Söz konusu yöntemler, örtük anlaşmanın koşullarını belirleme, hile yapanları tespit etme ve cezalandırma aşamalarında firmalara yardımcı olmaktadır (Rees, 2000: 29). Bu bağlamda kolaylaştırıcı uygulamalar, rakip firmalara piyasadaki belirsizlikleri azaltmak ve davranışları daha uyumlu hale getirmekte kolaylık sağlayan yöntemler olarak tanımlanabilir (OECD, 2008a: 9). Kolaylaştırıcı uygulamalar bilgi değişimi, en iyi fiyat politikası, dikey kısıtlamalar ve teslim fiyatlandırmasını kapsamaktadır.

##### **4.4.1. Bilgi Değişimi**

Pek çok piyasada fiyatlar, maliyetler ve işlemler doğrudan gözlemlenebilir olmadığından ortak karı en çoklaştıracak ve tüm firmalara daha yüksek kar sağlayacak

fiyat ya da üretim miktarının iletişime geçilmeden tespit edilebilmesi, başka bir ifadeyle örtük olarak anlaşmaya varılması çok güçtür. Fiyatların ve üretimin gözlemlenememesi hile yapanların tespit edilmesini de zorlaştırmaktadır. Piyasayı daha şeffaf hale getirmeyi amaçlayan firmalar dolaylı bir iletişim aracı olarak bilgi değişimi yöntemini kullanmaktadırlar. Bilgi değişimi, rakip firmaların rekabete ilişkin kararlarını etkileyebilecek ticari bilgilerini birbirleriyle paylaşması şeklinde tanımlanmaktadır (RK, 2010a: 24).

Bilgi değişimi doğrudan rakip firmalar arasında olabildiği gibi üçüncü kişiler veya kuruluşlar aracılığıyla yapılabilmektedir. Doğrudan rakipler arasındaki bilgi değişimi özel toplantılar, düzenli sektör toplantıları veya karşılıklı beyanlar üzerinden yürütülmektedir. Üçüncü taraflar aracılığıyla gerçekleşen bilgi değişimi ise ticaret birliklerince veya bilgi derleme konusunda uzman kişi ya da kuruluşlar aracılığıyla yapılmaktadır (Cengiz, 2005: 192). Değişimi gerçekleşen bilgiler, geleceğe yönelik planlar veya geçmiş dönemlere ait veriler şeklinde zamansal olarak sınıflandırılabilirdiği gibi firmaların bireysel verileri veya endüstrinin toplulaştırılmış verileri şeklinde içeriksel olarak sınıflandırılabilir.

Firmaların gelecek dönemlere ait üretim planlarını veya fiyatlarını duyurmaları, olası üretim miktarları veya fiyatlar arasından her birine en yüksek karı sağlayacak olan fiyat veya miktar üzerinde anlaşmaya varılmasını kolaylaştırabilmektedir. Ayrıca geleceğe yönelik duyurular mevcut bir anlaşmanın değişen piyasa koşullarına göre yeniden uyarlanmasını sağlamaktadır. Geçmiş ve güncel dönemlere ait miktar, fiyat veya kapasite kullanım bilgilerinin paylaşılması ise firmaların hile yapıp yapmadığını ortaya çıkarmaya yardım etmektedir (Feuerstein, 2005: 179). Bu bağlamda bilgi değişimine aracılık eden tarafsız ve güvenilir bir üçüncü taraf olarak ticaret birlikleri önemini vurgulamak gerekir. Birlikler, üye firmaların bir araya gelmesini sağlamak ve üyelerle ilgili her türlü bilgiyi derleyip duyurmak suretiyle örtük anlaşmaların sürdürülebilmesini büyük ölçüde kolaylaştırmaktadırlar (Rees, 2000: 29).

Ancak bilgi değişiminin iktisadi etkinliği artırma olasılığını da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Bilindiği üzere alıcıların ve satıcıların piyasa hakkında tam bilgiye sahip olması tam rekabet modelin varsayımları arasında yer almaktadır. Dolayısıyla bilgi paylaşımı her zaman ve her koşulda istenmeyen bir davranış biçimi



değildir (Hay, 1982: 439). Örneğin kamuya yapılan fiyat duyuruları müşterilerin işlem maliyetlerini azaltmaktadır. Ticaret birliklerinin faaliyetleri kamunun endüstri hakkında bilgi edinmesini sağlamaktadır. Piyasa talebinin gelişimi hakkında belirsizlikler söz konusu olduğunda bilgi değişimi üretimin daha iyi planlanmasına ve kaynak israfının engellenmesine yardım edebilmektedir. Endüstrideki firmaların üretim ve maliyetlerine ilişkin veriler, etkinliğini değerlendirmek ve artırmak isteyen firmalara yararlı olabilmektedir. Firmalar ve müşteriler arasında bakışsız bilginin söz konusu olduğu sigorta ve finans piyasalarında bilgi değişimi piyasanın başarımı artırabilmektedir (Kühn, 2001: 189-192). Bilgi değişimi tek başına rekabeti kısıtlayıcı bir uzlaşımın varlığını ispatlayamayacağı için tümüyle yasaklanması etkinlik kaybına sebep olabilir. Bundan dolayı, bilgilerin içeriği firma düzeyinde olmamak koşuluyla etkinliği artırdığı durumlarda değişimi serbest bırakılabilir (Buccirosi, 2008: 328). Nitekim Kühn (2001) yalnızca geleceğe yönelik planların ve geçmiş dönem bireysel fiyat ve miktar verilerinin paylaşılmasının rekabet hukuku kapsamında rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma olarak kabul edilebileceğini ancak bireysel maliyet verilerinin ya da toplulaştırılmış bilgilerin paylaşılmasının başlı başına yasaklanmasının düşünülmeceğini belirtmiştir.

#### **4.4.2. En İyi Fiyat Politikaları**

En iyi fiyat politikası bir firmanın müşterisine, rakipler tarafından sunulan veya kendisi tarafından başka bir müşteriye sunulan daha düşük fiyatı vaat etmesidir (Buccirosi, 2008: 335). Bu vaatler sırasıyla rekabeti karşılama ve en çok kayrılan müşteri şartları olarak adlandırılmaktadır.

Rekabeti karşılama şartı, müşterinin rakiplerden daha düşük bir fiyat teklifi alması halinde aynı fiyatın uygulanacağını veya sözleşmeden vazgeçebileceğinin güvence altına alınması anlamına gelmektedir. Şart, müşteriler aracılığı ile rakipler hakkında bilgi edinmeye yardım etmektedir. Müşteri daha düşük bir fiyat teklifini aldığımda satıcıya bildireceği için hile yapan rakibin zaman kaybetmeden tespit edilmesi mümkün olmaktadır. Sözleşmeden vazgeçme değil de yalnızca düşük fiyat güvence altına alınırsa rakiplerin fiyat indirimini yapma güdüsü kırılacaktır. Çünkü güvencyi veren firmadan daha düşük bir fiyatla müşteri çekmek olanaksız hale gelmektedir (Phlips, 1995: 90; Motta, 2004: 157).

En çok kayırılan müşteri şartı, bir müşteriye uygulanan daha düşük fiyatın diğer müşterilere uygulanacağına dair güvence verilmesidir. Şart, eş zamanlı veya geriye dönük olabilir. Eş zamanlı şart, müşteriler arasında fiyat farklılaştırması yapılmamasını güvence altına almaktadır. Geriye dönük şart ise gelecekte belirli bir döneme kadar başka bir müşteriye yapılacak fiyat indiriminin mevcut müşteriye uygulanmasıdır. Bu bakımdan daha güçlü bir güvence içermektedir. Şartın her iki biçimi de fiyat indiriminin diğer bir değişle hile yapmanın maliyetini önemli ölçüde yükseltmektedir. Çünkü fiyat indirimi ile yeni müşteriler kazanmak isteyen firma, tüm müşterilerine uyguladığı fiyatı düşürmek zorunda kalmaktadır. Fakat aynı sebepten ötürü hile yapan bir firmayı cezalandırmanın maliyeti de yükseldiğinden, örtük bir anlaşma üzerinde kolaylaştırıcı etkisi olup olmadığı belirsizdir (Motta, 2004: 157; Buccirosi, 2008: 339-340).

En iyi fiyat politikasının alıcının lehine olan yönleri de bulunmaktadır. Uzun vadeli sözleşmelerde bu koşulların bulunması alıcıları riskten koruyacaktır. Ayrıca alıcının daha iyi tekliflerden yararlanabilmesi mümkün olduğundan fiyatlar hakkında bilgi edinme amacıyla uzun süreli araştırmalar yapma gereği ortadan kalkacaktır (Motta, 2004: 157).

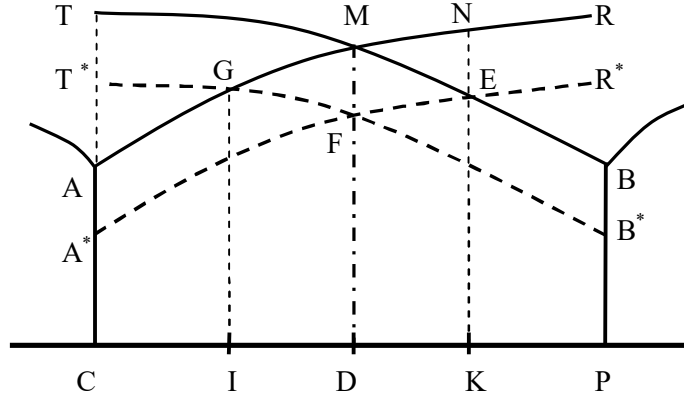
#### **4.4.3. Dikey Kısıtlamalar**

Dikey kısıtlamalar, piyasanın farklı düzeylerindeki firmalar arasında mal veya hizmetlerin alım, satım veya yeniden satım koşullarını belirlemek amacıyla yapılan sözleşmelere dayanan kısıtlamalardır (RK, 2010a: 34). Örtük anlaşmaları kolaylaştıran dikey kısıtlamaların başında yeniden satış fiyatının belirlenmesi gelmektedir. Söz konusu dikey kısıtlamada nihai alıcıya uygulanacak fiyat perakendeci değil üretici tarafından belirlenmektedir. Toptan satış fiyatlarının kolay gözlemlenemediği koşullarda üreticilerin perakende piyasadaki fiyat dalgalanmalarının hile sonucunda olup olmadığını belirleyemeyecek olması sebebiyle örtük anlaşmayı sürdürmesi güçleşecektir. Bu gibi durumlarda yeniden satış fiyatının üretici tarafından belirlenmesi hileyi saptamayı kolaylaştırmaktadır (Mathewson - Winter, 1998: 65; Jullien - Rey, 2007). Kolaylaştırıcı etki fiyat dışı dikey kısıtlamalar için de geçerli olabilir. Nitekim Rey ve Stiglitz (1995) eksik rekabetçi üretici piyasalarında dağıtıcılar üzerine konulan münhasır bölge kısıtlamasının, üreticiler arasındaki rekabeti azaltan bir araç işlevi görebileceğini belirtmektedir.

#### 4.4.4. Teslim Fiyatlandırması

Rakip firmaların coğrafi olarak farklı bölgelere yerleştikleri ve taşıma masraflarının ürünün değeri içinde önemli bir yere sahip olduğu piyasalarda, taşıma masrafları belirsizliğe sebep olduğu için fiyatların karşılaştırılması ve hilenin tespit edilebilmesi mümkün olmamaktadır. Bu durumda firmalar ürünün teslim fiyatını belirlemek yoluyla taşıma masraflarının yarattığı belirsizliği ortadan kaldıracaklardır. Teslim fiyatlandırması, eşit teslim fiyatı ve üs noktası fiyatlandırması olarak iki şekilde uygulanabilir. Eşit teslim fiyatı her alıcıya veya belli bir bölgedeki alıcılara, üretim yerinden uzaklığını dikkate almaksızın aynı fiyatın uygulanmasıdır. Üs noktası yönteminde ise teslim fiyatı, fabrika fiyatı üzerine alıcıya en yakın üs noktasından taşıma yapılmış gibi taşıma masrafı eklenerek belirlenmektedir. Her firma aynı üs noktalarını kullanır ve taşıma masrafını aynı yöntemle belirlerse taşıma masraflarının sebep olduğu değişkenlik ortadan kalkacaktır. Teslim fiyatlandırmasının genel kullanımını firmalar arasındaki fiyat rekabetinin sona ermesine sebep olur (Rees, 2000, s. 30; Motta, 2004: 159).

Teslim fiyatlandırmasının fiyat rekabetini nasıl ortadan kaldırdığı şekil (1.10) yardımıyla açıklanabilir (Scherer ve Ross, 1990: 502-505). Ancak bunu için öncelikle firmaların bu yöntemi kullanmadığı durumda nasıl bir fiyat rekabeti yaşanabileceğini açıklamak gerekmektedir. Şekilde C yerleşimdeki üreticinin belirlediği fabrika çıkış fiyatı CA kadardır. Ürünün C'nin doğusunda bulunan bir müşteriye satılması halinde oluşacak teslim fiyatının seyrini AR eğrisi göstermektedir. Benzer biçimde P yerleşimdeki üretici fabrika çıkış fiyatını PB olarak belirlemiştir ve BT eğrisi ürünün P'nin batısındaki bir müşteriye satılması durumunda oluşacak teslim fiyatının seyrini göstermektedir. Ürünün fiyatı ve taşıma masrafından oluşan teslim fiyatını en düşük seviyede tutmayı amaçlayan müşteriler kendilerine en yakın üreticiden alışveriş edeceklerdir. D yerleşiminin batısında kalan yerleşim birimlerinde bulunan müşteriler alışverişlerini C'deki üreticiden, doğusunda kalan yerleşim birimlerindeki müşteriler ise P'deki üreticiden yapacaklardır. D yerleşimindeki müşteriler ise her iki üreticinin ürünü arasında kayıtsızdır. Çünkü hangi üreticiyi tercih ederlerse etsinler aynı teslim fiyatını ödemek durumundadırlar.



**Şekil 1.10.** Teslim Fiyatlandırması

Eğer C'deki üretici pazarını genişletmek isterse fabrika çıkış fiyatını düşürebilir. Örneğin CA\* gibi bir fabrika çıkış fiyatıyla pazarını D ile K yerleşimleri arasındaki mesafe kadar genişletebilir. Ancak böyle bir davranışın bir takım olumsuz sonuçları söz konusudur. Üretici, öncesinde daha yüksek fabrika çıkış fiyatıyla (CA) satış yaptığı C ile D arasındaki tüm müşterilere daha düşük fabrika çıkış fiyatıyla (CA\*) satış yapmak zorunda kalır. Diğer yandan, P'deki üretici pazarını geri almak amacıyla fabrika çıkış fiyatını PB\* olarak belirlerse pazarın bölünmesi eski şekline döner. Bu durumda her iki üretici de daha düşük fiyatla satış yapmasına rağmen pazarını genişletememiş olacağından başlangıçtan daha kötü duruma düşer.

Bu sorunla baş edebilmenin bir yolu sistematik olmayan fiyat farklılaşmalarını yapmaktır. Cazip bir satış imkânı ortaya çıktığında üretici taşıma masraflarının bir kısmını üstlenebilir. Örneğin C'deki üretici K'deki bir müşteriye, ürünün P'deki üreticiden alınması halinde oluşacak teslim fiyatından (KE) satış yapabilir. Eğer marjinal üretim maliyeti CA\* değerinden daha az ise bu karlı bir satış olacaktır. Bununla birlikte, P'deki üretici de benzer davranışlar sergilerse fiyatlarla ilgili belirsizlik durumu söz konusu olur.

Firmalar fiyat indirimi hevesini kırmak ve oluşabilecek belirsizliklerin önüne geçmek için tek veya çoklu üs noktası yöntemlerinden birini kullanabilirler. Tek üs noktası yönteminde üretim merkezlerinden bir tanesi endüstrideki firmalar tarafından üs noktası olarak belirlenmektedir. Teslim fiyatı, üs noktası fabrika çıkış fiyatına ürünün üs

noktasından varış noktasına kadar taşınması için gereken taşıma masrafı eklenerek hesaplanmaktadır.

Şekil (1.10) da P yerleşiminin farklı konumlardaki firmalar tarafından üs noktası olarak belirlendiğini kabul edelim. Üs noktası fabrika çıkış fiyatı PB ise C yerleşimindeki bir üretici C'deki müşterilere, PB'nin üzerine ürünün P'den C'ye taşınması için gereken AT kadar masrafın eklenmesiyle oluşan CT fiyatından satış yapacaktır. Benzer şekilde, K'deki müşterilere de KE fiyatından satış yapacaktır. Üretici ilk durumda aslında hiçbir taşıma masrafına katlanmadığı için AT kadar fazladan kazanç elde ederken, ikinci durumda taşıma masrafının NE kadarını kendisi üstlenecektir.

C'deki üretici, P'nin üs noktası olduğu durumda, D'nin batısında kalan tüm yerleşim birimlerine satış yaparak gerçekte katlanacağından daha fazla taşıma ücreti elde edebilecektir. Bu şekilde ortaya çıkan kazançlar hayali taşıma ücreti olarak adlandırılmaktadır. D'nin doğusuna satış yaptığımda ise hayali taşıma ücreti elde edemeyeceği gibi taşıma masraflarının bir kısmını da üstlenmek zorunda kalacaktır. Ancak marjinal üretim maliyeti ve gerçek taşıma masrafının toplamı, üs noktasına göre belirlenecek teslim fiyatından daha az ise D'nin doğusuna satış yapabilir. Örneğin marjinal üretim maliyeti CA\*'dan daha düşük ise D ile K arasında kalan tüm yerleşimlere karlı şekilde satış yapabilir.

Hayali taşıma ücreti, birden fazla üs noktasının belirlendiği çoklu üs noktası yöntemiyle azaltılabilir. Herhangi bir yerleşimdeki müşteri için teslim fiyatı, üs noktası fabrika çıkış fiyatı ile taşıma masrafının toplamı en düşük olacak şekilde belirlenir. Fabrika çıkış fiyatı her üs noktasında farklı olabileceğinden en düşük teslim fiyatı müşteriye en yakın üs noktasından belirlenen fiyata karşılık gelmeyebilir.

Şekil (1.10) da hem C'nin hem de P'nin üs noktası olarak belirlendiğini kabul edelim. Teslim fiyatı, C ile D arasındaki müşteriler için ürün C'den taşınmış gibi, D ile P arasındaki müşteriler içinse P'den taşınmış gibi hesaplanacaktır. Bu şekilde hesaplanan fiyatlar söz konusu müşteriler açısından mümkün olan en düşük teslim fiyatıdır. Üs noktalarında yerleşik üreticiler hayali taşıma ücreti elde edemezken, üs noktaları dışında bulunan üreticiler yakın çevrelerine satış yaparak hayali taşıma ücreti elde edebilirler. Ancak üs noktası sayısı çoğaldıkça hayali taşıma ücreti azalır.

Endüstrideki tüm üreticiler fiyatlama kurallarına sadık kaldığı sürece herhangi bir yerleşimdeki müşteri için teslim fiyatı sabit olacaktır. Başka bir ifadeyle müşteri hangi üreticiyi tercih ederse etsin ürüne ödeyeceği fiyat değişmeyecektir. Şekilde görüleceği üzere çoklu üs noktası yöntemi kullanıldığında I ile K arasında yerleşik müşteriler için fiyatı GFE seviyesine düşürebilecek olan fiyat rekabeti olasılığı ortadan kalkmakta, fiyat GME düzeyinde sabitlenmektedir (Phlips, 1995: 119-122).

Rekabeti ortadan kaldırmaya yönelik bir anlaşma aracı olarak teslim fiyatlama yöntemine ilişkin en önemli kısıt piyasayı üreticiler arasında paylaşmaktaki sorun çıkarmasıdır. Teslim fiyatı rekabetçi fiyatın üzerinde olduğu ve miktarla ilgili sınırlama uygulanmadığı sürece rakip üreticiler birbirlerinin bölgelerine girme eğilimi içinde olacaklardır. Hele ki müşteriler üreticilerin ürünleri arasında kayıtsız eş deyişle ürünler türdeş ise anlaşmada bir ciddi istikrarsızlık oluşabilir.

Teslim fiyatlandırması bir anlaşma aracı olarak taşıma maliyetlerinin belirsizliği durumunda yarar sağlayabilir. Taşıma yönteminden veya taşınan miktardan dolayı taşıma maliyetlerinde belirsizlik bulunabilir. Fabrika çıkış fiyatı bilinmiyor ve taşıma maliyetleri belirsizlik arz ediyorsa üreticilerin teslim fiyatlarını izlemeleri aldatma olup olmadığını tespit etmelerini ve anlaşmayı sürdürebilmelerini kolaylaştıracaktır (Carlton, 1983).

## İKİNCİ BÖLÜM

### OLİGOPOL PİYASALARDA REKABETİN YATAY KISITLANMASI VE REKABET POLİTİKASI

#### 1. REKABET POLİTİKASI AÇISINDAN OLİGOPOL PİYASALAR

Tarihsel olarak rekabet politikasıyla sanayi ekonomisi arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. ABD başta olmak üzere çağdaş rekabet hukukunun gelişimine öncülük eden ülkelerin rekabet politikalarının, sanayi ekonomisi alanındaki kuramsal ve görgül çalışmalara bağlı olarak şekillendiğini belirtmek mümkündür. Bu sebeple rekabet politikası açısından oligopol piyasalardaki rekabet sorununu ele almadan önce sanayi ekonomisi ve rekabet politikası ilişkisinden kısaca söz etmek gerekmektedir.

##### 1.1. SANAYİ EKONOMİSİ VE REKABET POLİTİKASI

Sanayi ekonomisi alanındaki çalışmalar Harvard Üniversitesinde E. S. Mason öncülüğünde 1930'lu yıllarda başlamıştır. Mason, çalışmalarıyla aynı zamanda sanayi ekonomisi yazınında geleneksel veya yapısalcı olarak bilinen yapı davranış başarımlarını (YDB) yaklaşımının da öncülüğünü yapmıştır. J. Bain ilk görgül uygulamaları gerçekleştirmiş olup yapısalcı yaklaşımının gelişimine önemli katkılar sunmuştur. Yapısalcı yaklaşıma göre piyasa yapısı, piyasa oyuncularının davranışlarını etkilemek suretiyle piyasa başarımını belirlemektedir. Başka bir ifadeyle piyasa başarımının, piyasadaki alıcı ve satıcıların piyasa yapısınca belirlenen davranışlarına bağlı olduğu kabul edilmiştir. Kuramdan çok görgül çalışmalara dayanan yapısalcı yaklaşım bu özelliğiyle Chicago Okulunun eleştirilerine konu olmuştur. Başta A. Director ve G. Stigler olmak üzere Chicago Okulu temsilcileri kuramsal analizin önemini vurgulamış, görgül çalışmaların kuramı sınamak üzere kullanılması gerektiğini dile getirmiştir (Tirole, 1988: 1-2).

Çağdaş sanayi ekonomisi çalışmaları 1970'lerde ortaya çıkan gelişmelere bağlı olarak şekillenmiştir. Bu gelişmelerden biri eksik rekabet piyasalarını incelemek üzere kullanılan kuramsal modellerin yetersizliklerini aşmaya yardım eden oyun kuramı devrimidir. Oyun kuramı, ürün farklılaştırması, giriş engelleri ve asimetric bilgi gibi sorunların daha gerçekçi modellenmesine ve çözümlenmesine imkân tanımaktadır.

Diğer gelişme ise piyasadaki yoğunlaşma ile piyasa başarımı arasındaki ilişkiye odaklanmış olan YDB yaklaşımından, firma davranışlarını modellemek üzere iktisat kuramının rehberliğine başvuran, ekonometrik çalışmalarda belirli bir endüstriye odaklanarak ilgili endüstrinin özgün yapısını göz önünde bulunduran yeni sanayi ekonomisi yaklaşımına kayılmasıdır (Einav - Levin, 2010).

1970'lere kadar ABD rekabet politikası üzerinde etkisini sürdüren yapısalci yaklaşımın temsilcileri ilke olarak yoğunlaşma karşıtı bir tavır sergilemiştir. Yapısalci geleneğin rekabet hukuku sorunlarına karşı çözüm önerileri büyük firmaların bölünmesi ve başlı başına (per se) yasaklar olmuştur. 1960'larda, piyasaya müdahale edilmesine karşı olan Chicago Okulu temsilcileri, rekabet politikasının piyasa yapısından çok piyasa başarımına ve ekonomik etkinlik üzerine odaklanması gerektiğine dikkat çekmiştir. Yoğunlaşmış endüstrilerdeki yüksek kar paylarının genelde büyük ölçekli firmaların ekonomik etkinliğinin bir sonucu olduğuna inanan Chicago geleneği temsilcileri piyasa yapısına müdahalenin toplumsal refah kaybına yol açabileceğini vurgulamıştır. Giriş engellerinin Yapısalci okulun üzerinde durduğu kadar önem taşımadığı ve potansiyel rekabetin piyasa gücünü sınırladığını, kalıcı piyasa gücünün ise yasal giriş engelleri oluşturan düzenlemelerden kaynaklandığını iddia etmişleridir. Chicago geleneği, rekabet politikasının öncelikli hedefinin rekabeti kısıtlayıcı yatay anlaşmalar olması gerektiğini, ancak bu tür anlaşmaların gizlice yürütülmesinin Yapısalcıların inandığı kadar kolay olmadığını dile getirmiştir (Van Cayseele – Van den Bergh 2000: 472-477; Baron 2006: 294).

Yakın dönem ABD rekabet politikasına, iki ayrı uçtaki yapısalci ve Chicago gelenekleri arasında duran, yeni sanayi iktisadına dayalı, birleştirici bir yaklaşım egemen olmuştur. Chicago Sonrası (post-Chicago) olarak anılan bu yaklaşım, belirli piyasa yapıları ve firma davranışlarının Chicago geleneği temsilcilerinin iddia ettiği kadar rekabetçi olmadığına inanmaktadır. Chicago Sonrası yaklaşıma göre piyasalar her zaman iyi işlememekte, her rakip aynı düzeyde bilgiye erişmemekte ve kimi piyasalara yeni girişler güçlük arz etmektedir. Yerleşik firmaların tehditler ve vaatler içeren stratejiler kullanarak uyumlu eylemler veya rakipleri dışlamak biçiminde rekabeti kısıtlayıcı davranışlar içine girebilmesinin mümkün olduğunu kabul eden Chicago Sonrası yaklaşımın temsilcileri, firmaların fiili ve potansiyel rakiplerine karşı



stratejilerini değerlendirmek için oyun kuramından faydalanmaktadır (Baron, 2006: 294; Piraino, 2007: 364).

## 1.2. REKABET POLİTİKASI VE OLİGOPOL PİYASALARDAKİ REKABET SORUNU

Oligopol piyasalardaki rekabet sorunu sanayi ekonomisi yazınındaki tartışmalardan en fazla etkilenen rekabet politikası konularının başında gelmektedir. Dolayısıyla oligopol piyasalardaki rekabet sorununa ilişkin farklı rekabet politikası yaklaşımları söz konusudur. Yapısalcı ve Chicago Okullarının oligopol sorununa ilişkin görüşleri birbirine zıt olan iki geleneksel bakış açısını, Chicago Sonrasının görüşleri ise birleştirici bir bakış açısını yansıtmaktadır.

### 1.2.1. Yapısalcı Okul

ABD rekabet politikasına Yapısalcı Okulun etkili olduğu dönem boyunca, rekabeti sınırlayan anlaşmaları yasaklayan kanunların, oligopol firmaların koşut fiyatlama davranışlarına uygulanamayacağı görüşü egemendi. Bu görüşü en açık biçimde ifade eden D. Turner olmuştur. Turner (1962) oligopolcü karşılıklı bağımlılık sonucu ortaya çıkan davranış tarzının fiyat belirleme üzerine bir anlaşma olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini sorgularken, koşut fiyatlamamanın akılcılığını vurgulamıştır.

Turner (1962)'a göre oligopol endüstrilerdeki firmalar rakiplerinin tepkilerini göz önünde bulundurmamakla, tıpkı rekabetçi endüstrilerdeki firmalar gibi akılcı davranmaktadır. Çok sayıda satıcının olduğu piyasalarda tek bir firmanın fiyat veya çıktıya ilişkin aldığı kararların piyasa fiyatı üzerine etkisi ihmal edilebilecek kadar azdır. Firma, piyasa fiyatından ürettiği kadar satabileceği gibi fiyat indirimine gittiğinde rakiplerinden çekeceği talep önemsenmeyecek derecede az olacaktır. Bu koşullardaki bir firma fiyatlama konusunda karar alırken rakiplerini hesaba katmak zorunda değildir. Aksine az sayıda büyük firmanın olduğu yoğunlaşmış piyasalarda bir firmanın fiyatını düşürerek satış miktarını artırması, diğerlerinin satışlarında ciddi oranda daralmaya sebep olacağından karşılıklı fiyat indirimlerine yol açacaktır. Rakiplerinden, fiyat indiriminden sağlanacak karı ortadan kaldıracak bir tepki bekleyen firmalar indirim yapmakta isteksiz davranacaktır. Dolayısıyla yoğunlaşmış piyasalardaki firmalar

karşılıklı bağımlıdırlar ve fiyatla ilgili karar verirken rakiplerinin tepkilerini göz önünde bulundurmaları zorundadırlar. Sonuçta, fiyat rekabetinden kaçınılan bir piyasa yapısı ortaya çıkmaktadır (Posner, 2001: 56). Bu açıdan oligopolcü koşut fiyatlandırma, fiyat üzerine bir anlaşma olarak tanımlanabileceği gibi mevcut ekonomik koşullar altında akılcı bireysel bir karar olarak da değerlendirilebilecektir (Turner 1962: 666).

### 1.2.2. Chicago Okulu

Chicago Okulunun oligopole yaklaşımı Stigler (1964) ve Posner'ın (1968; 2001) çalışmalarıyla şekillenmiştir. Stigler (1964) oligopolcü firmaların aralarında anlaşmaksızın rekabetçi olmayan davranışlar içine giremeyeceklerini ve firmaların, fiyatlama davranışları üzerinde anlaşabilmiş olsalar dahi hile yapanları tespit edip cezalandırabilecek tedbirler almak zorunda olduklarını vurgulamıştır. Özellikle hilenin tespitini güçleştiren koşullar üzerinde duran Stigler'e göre tespit, en başta firmaların endüstri hakkında sahip oldukları bilgiye bağlıdır (Carlton – Peltzman, 2010). Stigler'in yaklaşımının daha ayrıntılı bir biçimini sunan Posner ise oligopol piyasalardaki rekabet sorununu incelemeye Turner'in görüşlerindeki eksiklere değinmekle başlamıştır.

Posner (2001: 57)'a göre oligopolcü fiyatlamının karşılıklı bağımlılığı görüşünün eksiklerinin başında yoğunlaşmış piyasalardaki firmaların fiyat indirimi yapmakta isteksiz davranacağı sonucunun, fiyat indirimi ile rakiplerin karşı tepkileri arasında gecikme olmadığı varsayımına dayanması gelmektedir. Eğer böyle bir gecikme olursa fiyat indirimi geçici süreliğine de olsa önemli bir kar bırakabilir. Fiyat indirimi bir süreliğine gizli tutulabilirse ya da gizliliğin mümkün olmadığı durumlarda rakipler çıktılarını hızla artırmazlarsa, indirim yapan firma düşük fiyattan artan talebin önemli bir kısmını karşılayabilir.

Diğer yandan karşılıklı bağımlılık görüşü, bir firmanın fiyat indiriminin öteki firmaların satışları üzerine olan etkisini abartmaktadır. Zira bir firma fiyatını düşürüp çıktısını artırdığında, rakiplerinin satışlarını etkilemekle birlikte, artan satışlarının bir kısmını yüksek fiyatlarda daha az satın almakta olan veya hiç satın almayan tüketicilere yapacaktır. Fiyatını düşüren firmanın piyasaya yeni giren müşterilere yapacağı satışların oranı talep esnekliğine bağlı olarak değişir. Bu da rakip firmaların satışlarının etkilenme düzeyini ve verecekleri tepkinin şiddetini etkileyecektir. Firmaların ürünleri farklılaşmış

ise fiyat indiriminin rakip firmaların satışları üzerine etkisi daha da önemsiz hale gelecektir (Posner, 2001: 57-58).

Posner'a (2001: 58) göre yoğunlaşmış piyasalar ile rekabetçi piyasalar arasındaki fiyat rekabetine ilişkin ayrım basmakalıp görünmektedir. Yoğunlaşmanın yüksek olduğu piyasalarda, bir firma tarafından yapılan fiyat indiriminin rakiplerin tepki vermesini gerektirecek bir etki yaratabilmesi için çıktı artışının önemli miktarda olması gerekir. Fakat yoğunlaşmamış piyasalarda da bir veya birkaç firmanın çıktısını piyasa talebinin önemli bir oranına karşılık gelecek düzeyde artırması rakiplerin tepki vermesine sebep olacaktır. Ancak karşılıklı bağımlık görüşü, yoğunlaşmamış piyasalardaki firmaların, birkaç rakip tarafından yapılan fiyat indiriminin kendi satışları üzerindeki toplam etkisini idrak edemeyeceğini kabul etmektedir.

Karşılıklı bağımlılık görüşünün fiyat indirimindeki isteksizlik şeklinde tek yanlı bir bakış açısı üzerine kurulmuş olması bir başka eksikliğe işaret etmektedir. Oligopol piyasalardaki firmaların fiyat indirimindeki isteksizlikleri yalnızca fiyatların rekabetçi fiyat düzeyinin üzerinde olması halinde bir sorun teşkil edecektir. Görüş, oligopol firmaların rekabetçi düzeyin üzerinde bir fiyatı nasıl belirleyebildiklerini açıklamamaktadır. Karşılıklı bağımlılığı savunanlar yüksek fiyatları açıklamak üzere fiyat önderliği modeline başvurmaktadır. Bu modelde önder firmanın fiyatını yükseltmesi diğerlerinin kendisini takip edeceğine inanmasına bağlıdır. Diğer firmaların önderi takip etmeleri ise fiyat yükseltmeyi geriden izlemenin kısa vadede karlı olsa dahi uzun vadede hepsi açısından daha kötü sonuçlanacak bir fiyat savaşının başlamasından çekinmelerini gerektirir. Ancak fiyatı rekabetçi seviyenin üzerine yükseltmenin kısa vadeli kazanç hevesi olanlar sebebiyle bir fiyat savaşıyla sonuçlanmasından çekinen hiçbir firma önderliğe gönüllü olmayacaktır. Bu ise fiyat önderliği modelinin rekabetçi fiyat üzerindeki bir fiyatın nasıl belirlendiğini açıklayabilme gücünü zayıflatmaktadır (Posner, 2001: 58-59).

Posner (2001: 60-69) firmaların ister açık isterse örtük bir kartel anlaşmasına dâhil olması için getiri ve maliyetleri karşılaştırması gerektiğini vurgulamıştır. Akılcı firmalar getirisi maliyetinden daha fazla olmadıkça açık veya örtük bir anlaşmaya dâhil olmayacaktır. Posner'e göre getiri ve maliyetler incelenerek hangi piyasaların anlaşmaya elverişli olduğunu belirlemek mümkündür. Anlaşmanın getirisi başta talebin

fiyat esnekliğine bağlıdır. Rekabetçi fiyatta talep esnekliği ne kadar düşükse anlaşmadan elde edilecek getiri o kadar yüksek olur. Talep esnekliğini belirlemek güç olmakla beraber kartele dâhil firmaların malının yakın ikamesini satan başka firmalar varsa talebin esnek olduğu söylenebilir. Fakat pazarın coğrafi olarak bölünmesi veya kartel dışı firmaların maliyetlerinin kartel üyelerinin maliyetlerinden yüksek olması halinde kesin kanıya varılamaz. Maliyetler yakın bile olsa, üretimlerini hızla yükseltmeleri kartel dışı firmaların maliyetlerini yükseltebilir. Kartel üyelerinin piyasa payı ne kadar yüksek ise kartel dışı firmaların çıktı açığını kapamaları o kadar güç olur. Anlaşmanın getirisi piyasaya giriş koşullarına da bağlıdır. Zira kartel üyelerinin yüksek karı yeni rakipleri piyasaya çekecektir. Piyasaya giriş engelleri yoksa kartelin sonlanması olasıdır. Olası getirisi ne kadar yüksek olursa olsun, maliyetlerinden daha büyük olmadıkça anlaşma gerçekleşmeyecektir. Anlaşmanın maliyetleri eşgüdüm ve uygulama maliyetlerini içerir. Rakipler arasında fiyat rekabetini sınırlayan bir eşgüdüm, ürün ve maliyetlerdeki farklılıklardan ötürü güçleşebilir. Tüm üyeler için makul bir fiyat belirlenmesi maliyetli bir pazarlık süreci gerektirebilir. Anlaşmanın uygulanma sürecinde alınacak tedbirler yalnızca fiyat rekabetini değil fiyat dışı rekabeti de önleyebilmelidir. Ancak bu tedbirler de kartel için bir maliyet yaratır. Çok sayıda firmanın olduğu piyasalarda kartel anlaşmalarının bu tür maliyetleri artar. O halde oligopol piyasa yapısı anlaşmaya varabilmek ve anlaşmayı sürdürebilmek için gerekli bir koşuldur ama tek başına yeterli değildir.

Neticede Chicago Okulu temsilcilerine göre eğer bir piyasanın başarımı kartele benziyorsa firmalar arasında eşgüdümü sağlayan ve hile yapanların belirlenip cezalandırıldığı yöntemler söz konusu olmalıdır ki bu gibi yöntemler kartel anlaşmalarını yasaklayan kanunlarla etkin şekilde engellenebilmektedir. Oligopolcüler arasında dahi koşut davranışlar kaçınılmaz olmayıp, ortaya çıkma ihtimali endüstrinin belirli özellikler taşımasına bağlıdır. Koşut davranışların varlığı durumunda sorun, gizli bir anlaşmayı ortaya çıkarmaktan farklı değildir (Baker, 1993:145).

### **1.2.3. Chicago Sonrası**

YDB yaklaşımının öncüleri eksik rekabetçi piyasalarda fiyatların nasıl belirlendiğini açıklayabilmeyi amaçlamışlardır. Çünkü tam rekabet ve tekel modellerinin yanı sıra eksik rekabet modellerinin dahi eksik rekabetçi piyasaları

çözümlemek için yetersiz olduğuna inanmaktaydılar. Neo klasik fiyat kuramının eksik ve mükemmel olmayan bilgi ortamına uyarlanmasına olanak sağlayan oyun kuramı, stratejik davranışların çözümlenmesi için bir çerçeve sunmakla kalmamış, YDB yaklaşımının eksik rekabetçi piyasalar konusundaki çıkarımlarını kısmen de olsa doğrulamıştır (Martin, 2007).

Oyun kuramına dayalı çözümlenmeler, oligopol piyasalarda kartel anlaşmaları olmasa bile rekabetçi sonuçların ortaya çıkamayabileceğini göstermektedir. Başka bir ifadeyle bu tür piyasalarda fiyatlar tam rekabet modelinde olduğu gibi marjinal maliyet düzeyine kadar inmemektedir. Tekrarlanan oyun modelleri çeşitli koşullar altında rakipler arasında kartel benzeri örtük bir eşgüdümün mümkün olduğunu ortaya koymaktadır. Ne var ki bu modeller oligopol piyasalardaki neredeyse sınırsız sayıdaki olası sonuçları tanımlamaktadır. Olası sonuçlardan hangisinin gerçekleşeceğini ise rakipler arası anlaşmaları da kapsayan model dışı etkenler belirlemektedir. Bununla birlikte tekrarlanan oyun modellerinin çıkarımları eşgüdümü kolaylaştırabilecek etkenleri belirlemeye yardımcı olmaktadır (Werden, 2004: 760-763).

Belirtmek gerekir ki oyun kuramı yaklaşımı Stigler'in vurgulamış olduğu temel noktaların önemini ortadan kaldırmamıştır. Firmalar, tekrarlanan etkileşim halinde olsalar dahi eşgüdüm sağlayabilmek için eşgüdümün koşullarını belirlemeli, eşgüdümden sapma gösteren firmaları tespit edebilmeli ve cezalandırmalıdır. Ancak çağdaş iktisadi yaklaşım temel noktalara birkaç ekleme yapmayı gerekli görmektedir. İlk olarak aldatmanın caydırılabilmesi için cezalandırma tehdidi inanılır olmalıdır, ikincisi eşgüdümün tam ve mükemmel olması zorunlu değildir, son olarak odak noktaları doğrudan iletişime gerek kalmaksızın eşgüdümün koşulları üzerinde anlaşmaya varılabilesini kolaylaştırmaktadır (Baker, 1993: 156-157).

## **2. REKABETİN YATAY KISITLANMASI VE BU SORUNLA MÜCADELE**

### **2.1. REKABETİN YATAY KISITLANMASI: KARTELLER**

Alman dilinde, bir endüstride fiyatı ve miktarı düzenlemek üzere kurulan birlik anlamına gelen "kartell" kelimesinden türemiş olan kartel kavramının günümüz iktisat yazınındaki karşılığı değişmiş olmakla beraber benzerlik taşımaktadır. Kartel

tanımlarından biri “ortak karlarını artırmak amacıyla fiyatlarını ya da çıktılarını eşgüdümlü hale getirmek üzere açıkça anlaşmış olan yasal açıdan bağımsız iki veya daha fazla firmadan oluşan birlik” biçimindedir (Connor, 2007: 21). AB Rekabet Politikası Terimleri sözlüğünde kartel kavramı “fiyatları ve katılımcı firmaların karlarını artırmak amacıyla rakip firmalar arasında rekabeti ortadan kaldırmak için yapılan düzenlemeler” olarak tanımlanmakta ve genel olarak fiyat sabitleme, çıktıyı kısıtlama, pazar paylaşma, ihalelerde danışıklı davranma veya bunların bileşimlerinden oluştuğu belirtilmektedir (EC, 2002: 8). OECD (1998) Konseyi’nin “Açık Kartellerle Etkin Mücadeleye Dair Konsey Tavsiyesi” başlıklı yayında ise kartel “fiyat sabitlemek, ihalelerde danışıklı teklif vermek, miktar kısıtlamak veya kota uygulamak, pazarı müşteri, satıcı ya da bölge itibariyle paylaşmak amaçlı rekabetçi olmayan anlaşmalar, uyumlu eylemler veya düzenlemeler” şeklinde tanımlanmaktadır.

**Tablo 2. 1.** Rekabeti Yatay Olarak Sınırlayan Davranışlar

Fiyatlama	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste veya işlem fiyatları üzerine anlaşmak</li> <li>• Teslim fiyatları üzerine anlaşmak</li> <li>• İndirimler, geri ödemeler veya primler üzerine anlaşmak</li> <li>• Fiyat teklifleri üzerine anlaşma</li> <li>• Fiyat koruma kuralları üzerine anlaşmak</li> <li>• Döviz kurları üzerine anlaşmak</li> </ul>
Paylar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satış paylarını düzenlemek</li> <li>• Satıcı başına satış miktarı düzenlemek</li> <li>• Ulusal veya bölgesel payları düzenlemek</li> <li>• Müşterileri paylaşmak</li> <li>• İhaleleri paylaşmak</li> </ul>
Üretim	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Üretim miktarını azaltmak üzere anlaşmak</li> <li>• İhraç bölgelerini sınırlamak</li> <li>• Alıcıların arbitraj yapmasını sınırlamak</li> <li>• Satıştan veya üretimden çekilmek</li> </ul>
İzleme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sık ve ayrıntılı satış bilgisi paylaşmak</li> <li>• Üçüncü bir tarafın payları izlemesi konusunda anlaşmak</li> <li>• Tesis veya envanterlerin yerinde incelenmesi</li> <li>• Rekabeti karşılama şartı</li> </ul>
Yürütme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Egemen firmanın sapan firmayı hedeflemesi</li> <li>• Düzenli tazmin mekanizmaları</li> <li>• Satışları havuzda toplamak üzere pazarlama aracısı</li> <li>• Karların havuzda toplanması ve dağıtılması</li> <li>• Fiyat savaşını başlatacak fiyat düzeyinin belirlenmesi</li> </ul>
Gizleme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seyahat, toplantı, iletişim ve izleme delillerini yok etmek</li> <li>• Ticaret Birliği kurmak veya var olanı kullanmak</li> <li>• Şifreli bir dil kullanmak</li> </ul>

**Kaynak:** Connor (2007: 27)

Söz konusu tanımlardan da anlaşılacağı üzere genel geçer bir kartel tanımı bulunmamaktadır. Bu açıdan kartel, bağlayıcı bir sözleşmeden tamamen dolaylı

yöntemlerle varılan bir anlaşmaya kadar pek çok biçimi alabilen, rekabetin yatay olarak kısıtlandığı her tür eşgüdümlü davranışı ifade etmektedir. Temel amaç katılımcı firmaların karlarını yükseltmek olup bu amacı gerçekleştirmek üzere çok çeşitli yöntemler kullanılabilir (Bkz: Tablo 2.1).

Kartel anlaşmaları günümüzde pek çok ülkede rekabeti korumayı amaçlayan kanunlarla yasaklanmış durumdadır. Dolayısıyla bağlayıcı sözleşmeler, yazılı anlaşmalar gibi açık yöntemlerle kartel kurulması mümkün olmamaktadır. Ne var ki kartellerin yasaklanması, anlaşma koşullarının belirlenmesi ve anlaşmaya sadakatin izlenmesini güçleştirmesine karşın, firmaların aralarındaki rekabeti sınırlama yönündeki gayretlerinin sonunu getirememiştir. Firmalar gizli ve dolaylı yöntemlerle aralarındaki rekabeti sınırlamayı halen sürdürmektedir.

## 2.2. KARTELLERİN YAPISAL ÖZELLİKLERİ

Kartel kavramını açıklayabilmek için soyut tanımlamalar yerine olgular üzerinden hareket etmek daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Kayıt altına alınan karteller üzerine yapılmış akademik çalışmalardan derlenen verilerle kartellerin yapısal özelliklerini ve etkilerini ortaya koymak, böylece kavramın ne ifade ettiğini daha belirgin bir biçimde açıklamak mümkündür.

### 2.2.1. Kartel Görülen Piyasaların Özellikleri

Rekabeti yatay olarak kısıtlayan eşgüdümlü davranışların, az sayıda rakibin bulunduğu ve yoğunlaşma oranının yüksek olduğu piyasalarda görülmesinin daha yüksek bir olasılık dâhilinde olduğu vurgulandı. Öte yandan piyasadaki tüm rakiplerin eşgüdüm içinde olmaması halinde, eşgüdüm içinde olan firmaların en azından fiyatı belirleyebilecek kadar yüksek bir pazar payına sahip olmaları gerekmektedir. Aksi halde eşgüdümü sürdürebilmek mümkün olmayacaktır. Gerçekte karteller hakkında derlenen veriler beklentileri destekleyici niteliktedir.

Tablo 2.2’de kartellerin üye sayıları, pazar payları ve karteğe konu piyasalardaki yoğunlaşma oranlarına ilişkin çeşitli çalışmalardan derlenen veriler görülmektedir. Kartellerin ortalama üye sayıları örneklemelere göre 5 ile 29 arasında büyük bir farklılık göstermektedir. Ancak ortalamanın aykırı değerlerden etkilenmesi sebebiyle ortancayı

dikkate almak daha gerçekçi bir sonuç vermektedir. Ortanca üye sayısı sütunu incelendiğinde kartellerin 4 ile 10 arasında üyeye sahip oldukları görülmektedir. Kartellerin pazar payının ortalama %61 ile %87 arasında değerler aldığı, başka bir ifadeyle beklentilere uygun olarak yüksek pazar payına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Kartelleşen piyasalardaki yoğunlaşma oranı hakkında yalnızca iki veri bulunmakta olup bu veriler orta derecede yoğunlaşmaya işaret etmektedir.

**Tablo 2. 2.** Kartellerin Üye Sayıları, Pazar Payları ve Pazardaki Yoğunlaşma

	Ortalama Üye Sayısı	Ortanca Üye Sayısı	Kartel Pazar Payı (%)	4 Firma Yoğunlaşma Oranı (%)
Posner (1970)	29,1	6 – 10	-	-
Hay ve Kelley (1974)	7,25	7	-	67,7
Fraas ve Greer (1977)	16,7	8	-	-
Marquez (1994)	-	-	60,94	-
Zimmerman ve Connor (2005)	11,2	5	85	-
Bolotova (2009)	4,92	4	80,75	-
Combe and Monnier (2010)	7,7	5	80	-
De (2010)	6,44	-	86,59	-
Veljanovski (2010)	5,6	-	-	-
Veljanovski (2011)	7,6	-	-	-
Levenstein ve Suslow (2011)	7,4	-	-	75

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Kuramsal yazın pazardaki firma sayısı ve yoğunlaşma oranı dışında ürün türdeşliği, firmaların maliyetlerinin yakınlığı, giriş engelleri vb. gibi etkenlerin de eşgüdümeye uygun ortam sağladığını ortaya koymaktadır. Bir endüstride bu etkenlerden ne kadar fazlası bir arada bulunursa rekabetin yatay olarak kısıtlanma olasılığı o kadar yükselmektedir (Utton, 2011: 58). Ne var ki söz konusu etkenler kartel anlaşmalarının görüldüğü her endüstri için aynı derecede önem taşımamaktadır. Kimi endüstriler ise sadece kendilerine özgü sebeplerle eşgüdümeye yatkın olabilmektedir. Ürünün özellikleri veya endüstrinin tarihsel gelişimi ve iş kültürü kartel anlaşmalarını olağan hale getirebilmektedir (OECD, 2015a: 2-3). Görgül yazın hangi endüstrilerde daha sık kartelleşme gözlemlendiğine dair genel bir çerçeve sunmaktadır.



Kartel anlaşmalarının çoğunlukla hangi endüstrilerde görüldüğü bilgisine yer veren çalışmalardan biri Connor (2010)'a aittir. Connor (2010)'ın örneğine göre bir kartele katılmış olan firmaların %16'sı metal ve metal olmayan mineral ürünler, %14'ü organik ve inorganik kimya ürünleri, %11'i makine, elektrikli-elektronik cihaz veya parçalar ile diğer araç gereç endüstrilerinde ve %8'i inşaat sektöründe çalışmaktadır. Ürünün cinsi dikkate alındığında kartel üyesi firmaların %46'sının endüstriyel ara malı ürettiği görülmektedir.

Örneklemlerinde seksen bir uluslararası kartel bulunan Levenstein ve Suslow (2011), kartellerin çoğunlukla yarı mamul mal üreten endüstrilerde görüldüğünü ve %40'nın başta gıda katkısı olmak üzere kimyasal ürünler endüstrisinde, %25'nin ise çelik, karbon, grafit, plastik ile kâğıt endüstrilerinde faaliyet gösterdiğini belirlemiştir.<sup>19</sup>

1969 ile 2009 yılları arasındaki Avrupa Komisyonu kararlarını örneklem olarak kullanan Combe ve Monnier (2010), kartellerin %29'unun kimya, %16'sının metal ve metal olmayan mineral ürünler, %12'sinin makine ve donanım, %11'inin ahşap, kâğıt, kauçuk ve plastik endüstrilerinde, %16'sının ise taşımacılık ve bankacılık başta olmak üzere hizmet sektöründe yer aldığını tespit etmiştir.

Avrupa Komisyonunun 2000 ile 2013 yılları arasında almış olduğu imalat sektörüne ilişkin altmış beş adet kartel kararını inceleyen Antonielli ve Mariniello (2014) ise yirmi yedi kararın kimya endüstrisiyle ilgili olduğunu ayrıca makine ve donanım, metalik olmayan mineral ürünler ile elektronik ve bilgisayar sektörlerinde de birden çok karar bulunduğunu belirlemiştir.

### **2.2.2. Kartellerin Örgütlenme Yöntemleri**

Karteller, üyelerin hileli davranışları, pazara ve makro ekonomiye ilişkin değişen koşullar gibi eşgüdümü kırılğan hale getiren çeşitli sorunlarla baş edebilmek için örgütlenmeye ihtiyaç duymaktadır. Örgütlenme yöntemlerinin başında rakipler arasında pazarı paylaşmak<sup>20</sup>, bilgi değişimi gerçekleştirmek ve üçüncü bir tarafın genelde ticaret birliklerinin yürütücülüğüne başvurmak gelmektedir. Bunlar dışında pazar payını veya

<sup>19</sup> Tüketim ürünlerinin aksine ara mallarının genelde türdeş olmaları bu endüstrilerde neden daha fazla kartel görüldüğünü kuramsal yönden açıklayabilen etkenlerden biridir (Kaplow, 2011: 399).

<sup>20</sup> Pazar paylaşımı uygulamada satış payı, bölge veya müşteri temelli olabildiği gibi bu üç yöntemin farklı bileşimleri şeklinde de olabilmektedir. Örneğin Avrupa Komisyonunun 2000 ile 2005 yılları arasındaki yirmi iki endüstriyel ürün karteli kararını inceleyen Marshall ve Marks bunların on birinde bu yöntemlerden en az ikisinin beraber kullanıldığını belirlemiştir (Marshall – Marks, 2012: 125-127).

kotasını aşan üyelerin diğer üyelerden alım yapması (telafi kuralı), satış kuralları konulması, kartel dışı rakiplerin veya pazara girmesi olası firmaların dışlanması kartelleri istikrarsızlaştıran koşullarla baş etmek üzere kullanılan yöntemlerdir.

**Tablo 2. 3.** Kartellerin Örgütlenme Yöntemleri (%)

	Posner (1970)	Hay ve Kelley (1974)	Fraas ve Greer (1977)	Gallo vd. (2000)	Combe ve Monnier (2010)	Levenstein ve Suslow (2011)
<b>Pazar Paylaşma</b>	26	35	26	27	76	80
<b>Bilgi Değişimi</b>	-	-	-	-	64	79
<b>Ticaret Birliği</b>	44	29	36	23	25	31
<b>Telafi Kuralı</b>	4	-	-	-	24	33
<b>Satış Kuralları</b>	14	14	5	-	-	-
<b>Dışlama</b>	-	5	12	-	-	36

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Kartellerin örgütlenme yöntemlerine ilişkin veriler Tablo 2.3’de görülmektedir. Yakın dönem çalışmalar pazar paylaşımı ve bilgi değişiminin en sık kullanılan örgütlenme yöntemleri olduğunu ve birden çok yöntemin aynı anda kullanıldığını ortaya koymaktadır. Kartellerin, Combe ve Monnier (2010)’in örnekleme göre %76’sı, Levenstein ve Suslow (2011)’un örnekleme göre %80’si pazar paylaşmış, aynı çalışmalara göre sırasıyla %64 ve %79’u bilgi değişimi gerçekleştirmiştir. Öte yandan bir diğer önemli örgütlenme biçimi olan ticaret birliğinin yürütücülüğüne başvuran kartellerin oranı örneklere göre %23 ile %44 arasında değişmektedir. Pazar paylaşımı ve bilgi değişimine göre daha önemsiz görünmesine karşın ticaret birlikleri özellikle yoğunlaşmanın düşük olduğu piyasalarda, çok üyeli kartellerin yürütülmesinde etkili olmaktadır (Levenstein – Suslow, 2006: 61; Combe – Monnier, 2010: 28).

### 2.2.3. Kartellerin Ömürleri ve Sonlanma Sebepleri

Kartel anlaşmalarının ömürlerini ve hangi sebeplerle sona erdiklerini bilmek kartel sorununu daha iyi anlamak açısından önem taşımaktadır. Ne var ki gizlilik içinde yürütülen kartel anlaşmalarının başlama ve sona erme tarihlerini kesin olarak belirlemek mümkün değildir. Sona erme sebepleri açısından da benzer durum söz konusudur. Çünkü anlaşmalar aynı dönemde ortaya çıkan, içsel veya dışsal birden çok sebeple bozulabilmektedir.

Kuramsal incelemeler kartel anlaşmalarının kırılğan olduklarına işaret etmektedir. Üye firmaların aldatma güdüsü içsel, değişken makro ekonomik koşullar, pazara yeni giriş tehdidi ve yasaklanmış olmaları dışsal kırılğanlığa yol açmaktadır. Ancak gözlemler kartellerin kırılğan ve kısa ömürlü örgütlenmeler olmadıklarını ortaya koymaktadır (bkz. Tablo 2.4).

**Tablo 2.4.** Kartellerin Süresi

	Gözlem	Ortalama (Yıl)	Ortanca (Yıl)
Posner (1970)	989	7,5	-
Jacquemin, Nambu ve Dewez (1981)	40	10	-
Griffin (1989)	54	7,3	-
Bryant ve Eckard (1991)	184	6,25	4,7
Dick (1996)	111	-	5,3
Gallo vd. (2000)	688	5,4	-
Suslow (2005)	28	3,7	2,8
Zimmerman ve Connor (2005)	166	6,3	4,4
Connor ve Bolotova (2006)	395	8,61	-
Bolotova, Connor ve Miller (2009)	333	8	5
Bolotova (2009)	406	8,58	5
Veljanovski (2010)	63	7,5	-
Combe ve Monnier (2010)	111	7,1 – 7,5	5,5
De (2010)	110	8,08	6
Veljanovski (2011)	22	8,9	-
Levenstein ve Suslow (2011)	81	8,1	7
Smuda (2014)	191	8,35	5
Boyer ve Kotchoni (2015)	1119	9,25	-

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır

Tablo 2.4’de ortalama sütunu incelendiğinde kartellerin 4 ile 10 yıl arasında ömre sahip oldukları görülmektedir. Verilerin derlendiği çalışmaların çoğunluğunda ortalama süre 8 ile 9 yıl arasında yer almaktadır. Bu değerler kartellerin genelde uzun ömürlü olduklarına işaret etmektedir. Ortalamanın aykırı değerlerden etkilenebilmesi nedeniyle ortanca sürenin dikkate alınması kartellerin uzun ömürlü oldukları gerçeğini

değiştirmemektedir. Nitekim ortanca değerler kartellerin yaklaşık 5 yıl ömrü olduğunu ortaya koymaktadır. Kuramda kırılğan olduğu varsayılan kartellerin uygulamada hayli kararlı olabildiklerini söylemek mümkündür (Levenstein – Suslow, 2006; Levenstein – Suslow, 2011).

Karteller doğal veya doğal olmayan birçok sebeple sona erebilmektedir. Firmaların birbirlerini aldatması, pazarın ya da makro ekonominin hızla değişen koşulları veya pazara yeni firmaların girmesi kartel anlaşmalarının kendiliğinden sona ermesine yol açabilmektedir. Söz konusu doğal nedenler dışında rekabet otoritelerinin soruşturma faaliyetleri ile kartel üyelerinin pişmanlık başvuruları kartel anlaşmalarını sonlandıran başlıca sebepler arasında bulunmaktadır.

Kartellerin oransal olarak ne kadarının hangi sebeplerle sonlandığı bilgisine yer veren çalışmalardan derlenen veriler Tablo 2.5’de görülmektedir. Doğal sebeplerin ayrıntılı olarak verildiği Griffin (1989) ve Suslow’un (2005) çalışmaları, kartellerin daha çok dışsal sebeplerden (dışsal şoklar ve piyasaya yeni girişler) ötürü sona erdiğini ve aldatma sebebiyle sonlanmanın ikinci derece önem arz ettiğini ortaya koymaktadır.

**Tablo 2. 5. Kartellerin Sonlanma Sebepleri (%)\***

	Griffin (1989)	Suslow (2005)	Combe and Monnier (2010)	De (2010)	Levenstein ve Suslow (2011)
<b>Doğal Sebepler</b>			9	23,6**	16
<b>Aldatma</b>	33,3	23,9	-	-	-
<b>Dışsal Şoklar</b>	50,0	42,3	-	-	-
<b>Giriş</b>	33,3	15,5	-	-	-
<b>Rekabet Hukuku (soruşturma, şikâyet, bildirim)</b>	-	18,3	60	71,8	60,5
<b>Pişmanlık</b>	-	-	31	28,2	20,9

\* Bazı karteller birden fazla sebepten ötürü sonlanmıştır.

\*\* Rekabet otoriteleri tarafından tespit edilmeden önce doğal olarak sonlananlar.

Combe ve Monier (2010), De (2010) ile Levenstein ve Suslow (2011)’un yakın tarihli çalışmalarında kartellerin büyük oranda rekabet hukuku uygulamaları nedeniyle sona erdiği görülmektedir. Söz konusu üç çalışmanın vurguladığı diğer bir önemli bilgi ise üyelerin pişmanlık başvuruları sonucunda biten kartel anlaşmalarının, doğal sebeplerden dolayı biten anlaşmalardan daha fazla olduğudur. Nitekim son yıllarda

ulusal ve uluslar arası düzeyde kartellerle mücadeleye verilen önemin artması, gelecek dönemlerde daha fazla kartelin rekabet hukuku uygulamaları ve özellikle pişmanlık başvuruları sebebiyle sonlanacağına işaret etmektedir.

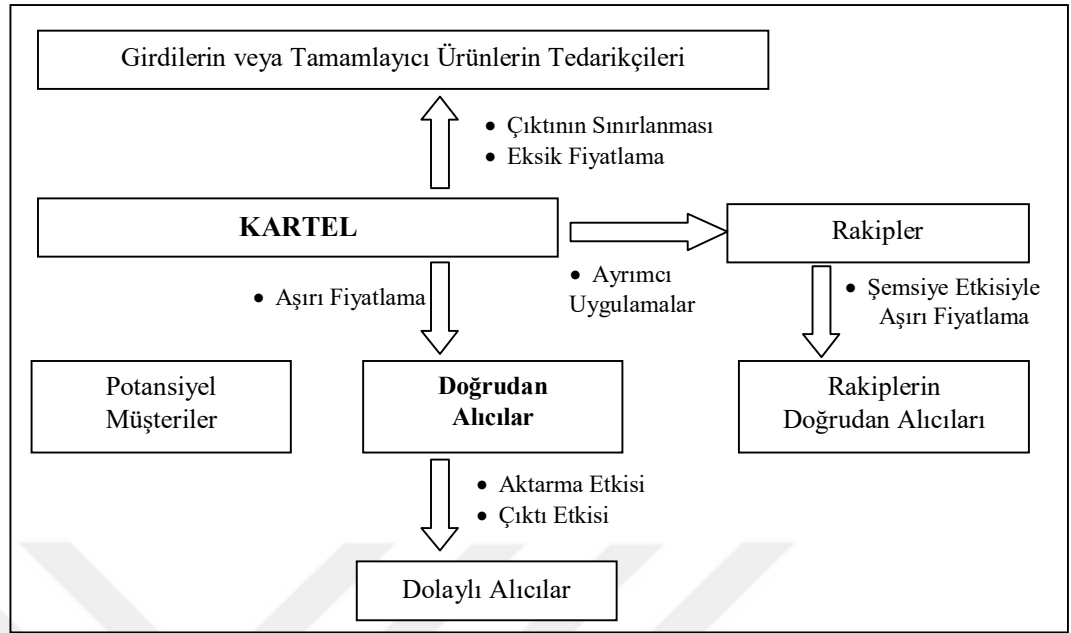
### 2.3. KARTELLERİN ZARARLARI

Hangi yöntemle işlese işlesin bir kartelden beklenen ilk etki ilgili mal veya hizmetin fiyatını rekabetçi düzeyin üzerine çıkarmasıdır. Kartelin fiyatlama davranışlarını belirlemesi veya çıktıyı sınırlaması durumunda etki doğrudan görülmekte, pazarı paylaşması durumunda ise etki dolaylı olmaktadır.<sup>21</sup> Fiyat artışı, ödeme gücü yeten tüketicilerden kartel üyelerine karşılıksız bir refah aktarımına sebep olmanın yanı sıra ödeme gücü yetersiz kalan tüketicilerin bir kısmını piyasadan çekilmek, bir kısmını da tüketimini azaltmak zorunda bırakır.

Kartellerin fiyat etkisi kadar belirgin olmayan zararları da bulunmaktadır (Bkz. Şekil 2.1). Bir endüstride kartelin varlığı, kartel üyesi olmayan firmalar üzerindeki rekabet baskısını azaltan “şemsiye etkisine” yol açabilmektedir. Bu sayede kartel dışı firmalar da rekabetçi fiyat üzerinde fiyatlar belirleyebilmektedir. Rekabeti tercih eden kartel dışı yerleşik firmalar veya olası rakipler ise kartellerin dışlayıcı uygulamalarıyla karşılaşabilmektedir. Diğer yandan kartel sebebiyle üretimin azalması, ilgili endüstriye girdi arz eden tedarikçilerin talebinin daralmasına yol açmaktadır. Ayrıca karteller, girdi tedarikçileri üzerinde alıcı gücü kullanarak girdi fiyatlarının rekabetçi düzeyin altına inmesine neden olabilmektedir (Freideriszick – Röller, 2010: 603-604).

---

<sup>21</sup> Başarılı bir pazar paylaşımı her firmaya kendi pazarı üzerinde tekel gücü kazandırarak kısmen de olsa kendi fiyat miktar bileşimini belirleme imkânı sunar. Ayrıca firmanın fiyat dışı rekabete girmesini de gereksiz hale getirir. Sonuçta hem fiyat rekabeti hem de fiyat dışı rekabet sınırlanır. Bu açıdan fiyat kartelinden daha fazla toplumsal refah kaybına sebep olabilir (Bkz. Blair - Kaserman 2008:201-205).



**Şekil 2.1.** Kartellerin Olası Zararları

**Kaynak:** Freideriszick – Röller, 2010: 603

Karteller bir yandan da uzun dönemli etkinsizliklere zemin hazırlamaktadır. Rekabet sürecinde elenmesi beklenen düşük verimli firmalar, gerek kartele katılarak gerekse kartele katılmaksızın şemsiye etkisinden yararlanarak varlıklarını sürdürebilmektedir (Freideriszick – Röller, 2010: 604). Karteller yeteri kadar uzun süre devam ettiğinde önceleri etkin olan firmalar dahi rekabetçi baskıya maruz kalmadıkları için kaynaklarını israf eder duruma gelebilmektedir. Üye firmaların ürün ve süreç yeniliği yapma güdülerinin zayıflamasına neden olan karteller dinamik etkinsizliğe de yol açabilmektedir (Utton, 2011: 73-74; Damgaard vd. 2011: 412).

Açıktır ki yalnızca kuramsal tartışmayla kartellerin sebep oldukları zararların ciddiyetini ortaya koyabilmek mümkün değildir. Bu sebeple görgül yazına da başvurmak gerekmektedir. Ancak ölçümdeki güçlükler nedeniyle görgül yazının görece zayıf kaldığı söylenebilir. Dahası, dolaylı ve uzun vadeli etkileri ölçmenin zorluklarından ötürü görgül yazında genelde fiyat etkisinin ölçümüyle yetinildiği görülmektedir. Bununla birlikte fiyat etkisi bile kartellerin gerçekten zararlı olduklarına dair ikna edici kanıtlar sunmaktadır.

Kartelin fiyat etkisi, kartel fiyatı ( $P_C$ ) ile rekabet sonucunda oluşması beklenen fiyat ( $P$ ) arasındaki farkla ölçülmektedir. Söz konusu fark, birim mal veya hizmet başına

satıcı tarafından ele geçirilen tüketici artığı olup “fazladan ödeme” (overcharge - OC) olarak da adlandırılmaktadır. Ne var ki rekabetçi fiyatın tam olarak bilinmesi mümkün değildir. O halde karşı olgusal (counterfactual) yaklaşımla rekabetçi fiyat yerine kullanılabilen bir fiyat belirlenmesi gerekmektedir (Davis – Garces, 2009: 351; Arslan, 2015: 17). Bu durumda fazladan ödeme, kartel fiyatı ( $P_C$ ) ile kartel anlaşmasının olmadığı varsayımına dayalı olarak belirlenen ve “olmasa fiyat” (but-for price) adı verilen fiyat ( $P_B$ ) arasındaki farka eşit olacaktır.

$$OC = P_C - P_B \quad (2.1).$$

Fazladan ödemenin büyüklüğü kartelin fiyatı etkileme gücünü, bir bakıma başarısını göstermektedir. Fazladan ödeme, oran olarak ifade edildiğinde daha açıklayıcı hale gelmektedir. Fazladan ödeme oranı ( $OC_R$ ), fazladan ödemenin olmasa fiyata oranlanmasıyla hesaplanabilir (Connor, 2014: 253):<sup>22</sup>

$$OC_R = \frac{P_C - P_B}{P_B} \quad (2.2).$$

Görgül çalışmalar kartellerin fiyat etkisinin ne kadar önemli boyutlara varabildiğini ortaya koymaktadır. Tablo 2.6’da yer verilen çalışmalar incelendiğinde kartellerin ortalama olarak %7,7 ile %95 arasında fiyat artışına neden olduğu görülmektedir. Aykırı değerlerden etkilenme olasılığına karşı ortanca değerler dikkate alınsa dahi etkinin ciddiyetini koruduğu anlaşılmaktadır. Nitekim Tablo 2.6’da görüldüğü üzere en düşük ortanca %7,8, en yüksek ortanca ise %44,5 değerini almaktadır.

---

<sup>22</sup> Fazladan ödeme oranı Lerner endeksi ile yakından ilişkilidir. Eğer karşı olgusal durumda tam rekabet koşulları geçerliyse olmasa fiyat marjinal maliyete eşit olur ( $P_B=MC$ ) ve fazladan ödeme oranı  $L=OC_R/1+OC_R$  formülü ile Lerner endeksine, Lerner endeksi ise  $OC_R=L/1-L$  formülü ile fazladan ödeme oranına dönüştürülebilir (Connor, 2014: 328). Ancak karşı olgusal durumda tam rekabet koşulları geçerli değilse dönüşüm işlemleri hatalı sonuçlara yol açacaktır (Boyer - Kotchoni, 2015: 127).

**Tablo 2.6.** Kartellerin Fiyat Etkisi (%)\*

	Gözlem Sayısı	Ortalama Fazladan Ödeme	Ortanca Fazladan Ödeme
Cohen ve Scheffman (1989) **	5 – 7	7,7 – 10,8	7,8 - 14
Griffin (1989), özel karteller **	38	46	44
Posner (2001) **	12	49	38
Levenstein ve Suslow (2002) **	22	43	44,5
Werden (2003) **	13	21	18
OECD (2002) uç değerler hariç **	12	15,75	12,75
Connor ve Bolotova (2006)	395	28,9	19
Bolotova, Connor ve Miller (2009)	333	26,2	22,5
Connor ve Lande (2008)	674	49	25
Bolotova (2009)	406	28	25
Connor (2014)	1535	94,9	23
Smuda (2014)	191	33,4	21
Boyer ve Kotchoni (2015)	1119	15,5	16

\*Yayınlarda Lerner endeksi olarak verilen değerler uyum sağlamak amacıyla fazladan ödeme oranına dönüştürülmüştür.

\*\* Connor ve Bolotova (2006: 1117)'den naklen.

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 2.6'daki çalışmalar arasında Connor (2014)'ün çalışmasını daha yakından ele almak yararlı olacaktır (Bkz. Tablo 2.7) Çünkü 1880'lerden 2013'e kadar varan geniş bir dönemi kapsayan söz konusu çalışma en yüksek gözlem sayısına sahip olmanın yanında fazladan ödeme oranının kartel türlerine göre nasıl değiştiğini de ortaya koymaktadır.



**Tablo 2.7. Kartel Türlerine Göre Fazladan Ödeme Oranı (%)**

	Üyelik		Yasal Durum		İhalede Danışıklı Teklif	Fiyat Karteli	Alıcı Karteli (Eksik Ödeme)
	Ulusal	Uluslararası	Suçlu	Akılanan			
<b>Ortanca</b>	18,2	25,1	22,3	26,0	18,7	24,5	19,8
<b>Ortanca (Etkili Karteller)</b>	20,0	27,0	23,3	30,0	19,8	26,6	21,6
<b>Ortalama</b>	34,6	56,1	48,7	48,6	54,5	47,2	43,6
<b>Ortalama (Etkili Karteller)</b>	37,8	58,7	50,5	51,6	56,0	50,6	45,5

**Kaynak:** Connor (2014)'deki 289, 290 ve 294 numaralı sayfalarda yer alan tablolardan yararlanılarak hazırlanmıştır.

Tablo 2.7'de ilk önemli ayrıntı etkili karteller ayrıdır. Bu ayrımın sebebi kartellerden bazılarının fiyatı yükseltmekte başarısız olmalarıdır. Yalnızca etkili karteller dikkate alındığında ortanca ve ortalama fazladan ödeme oranlarının beklendiği üzere yükseldiği görülmektedir. Bir başka önemli ayrıntı uluslararası kartellerin fiyatı yükseltmekte ulusal olanlara göre daha etkili olmalarıdır. Bu eğilim Bolotova (2009) ve Smuda (2014: 79) tarafından görgül olarak da doğrulanmıştır.

Ortanca değerler dikkate alındığında fiyatı etkileme gücü en yüksek olan kartel türünün fiyat kartelleri olduğu görülmektedir. Ortalamalar dikkate alındığında ise ihale kartellerinin fiyatı etkilemekte daha başarılı olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu çelişkili durumun aksine Connor ve Bolotova (2006) ile Bolotova (2009)'da ihale kartelleri ile diğer kartel türleri arasında fiyatı etkileme gücü açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yasal durum açısından bakıldığında ise soruşturma sonucunda suçluluğu ispatlanamayan kartellerin fiyatı etkileme gücünün daha fazla olduğu görülmektedir. Ancak Connor (2014: 296) aradaki bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığını vurgulamaktadır.

Kartellerin makro ekonomik etkilerini ölçen çalışmaların çoğunlukla yasal karteller üzerine yapıldığı söylenebilir. ABD'de Büyük Bunalım döneminde alınan Yeni Görüş tedbirlerinin bir parçası olarak 1933'de yürürlüğe giren Milli Endüstriyel İslah Yasası (NIRA) kapsamında izin verilen kartel anlaşmalarının etkileri üzerine yapılan araştırmalar bu konudaki çalışmaların başını çekmektedir. Örneğin Romer (1999) NIRA'nın, fiyatın çıktındaki değişime olan duyarlılığını azaltarak fiyat mekanizmasının

çalışmasına engel olduğunu vurgularken, Taylor (2002) NIRA kartellerinin aylık çıktıda %10 düzeyinde bir azalmaya sebep olduğunu hesaplamıştır. Geliştirdikleri teorik model çerçevesinde Yeni Görüş tedbirlerinin makroekonomik etkilerini ölçen Cole ve Ohanian (2004) kartelleştirme uygulamalarının, düzelmeyi yavaşlatmak suretiyle GSMH ile tüketim ve yatırım harcamalarını olması gerekenin önemli ölçüde altına düşürdüğü ve Büyük Bunalımın süresini yedi yıl uzattığı sonucuna ulaşmışlardır. Harkrider (2009) ise kartelleşen endüstrilerde yenilik faaliyetlerinin azaldığına ve 1930'lu yıllarda çok az sayıda yeni ürünün piyasaya çıktığına dikkat çekmektedir. Benzer bir biçimde, Japonya'da yürütülen rekabeti kısıtlayıcı hükümet politikalarının, 1990'lardaki durgunluğun uzamasına sebep olduğuna işaret eden çalışmalar bulunmaktadır.<sup>23</sup>

Kartellerin makro ekonomik etkilerini tartışmayı sonlandırmadan önce iki çalışmadan daha söz etmek gerekmektedir. Avrupa Komisyonunun 49 adet kartel kararında yer alan 141 firmanın finansal verilerini kullandıkları çalışmada Günster, Carree ve van Dijk (2011), kartel dönemlerinde söz konusu firmaların karlılıklarının yükseldiğini ancak verimlilik ve dinamik etkinliklerinin zayıfladığını belirlemişlerdir. Kartellerin makro ekonomik etkilerini 12 gelişmekte olan ülke özelinde inceleyen Ivaldi, Jenny ve Khimich (2016), bu ülkelerde rekabet otoriteleri tarafından cezalandırılan kartellerin etkilediği ticaretin GSYH'nın %6,38'ine, tüketiciye verdikleri zararın (fazladan ödeme) ise GSYH'nın %1'ine kadar ulaşabildiğini ortaya koymuşlardır.

#### 2.4. KARTELLERLE MÜCADELE

Kartellerle mücadelede üç aşamadan söz edilebilir. Bunlardan ilki tespit, ikincisi soruşturma, üçüncüsü ise yaptırım uygulama aşmasıdır (Harrington 2006: 1). Yetkili kurumun kartelin varlığından haberdar olduğu aşama tespit aşması olarak tanımlanabilir. Ancak yaptırım uygulanabilmesi için yalnızca tespit yeterli olmayıp kartelin varlığının hukuksal açıdan da kanıtlanması gereklidir. Bu sebeple soruşturma aşamasına geçilerek kartel anlaşmasının varlığına ilişkin hiçbir kuşku bırakmayacak

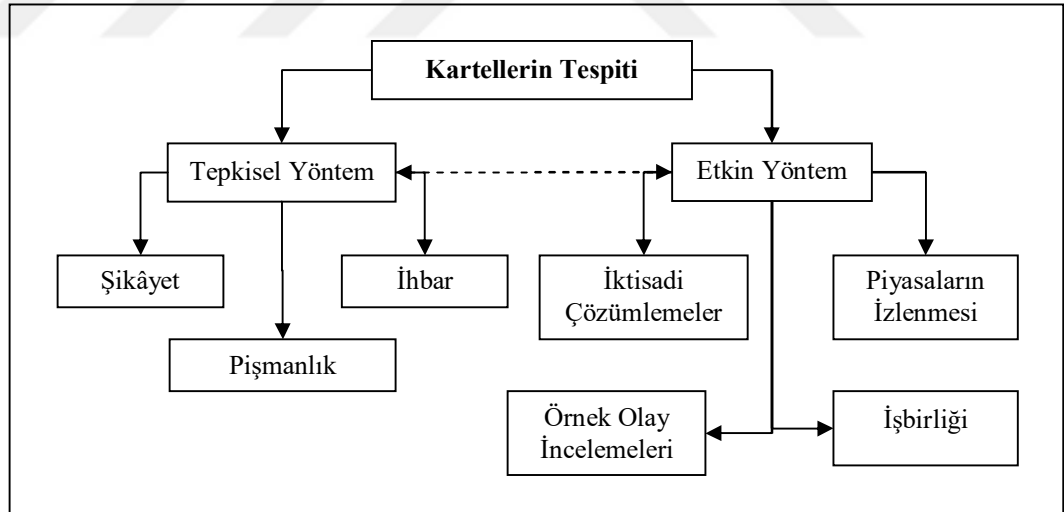
---

<sup>23</sup> Bkz. M.E. Porter, H. Takeuchi and M. Sakakibara (2000) ve M. E. Porter and M. Sakakibara (2004)

kadar kanıt derlenmelidir. Yaptırım aşamasında ise caydırıcılık sağlayacak yaptırımlar uygulanması gerekmektedir.<sup>24</sup>

#### 2.4.1. Kartellerin Tespiti

Rekabeti korumakla görevli kurumların kartelleri tespit edebilmek için kullandığı yöntemleri genel olarak tepkisel (reactive) ve etkin (proactive) şeklinde ikiye ayırmak mümkündür. Tepkisel yöntem kartelin varlığını ele veren şikâyet, ihbar veya pişmanlık başvurusunun ardından yürütülen araştırma sürecini kapsamaktadır. Etkin yöntemde ise kartellerin herhangi bir başvuruya gerek duyulmadan tespit edilmesine yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Eşgüdüme yatkın piyasaları belirlemek, izlenmek ve bu piyasalardaki olası kartelleri elemek (screen) amacıyla iktisadi çözümler yapmak, tamamlanmış kartel soruşturmaları üzerinde ayrıntılı incelemelerde bulunmak ve rekabet kurumları arasında işbirliği geliştirmek etkin yöntemler arasında yer almaktadır (Şekil 2.2). Günümüzde kartellerin tespitinde şikâyetler hala başı çekmekle birlikte eleme yöntemleri ve pişmanlık düzenlemeleri giderek önem kazanmaktadır (ICN, 2010: 6-20; Hüschelrath, 2010: 524).



Şekil 2.2. Kartel Tespit Yöntemleri

Kaynak: Hüschelrath (2010: 525)'den uyarlanmıştır.

<sup>24</sup> Caydırıcılık özel ve genel caydırıcılık olarak ikiye ayrılmaktadır. Özel caydırıcılık yasaları ihlal edenlere yaptırım uygulayarak onları yasaları tekrar ihlal etmekten vazgeçirmektir. Genel caydırıcılık ise yasaları ihlal edenlere uygulanan yaptırımlarla başkalarını yasaları ihlal etmekten vazgeçirmektir. Hukuki yaptırımların temel amacının genel caydırıcılık olduğu kabul edilmektedir (Buccirossi vd. 2009: 4-5).

### **2.4.1.1. Kartel Eleme Yöntemleri**

Rekabetin sorunlu olduğu endüstrileri ve bu tür endüstrilerde rekabeti kısıtlamaya yönelik davranışlarda bulunan firmaları belirlemek üzere tasarlanmış sınamalara kartel eleme yöntemleri denilmektedir. Bu yöntemlerle fiyatlar, maliyetler, pazar payları ve teklifler gibi verilerdeki aykırılıklar ortaya çıkarılmaktadır (Abrantes-Metz – Bajari, 2009: 66). Eleme yöntemleri temelde ikiye ayrılmaktadır. Bunlardan ilki kartel oluşumuna uygun özellikler taşıyan piyasaları teşhis etmeye yarayan yapısal eleme (structural screen) yöntemidir. İkincisi ise davranışsal eleme (behavioral screen) olarak adlandırılan ve eşgüdümün piyasadaki sonuçlarına odaklanan yöntemdir. Yapısal yöntemin amacı hangi endüstrilerde kartellerin oluşabileceğini belirlemek iken, davranışsal yöntemin amacı endüstriye ilişkin verilerden hareketle var olan bir karteli açığa çıkarmaktır (Harrington, 2006: 3). Bununla birlikte eleme yöntemleri sadece tespit aşamasında değil, kartelden zarar gören taraflar ve rekabeti korumakla görevli kurumlarca soruşturma ve yaptırım aşamasında kullanılmaya da uygundur (Abrantes-Metz – Bajari, 2009: 69).

Rekabetin yatay olarak kısıtlanmasına zemin hazırlayan piyasa özelliklerine önceki bölümlerde değinildiği için doğrudan davranışsal eleme yönteminin ayrıntılarına girmek daha yararlı olacaktır. Bu yöntemde, genelde kolay elde edebilen piyasa verileri olan fiyat ve miktarla ilgili çözümlenmeler yapılarak kartelin varlığına ilişkin işaretler (marker) aranmaktadır.

#### **2.4.1.1.1. Fiyat İşaretleri**

Kartel anlaşmalarının amacı fiyatı yükseltmek olduğuna göre ilk işaretler fiyatların zaman içindeki hareketlerinde aranmalıdır. Bir endüstride ortalama fiyatın yükselmesi, firmaların bireysel fiyatlarının koşut olarak hareket etmesi ve fiyatlardaki düşme ve yükselme yönlü hareketliliğin diğer bir deyişle değişkenliğin azalması halinde kartelin varlığından şüphe duyulabilir. Ne var ki benzer örüntüler rekabet ortamında da görülebilir. Örneğin fiyatlardaki koşut yükselme endüstri talebindeki veya girdi maliyetlerindeki artışa verilen tepkinin sonucu olabilir, fiyatlardaki değişkenliğin azalması ise talepteki veya girdi maliyetlerindeki değişkenliğin azalmasıyla açıklanabilir. Öyleyse görülen örüntülerin karteğe işaret etmesi için talep veya maliyetlerle herhangi bir ilgisinin bulunmaması gerekmektedir.

Kartelleşen bir endüstride fiyat örüntüsünün önce rekabetçi seviyenin üzerine yükselme, ardından bu seviyede görece kararlı olarak devam etme, anlaşmanın bozulması halinde ise hızla düşme şeklinde olması beklenebilir.<sup>25</sup> Kartele taraf olan firmalar fiyatlarını birden veya zamana yayarak kademeli bir şekilde yükseltebilirler. Ancak çeşitli sebeplerden ötürü kademeli artış olasılığı daha yüksektir. İlk olarak talep veya maliyetlerle ilgisi olmayan keskin fiyat artışları hem müşterilerin hem de rekabeti korumakla görevli kurumların dikkatini çekecektir. İkincisi, birbirlerine güvenemeyen rakipler aldatılma olasılığına karşı fiyatlarını kademeli olarak artırmayı tercih edebilirler. Son olarak, kartelin tüm üyelerini tatmin edecek fiyatın tam olarak bilinmemesi sebebiyle kademeli fiyat artışları tercih edilebilir. Fiyatın istenilen düzeye yükselmesinin ardından değişkenliğinin azalması, eşgüdümü yeniden sağlamanın güçlükleriyle ilgilidir. Örneğin talepteki veya maliyetlerdeki değişimlere göre fiyatın yeniden ayarlanması yakalanma olasılığını artıran yeni bir pazarlık süreci gerektirebilir, pazarlık süreci olmaksızın yapılan fiyat ayarlamaları ise fiyat savaşına yol açabilir. Dolayısıyla kartel üyesi firmalar değişen koşullara uyum sağlama konusunda istekli davranmayıp, rekabetçi firmalar kadar hızlı tepki veremezler (Bos, 2009: 107-109; Kaplow, 2011: 378-381).

Anlaşmanın bozulması durumunda aldatan firmaların cezalandırılması amacıyla fiyat savaşını başlatılması fiyatın hızla düşmesine sebep olacaktır ki bu durum fiyat savaşının öncesinde bir kartelin varlığına işaret edecektir. Fiyat savaşını sebebiyle belirgin biçimde düşmüş olan fiyatın, talep veya maliyetlerle açıklanamayacak biçimde tekrar yükselmeye başlamasıysa anlaşmanın yenilenmiş olduğunun göstergesi olabilir (Kaplow, 2011: 381-382).

Piyasa fiyatı veya firmaların bireysel fiyatlarında gözlemlenen örüntülerin yanı sıra firmaların fiyatları arasındaki koşutluk da bir kartel anlaşmasının işareti olabilir. Ancak koşut fiyatlandırma davranışlarının, örneğin uzun bir dönem boyunca yakın aralıklara, aynı yönde ve oranda değişen bireysel fiyatların, firmalar arasında eşgüdüm bulunduğu dair işaret niteliği taşıyıp taşımadığı rekabet hukuku ve sanayi iktisadi yazının tartışmalı konularından biridir. Çünkü koşut fiyatlandırma davranışları, yukarıda da

---

<sup>25</sup> Bu şekilde bir fiyat örüntüsü küresel sitrik asit kartelinde belirgin bir biçimde görülmüştür (Bkz. Connor, 2007: 145)

vurgulandığı üzere piyasa koşullarına verilen benzer tepkilerle açıklanabilmektedir (Harrington, 2006: 6; Kaplow, 2011: 377).

#### **2.4.1.1.2. Miktar İşaretleri**

Kartellerin hileli davranışları önleyebilmek amacıyla pazar paylaştıklarından söz edildi. Her firma için satış kotası belirlenmesi halinde firmalara ait pazar paylarının kartelin etkin olduğu dönem boyunca fazla değişmemesi beklenebilir. Öyleyse bir endüstride zaman içinde sabit kalan pazar payları kartelin varlığına işaret edebilir. Kartel tüm firmaları kapsamıyorsa kartel dışındaki firmaların pazar payları değiştikçe kartel üyesi firmaların toplam pazardaki payları değişecektir. Bununla birlikte kartel satışları içindeki üye payları sabit kalmaya devam eder. Dolayısıyla bir grup firmanın satışları içinde, bu gruba dâhil firmaların satış paylarının değişmemesi de karteğe işaret edebilir (Harrington, 2006: 10-11). Benzer şekilde, bir endüstrideki firmaların coğrafi pazarları veya müşteri kitleleri uzun süre değişmiyorsa bu durum kartelleşme belirtisi olabilir (Posner, 2001; 79).

Bir endüstride kartel kurulması, üretim kısılması nedeniyle üye firmalarda uzun süreli atıl kapasite oluşmasına yol açacaktır. Başka bir ifadeyle kartel, üye firmaların kapasite kullanım oranlarının kalıcı şekilde düşmesine sebep olur. Öte yandan üye firmalar, anlaşmanın bozulması ve fiyat savaşının başlaması ihtimaline karşın atıl kapasiteye sahip olmak isteyebilirler. O halde uzun süre atıl kapasiteyle çalışan firmaların varlığı kartel işaretlerinden birisi olabilir (Blanckenburg – Geist, 2009: 424).

#### **2.4.1.1.3. Görgül Çalışmalar**

Kartellerin, piyasa verilerinin zaman içindeki hareketlerinde kendilerini ele verebilecek bir takım işaretler bıraktıkları görgül çalışmalarla da kanıtlanmıştır. Abrantes-Metz vd. (2006) 1984-1989 yıllarında etkin olan ABD deniz ürünleri alım ihalesi kartelinin sona ermesinin ardından ortalama fiyat seviyesinin %16 gerilediğini ve fiyatın standart sapmasının %200'ün üzerinde yükseldiğini tespit etmişlerdir. Bolotova, Connor ve Miller (2008) ise küresel lizin ve sitrik asit kartellerinin fiyat seviyesi ve fiyatın değişkenliği üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Yazarlar, her iki ürünün kartel dönemi fiyat seviyesinin kartel öncesi ve sonrası dönemlere göre daha yüksek olduğunu, ancak yalnızca lizin fiyatının varyansının kartel döneminde azaldığını belirlemişlerdir. 1981-2001 yıllarında etkin olan Alman çimento kartelini ele aldıkları

çalışmalarında Blanckenburg ve Geist (2009), kartelin etkin olduğu dönemde çimento fiyatındaki değişimin varyansının kartel sonrası döneme göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

#### **2.4.1.2. Pişmanlık**

Pişmanlık düzenlemesi, dâhil olduğu karteli tespit edilmeden önce rekabet kurumuna bildiren ve soruşturma sürecinde kartelin ortaya çıkarılması amacıyla kurumla işbirliğinde bulunan firmalara ceza indirimi yapılması biçiminde tanımlanabilir (Spagnolo, 2008: 259). Pişmanlık düzenlemelerinin ardındaki gerekçe, rekabet kurumlarının kartellerin kırılabilirliğinden faydalanmak suretiyle tespit etme ve cezalandırma olasılığını yükseltme çabasıdır (Utton, 2011: 134). Yöntemin özgün olan yanı yalnızca mevcut kartelleri kararsızlaştırması değil aynı zamanda kartel kurmaya istekli firmalar arasında güvensizlik oluşturarak caydırıcılık sağlayabilmesidir (Spagnolo, 2008: 270).

Pişmanlık yönteminin nasıl işlediği iki üyeli kartelde, üye firmaların pişmanlık başvurusu yapıp yapmamak arasında karar vermek durumunda olduğu işbiriksiz oyun modeli ile açıklanabilir. (Viscusi – Harrington – Vernon, 2005: 149-150). Firmaların kartelden elde ettikleri bireysel kar  $\Pi_i^k$ , kartelin sonlanması halinde elde edilecek bireysel rekabetçi kar  $\Pi_i$ , yakalanma ve ceza alma olasılığı  $P$ , ceza tutarı  $F$  ve tazminat tutarı  $D$  ile temsil edilsin. Eğer her iki firma da pişmanlık başvurusu yapmazsa  $(1-P)$  olasılıkla yakalanmayacak ve kartel karı elde etmeye devam edecekler veya  $P$  olasılıkla yakalanıp rekabetçi karla yetinmenin ötesinde ceza ve tazminat ödeyeceklerdir. Bu durumda beklenen kazanç (2.3) numaralı eşitlikle ifade edilir:

$$E(\Pi) = (1-P) \Pi_i^k + P(\Pi_i - F - D) \quad (2.3)$$

Her iki firma aynı zamanda pişmanlığa başvurduğunda cezalarında yarı yarıya indirim yapıldığı kabul edilirse her bir firmanın ödemesi gereken tutar, ceza tutarının yarısı ve tazminatın toplamına  $(F/2 + D)$  eşit olacaktır. Yalnızca bir firma başvurduğunda söz konusu firma cezadan muaf olup yalnızca tazminat ödeyecek ( $D$ ), diğer firma hem tam ceza hem tazminat ödeyecektir ( $D + F$ ). Bu değerler bir oyun matrisine yerleştirilerek çözüm bulunabilir (Bkz Tablo 2.8).

**Tablo 2.8.** Pişmanlık Başvurusu Oyunu

	Başvur	Başvurma
Başvur	$\frac{\Pi_i - F/2 - D}{\Pi_i - F/2 - D}$	$\Pi_i - D$ $\Pi_i - F - D$
Başvurma	$\Pi_i - F - D$ $\Pi_i - D$	$(1-P) \Pi_i^k + P(\Pi_i - F - D)$ $(1-P) \Pi_i^k + P(\Pi_i - F - D)$

Bu oyundaki Nash dengesi her iki firmanın pişmanlığa başvurmasıdır. Çünkü bir firma pişmanlığa başvurduğunda diğerinin de başvurması cezasının yarıya inmesini sağlamaktadır. Diğer firmanın pişmanlığa başvuracağını beklentisi içindeki her firma pişmanlığa başvurmayı tercih edecektir. Her iki firmanın da pişmanlığa başvurmaması ancak (2.4b) numaralı eşitsizlik geçerli ise denge olabilir

$$(1-P)\Pi_i^k + P(\Pi_i - F - D) > \Pi_i - D \quad (2.4a)$$

$$(1-P)(\Pi_i^k - \Pi_i + D) > PF \quad (2.4b)$$

Daha açık bir ifadeyle pişmanlığa başvurulmaması, kartelden elde edilen bireysel kar ile rekabetçi kar arasındaki farkın yeteri kadar büyük olması veya tazminatların cezaya göre yeteri kadar yüksek olması halinde denge olabilir. Bu durumu önlemenin yolu ise yakalanma ve ceza alma olasılığını veya cezaları yeteri kadar yükseltmektir.

#### 2.4.2. İspat Sorunu

Koşut davranışların gözlemlendiği her piyasada rekabet hukuku ihlali sonucuna ulaşamayacağı, özellikle karşılıklı bağımlılık bilinciyle hareket edilen oligopol piyasalarda rekabet hukuku ihlali olarak kabul edilemeyecek koşut davranışlar görülmesinin mümkün olduğu vurgulandı. Öyleyse rekabeti kısıtlamayı amaçlayan karteller ile firmaların bağımsızca aldıkları kararlar sonucu oluşan koşut davranışların birbirinden ayrılması gerekmektedir. Bu ayrımı yapabilmeyenin en doğru yolu anlaşmanın varlığını kanıtlayan doğrudan delillere ulaşmaktır. Anlaşmanın taraflarını ve işleyiş biçimini ortaya koyan yazılı belgeler, toplantı tutanakları, sesli ya da görüntülü görüşme kayıtları bu tür delillere örnek olarak sayılabilir. Fakat anlaşmaların gizlilik içinde yürütülmesi ya da dolaylı yöntemlerin tercih edilmesi sebebiyle doğrudan delillere



ulaşılması neredeyse imkânsızdır (Kovacic, 2006: 818; Hay, 2006: 878; OECD, 2006b: 20; Kaplow, 2011:410).

Kartelin varlığını kanıtlayan doğrudan delillere ulaşılamadığında dolaylı/ikincil delillere (circumstantial evidence) başvurulabilir. Rekabet hukuku öğretisi ve uygulamasında kabul gören dolaylı delil türlerinin başında ilgili piyasanın yapısı gereği, anlaşmadan başka iktisadi ve akılcı bir açıklaması bulunmayan veya anlaşma olmadıkça rakip firmaların bireysel çıkarlarına aykırı görünen davranışlar gelmektedir. Firmaların iletişim/bağlantı (communication) kurduklarını veya iletişim kurabilme fırsatına sahip olduklarını gösteren bulgular da dolaylı delil olarak kabul görmektedir (Baker, 1993:176-177; Hay, 2006; 884-887; Motta, 2009: 111-115).<sup>26</sup> Bir diğer dolaylı delil türü ise kolaylaştırıcı uygulamaların varlığıdır (Hylton, 2003: 145; OECD, 2006b: 20; Page, 2010: 26). ABD ve AB rekabet hukukunda, rekabeti sınırlayıcı anlaşmaların kanıtlanması amacıyla dolaylı delillerin kullanımına uzun zamandır başvurulmaktadır ve konuyla ilgili çok sayıda karar bulunmaktadır.<sup>27</sup> Söz konusu kararlardan yazında sıklıkla başvuru alanlara değinmek dolaylı delil kavramını daha açık hale getirebilir.

Dolaylı delil konusunda bahsedilmesi gereken ilk karar ABD’de Interstate Circuit (1939) davasında alınmıştır. Interstate sinema işletmelerinin yöneticisi, sekiz film dağıtıcısına ilk kez gösterilecek filmlerin belirli bir fiyatın altında ve diğer filmlerle ikili gösterime konulmasını kısıtlamalarını öneren bir mektup göndermiştir. Bu mektupların her birine tüm dağıtıcıların adreslerini yazarak aynı mektubun her birine gönderildiğini öğrenmelerini sağlamıştır. Yargı, film dağıtıcılarının neredeyse eş zamanlı olarak yerine getirdikleri bu önerilerin önceki uygulamalardan çok farklı olmasının yanı sıra her bir film dağıtıcısının aynı mektubu diğerlerinin de aldığını bilmesi sebebiyle bağımsız hareket edildiğini kabul etmenin mümkün olmadığına ve dağıtıcılar arasında rekabeti sınırlayan bir anlaşma bulunduğu karar vermiştir. Karar, Yüksek Mahkeme tarafından da onaylanmıştır (Hay, 1982: 458-460; Werden, 2004: 738).

American Tobacco (1946) kararında Amerikan yargısı bir adım daha ileri giderek koşut davranışların varlığından anlaşma yoluyla rekabetin sınırlandırıldığı sonucuna

<sup>26</sup> Örneğin anlaşmanın ayrıntılarını içermeyen fakat rakip firmalar arasında telefon görüşmesi, etkinlik ve toplantı gibi yöntemlerle yürütülen sık bir iletişimin bulunduğunu gösteren deliller (Kovacic, 1993; 45, Hay 2006; 886)

<sup>27</sup> Dolaylı deliller Amerikan rekabet hukukunda ilave etkenler (plus factors) olarak da adlandırılmaktadır (Blair - Kasperman 2008: 236).

ulaşmıştır. Davanın konusu, piyasanın büyük bölümünü elinde tutan üç büyük sigara üreticisinin 30'lu yıllar boyunca aynı fiyatları uygulamaları, aynı dönemde ve aynı oranda fiyat artırmalarıdır. Öyle ki sigara üreticileri Büyük Bunalım sebebiyle tütün ve işçilik maliyetlerinin düştüğü dönemde dahi fiyatlarını yükseltmişler ve ucuz sigara satan üreticileri dışlayıcı davranışlarda bulunmuşlardır (Hylton, 2003: 139). Doğrudan delil bulunmayan bu olayda mahkeme, makul bir iktisadi açıklaması bulunmayan koşut davranışları gizli bir anlaşmanın varlığını kanıtlamak için yeterli dolaylı delil olarak kabul etmiştir.

Amerikan Yüksek Mahkemesi 1954 yılındaki Theatre Enterprises davasında ise yalnızca koşut davranışların bir anlaşmanın varlığını ispatlamaya yeterli olmadığına karar vermiştir. Dava konusu olayda dokuz film dağıtıcısından ilk kez gösterime girecek filmleri taşradaki salonlarında göstermek üzere isteyen bir sinema işletmecisi, dağıtıcıların tamamından olumsuz yanıt almıştır. Sinema işletmecisi, film dağıtıcılarının kendisine film vermemek üzere anlaşmış oldukları gerekçesiyle konuyu yargıya taşımıştır. Mahkeme, anlaşmış olduklarına yönelik doğrudan bir delil bulunmayan film dağıtıcılarının, filmlerini şehir merkezinde göstermeleri halinde daha fazla kazanç sağlayacaklarını ortaya koymaları sebebiyle koşut davranışların bireysel tercihlere dayalı olduğu sonucuna varmıştır (Yüksel, 2004: 9).

American Column and Lumber (1921) davasında, ABD'nin ulusal kereste üretiminin yaklaşık üçte birini karşılayan üreticilerin ticaret birliği aracılığıyla üretim, fiyat, satış ve stok bilgilerini düzenli olarak paylaşması, Yüksek Mahkeme tarafından rekabeti sınırlayıcı gizli bir anlaşmanın delili olarak kabul edilmiştir (Hylton, 2003: 145-146). Benzer şekilde, ABD'nin güney doğusundaki karton kutu üretiminin yüzde doksanı karşılayan on sekiz üreticiyle ilgili Container Corp. (1969) davasında Yüksek Mahkeme, üreticilerin en son müşterilerine uyguladıkları fiyatları paylaşmalarını rekabetin sınırlandırıldığına karar vermek için yeterli görmüştür (Yüksel, 2004: 24). Cement Institute (1948) davasında ise Yüksek Mahkeme, çimento üreticisi üyelerden oluşan ticaret birliğince (Cement Institute) uygulamaya konan çoklu üs noktası fiyatlandırması yöntemiyle üyeler arasındaki rekabetin sınırlandırıldığına karar vermiştir (Hylton, 2003: 155).

AB Komisyonu Boyar Madde (1969) kararında, 1964-67 yılları arasında neredeyse eşanlı ve aynı oranda üç kez fiyat artıran, ayrıca 1967 yılındaki bir toplantıda fiyat artırımını konusunu görüşmüş olan boya üreticilerinin uyumlu eylemde bulunarak rekabeti kısıtladıklarına karar vermiştir. ATAD (1972) temyiz davasında, fiyat duyuruları ve pazarın ulusal olarak bölünmesi gibi dolaylı delillerin yanı sıra ilgili pazarın hacmi, firmaların sayısı ve büyüklüğü göz önüne alındığında pazarın olağan koşullarına uymayan koşut davranışların uyumlu eylem delili olarak kabul edilebileceği gerekçesiyle kararı onaylamıştır (Yüksel, 2004: 30-31).

Komisyon, Kâğıt Hamuru (1985) kararında üçer aylık dönemlerle fiyat duyuruları yapan kâğıt hamuru üreticilerinin 1975-81 yılları arasında uyumlu eylemde bulduklarına karar vermiştir. Kararda, eşanlı duyuruların ve duyurulan fiyatların aynı olmasının oligopolcü karşılıklı bağımlılık ile açıklanmasının mümkün olmadığı vurgulanmıştır. Ancak ATAD (1993) temyiz sürecinde uzman iktisatçılara yaptırdığı kapsamlı bir araştırmanın ardından, koşut davranışların pazarın oligopole eğimli yapısıyla açıklanabileceği, fiyat duyurularının ise uzun vadeli satın alma yapılan bir pazarda risklerini azaltmak isteyen müşterilerin isteklerine akılcı bir tepki olduğu gerekçeleriyle Komisyonun kararını bozmuştur (Cengiz, 2006: 295-298).

Bir tür petrokimya ürünü olan Polipropilen (1986) kararında Komisyon 1977 yılından 1983'e kadar ayrıntılı bilgi paylaşımında bulunmak, hedef fiyat ve kota belirlemek üzere düzenli toplantılarla bir araya gelen on beş üreticinin aralarındaki rekabeti sınırladıklarına karar vermiştir. Üreticiler söz konusu faaliyetlerinin ilgili piyasada etkili olmadığı gerekçesiyle Komisyonun kararını temyiz etmişlerdir. Ancak İlk Derece Mahkemesi rekabeti sınırlama amacı açık olan bu faaliyetlerin piyasada etki edip etmemesinin önemli olmadığını belirterek Komisyonun kararını onaylamıştır (Rodger – Macculloch, 2009: 183-184).

### **2.4.3. Yaptırımlar**

Rekabet hukuku yaptırımlarının iki ayağı bulunmaktadır. Bunlardan ilki rekabet kurallarını ihlal edenlere kamu yetkilileri tarafından uygulanan kamu hukuku yaptırımları, ikincisi ise rekabet kurallarının ihlalinden zarar gören özel şahıslar tarafından hukuk yoluyla uygulatılan geçersizlik ve tazminat biçimindeki özel hukuk yaptırımlarıdır.

Rekabet hukuku açısından kamu hukuku yaptırımlarının başlıca amacı iktisadi aktörlerin rekabet hukukuna uygun davranmasını sağlamak, diğer bir ifadeyle rekabet kurallarının ihlalini caydırmaktır. Özel hukuk yaptırımlarının öncelikli amacı ise ihlal sonucu oluşan zararın sonlandırılması ve tazmin edilmesidir. Bununla beraber özellikle tazminatın caydırıcılığı pekiştirici etkisi olduğu kabul edilmektedir (Hüschelrath – Peyer 2013; OECD, 2015b).

Rekabet hukuku yaptırımlarına ilişkin kuramsal tartışmada ekonomik suç olan kartellere karşı ekonomik yaptırımların yeterli olacağı görüşü öne çıkmaktadır. Uygulamada ise ekonomik yaptırımların caydırıcılık konusunda tek başına yeterli olmadığı iddia edilmektedir (Werden, 2009; Ginsburg – Wright, 2010; Werden – Hammond - Barnett, 2011). Bu sebeple olmalıdır ki kartellere karşı uygulanan yaptırımlarda çeşitlilik söz konusudur. Yaptırımlar hem firmalara hem de bireylere uygulanabilmektedir. Firmalara uygulanan yaptırımlar para cezaları ve tazminatlar, bireylere uygulanan yaptırımlar ise para cezaları, hapis veya yöneticilikten alıkoyma cezalarıdır.

#### ***2.4.3.1. Firmalara Yaptırımlar***

##### ***2.4.3.1.1. Suçun ekonomik kuramı ve caydırıcı ceza***

Suçun ekonomik kuramı, C. Beccaria ve J. Bentham'ın suç ve cezaya ilişkin fikirlerini günümüze taşıyan G. Becker öncülüğünde gelişmiştir. Bentham faydacılığına ve akılcı seçim varsayımına dayanan Becker'e (1968) göre potansiyel suçlular tıpkı diğer bireyler gibi akılcı davranmakta ve faydasını en çoklaştırmayı amaçlamaktadır. Potansiyel bir suçlu, suç işleyip işlememek arasında karar verirken suçun getirisini ve maliyetini karşılaştırmaktadır.

Becker'in yaklaşımı suçtan beklenen faydanın suçun getirisi ve maliyetinin fonksiyonu olarak ifade edildiği bir model çerçevesinde açıklanabilir. Bireyin fayda fonksiyonu  $U(.)$ , suçtan elde edeceği parayla ifade edilen getirisi  $Y$  ve suçun parayla ifade edilen yaptırımını  $f$  ile temsil edilirse yakalanmama durumunda elde edilecek fayda  $U(Y)$ , yakalanma durumunda elde edilecek fayda ise  $U(Y-f)$ 'ye eşit olur. Yakalanma ve ceza alma olasılığı  $P$  ile temsil edilirse suçun beklenen faydası (2.5) numaralı denklem ile ifade edilir;

$$E(U)=P.U(Y-f)+(1-P).U(Y) \quad (2.5)$$

Olası suçlu beklenen faydanın pozitif olması durumunda suçu işleyecek, negatif olması halinde ise işlemeyecektir. Yakalanma ve ceza alma olasılığındaki veya cezanın şiddetindeki artış beklenen faydanın pozitiften negatife dönmesini sağlayarak suçun işlenmesini caydırabilecektir (Eide – Rubin – Shepherd, 2006: 208).

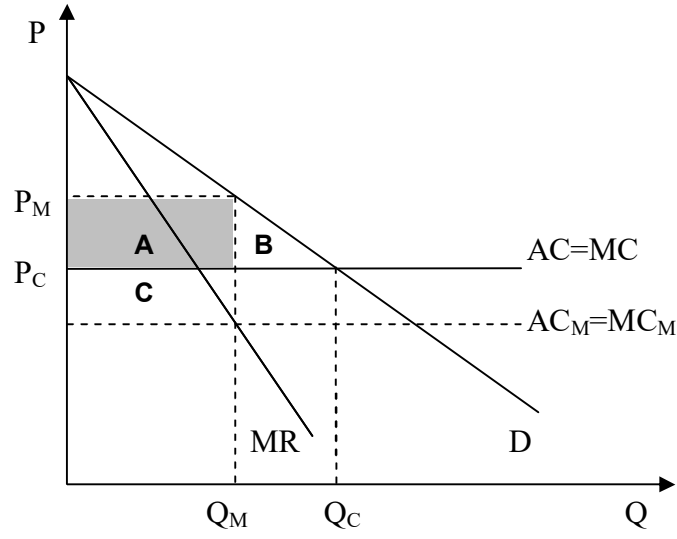
#### **2.4.3.1.2. Rekabet hukuku ihlalleri için en uygun ceza**

Çalışmasında rekabet hukuku ihlallerine verilen cezalara da kısaca değinen Becker (1968: 199) ihlalin topluma verdiği zarara eşit bir cezanın, zarardan daha fazla kazanç yaratmayan ihlallerin işlenmesi caydırabileceğini vurgulamıştır. Becker'in bu yaklaşımı, başlıca amacı caydırıcılık olduğu kabul edilen rekabet hukuku yaptırımlarına ilişkin tartışmalarda önemli bir yer tutmaktadır. W. Landes (1983) rekabet hukuku ihlallerine verilecek en uygun ceza hakkındaki çalışmasında Becker'in yaklaşımını esas almaktadır. Landes'e (1983) göre rekabet hukuku ihlalleri için en uygun ceza ihlalin suçlu dışındakilere verdiği net zarara eşittir. Çünkü cezanın net zarara eşit olması, başkalarına verdiği zarardan daha fazla getiri yaratan ihlallerin caydırılmasını önleyerek ekonomik etkinliğin artmasını sağlayacaktır.

Etkinlik artıran rekabet ihlali, tekelleşme ile sonuçlanan ama aynı zamanda ortalama maliyetin düşmesini sağlayan kurgusal bir birleşme örneğiyle açıklanabilir (Hylton 2003: 44-45).<sup>28</sup> Sabit maliyetle çalışan rekabetçi bir endüstrideki firmaların tekel oluşturacak şekilde birleştiklerini kabul edelim. Şekil 2.3'de görüldüğü üzere birleşme öncesi fiyat ( $P_C$ ) ortalama maliyete ( $AC$ ) eşit olup endüstrinin üretim miktarı  $Q_C$  kadardır. Birleşme sonrasında ortalama maliyet  $AC_M$  seviyesine düşmekle beraber fiyat kar en çoklaştırması koşulu gereği  $P_M$ 'ye yükselir, üretim miktarı ise  $Q_M$ 'ye geriler.

---

<sup>28</sup> Bu çözümlenme ilk olarak Williamson (1968) tarafından yapıldığından "Williamson değiş tokuşu" olarak adlandırılmaktadır.



**Şekil 2.3.** Etkinlik Artıran Tekelleşme

Birleşme üretici refahını C ve A alanlarının toplamı kadar artırmakta fakat aynı zamanda tüketici refahını A ve B alanlarının toplamı kadar azaltmaktadır. C alanı üretim maliyetinin azalması sonucu ortaya çıkarken, A alanı tüketiciden üreticiye doğru refah aktarımıdır. B alanı ise üretimin azalmasının sebep olduğu refah kaybıdır. Bir başka ifadeyle birleşme toplumsal refahı B alanı kadar azaltırken C alanı kadar artırmaktadır. Başkalarına verilen net zarar ilkesine göre böyle bir rekabet ihlaline verilmesi gereken en uygun ceza tüketici refahındaki azalmaya yani A ve B alanlarının toplamına eşittir. Çünkü üretim maliyetindeki azalma toplumsal refah kaybından büyükse ( $C > B$ ) birleşme caydırılmamış olacak ve toplum bundan kazançlı çıkacaktır ( $A+C > A+B$ ). Aksine üretim maliyetindeki azalma toplumsal refah kaybından küçükse ( $C < B$ ) ekonomik etkinliği artırmayan bir birleşmenin caydırılması mümkün olacaktır ( $A+C < A+B$ ).

Rekabet ihlalinin gizlilik içinde sürdürülebilmesi olanaklı ise başkalarına verilen net zarara eşit bir ceza caydırıcılık işlevini yerine getiremeyecektir. Çünkü yakalanma ve ceza alma olasılığı birden küçük olacak ve beklenen ceza azalacaktır. Örneğin rekabet otoritesi her üç ihlalden yalnızca birini belirleyip cezalandırabiliyorsa beklenen ceza geçerli cezanın üçte birine eşit olur. Öte yandan yaptırımın bir maliyeti varsa bunun net zarara ilave edilmesi gerekmektedir. Bu hususlar dikkate alındığında

caydırıcılık sağlayacak en uygun ceza, başkalarına verilen net zarar ve yaptırım maliyeti toplamının yakalanma ve ceza alma olasılığına bölümüne eşittir (Landes, 1983: 657).<sup>29</sup>

Becker ve Landes'in yaklaşımları, ihlalin sebep olduğu zararın ihlali işleyen tarafından karşılanması önerdiği için içselleştirme olarak adlandırılmaktadır. İçselleştirme yaklaşımı rekabet yasalarının temel amacının ekonomik etkinliği veya toplumsal refahı en çoklaştırmak olduğunu savunan Chicago Okulunun bakış açısına uygun düşmektedir. İçselleştirme, rekabet ihlalini işleyen ve ihlalden zarar görenlerin refahına aynı derecede değer vermekte ve rekabet ihlalini adeta fiyatlandırmaktadır. Rekabet yasalarının amacının tüketici refahının piyasa gücüne sahip teşebbüsler tarafından ele geçirilmesini önlemek veya daha geniş anlamda tüketici egemenliğini ve rekabetçi piyasa yapısını korumak olduğu kabul edilirse içselleştirme yaklaşımı caydırıcılık düzeyi açısından yetersiz kalabilir. Yalnızca getirisi başkalarına verilen zarardan küçük olanların değil, tüketici refahında azalmaya yol açabilecek tüm ihlallerin caydırılabilmesi için ihlalden elde edilecek kazancı ortadan kaldıracak büyüklükte bir ceza uygulanmalıdır. Zira kazancın ortadan kalkması ihlali gerçekleştirme güdüsünü de ortadan kaldıracaktır. Bu çerçevede en uygun ceza ihlalden elde edilen kazancın yakalanma ve ceza alma olasılığına bölümüne eşit olacaktır (Wils, 2006: 191-192).

En uygun cezanın kazanca mı yoksa zarara mı eşit olması gerektiği tartışması rekabet hukuku ihlalinin kartel olması durumunda daha ilginç bir hal almaktadır. Karteller ekonomik etkinlik yaratmadığı için üretici refahındaki artış yalnızca tüketiciden üreticiye aktarılan refahtan ibarettir. Hâlbuki kartelin tüketici refahında sebep olduğu azalma, üretimin azalması sonucu ortaya çıkan toplumsal refah kaybı sebebiyle, tüketiciden üreticiye aktarılan refahtan daha büyüktür. Başka bir ifadeyle tüketicilere (başkalarına) verilen net zarar kartel üyelerinin (ihlali işleyenlerin) kazancından her zaman daha büyük olmaktadır. Zararın kazancın üzerine çıktığı gerçeği, cezanın kazanca dayalı olması durumunda yeteri kadar caydırıcılık sağlayamayacağı kaygısını gündeme getirmektedir. Bu sebeple kartelleri caydırabilecek en uygun cezanın başkalarına verilen net zarara eşit olduğu sonucuna varılabilir. Ancak yukarıda da değinildiği üzere kazanç ortadan kalktığında ihlali işleme güdüsü de yok

---

<sup>29</sup> En uygun cezanın belirlenmesinde dikkate alınması gereken diğer bir etken firma yöneticilerinin risk tutumlarıdır. Ancak büyük halka açık firmaların yöneticilerinin genel olarak riske kayıtsız oldukları kabul edilebilir. Çünkü bu firmaların farklı risk tutumuna sahip çok sayıda hissedarı bulunur ve hissedarların bireysel risk tercihlerinin yöneticiler tarafından dikkate alınması mümkün olamaz (Utton, 2011: 114).

olacağından kazanca eşit cezanın kartellerin caydırılmasını sağlayacak en düşük ceza miktarı olduğunu söylemek mümkündür (Combe – Monnier, 2011: 246).

Yaptırımın maliyetsiz olduğu kabul edilir, yakalanma ve ceza alma olasılığı P, kartelden elde edilecek kazanç  $\Pi_C$  ve ceza f ile temsil edilirse beklenen kazancı sıfıra eşitleyerek caydırıcılığı sağlayacak ceza miktarı (2.6b) numaralı eşitlikle hesaplanabilir

$$0 = P.(\Pi_C - f) + (1-P).\Pi_C \quad (2.6a)$$

$$f = \Pi_C / P \quad (2.6b)$$

İster kazanca dayalı olsun ister zarara dayalı, ceza miktarının belirlenmesi bir takım güçlükler içermektedir. Öncelikle rekabetçi fiyat ile kartel fiyatı arasındaki fark olan fazladan ödeme ve üretim miktarına ilişkin bilgileri elde etmek gerekmektedir. Bu aşamadaki güçlük rekabetçi fiyatın belirlenmesidir. Bir diğer güçlük yakalanma ve ceza alma olasılığını tam olarak bilmenin mümkün olmamasıdır. Yakalanma ve ceza alma olasılığı gerçekte olduğundan daha yüksek tahmin edilirse kazanç veya zarar doğru tahmin edilmiş olsa bile ceza yeterli caydırıcılığa ulaşamayacaktır. Kartelin sebep olduğu zararı belirleyebilmek içinse kazancın yanı sıra üretimin azalması sonucu ortaya çıkan toplumsal refah kaybını da hesaplamak gerekmektedir. Toplumsal refah kaybının hesaplanabilmesi, arz ve talep esnekliklerini bilmeyi gerektirdiğinden çok daha zordur. Tüm bu etkenler göz önüne alındığında, toplumsal refah kaybını dikkate almadığı için kazanca dayalı cezanın görece daha kolay hesaplanabileceği görülmektedir. Göreli kolaylığı kazanca dayalı cezayı tercih edilebilir kılmaktadır. Kazanca dayalı cezanın tercih edilmesi durumunda kazanç ile zarar arasındaki farkın yol açabileceği yetersiz cezalandırma tehlikesi ise ilave edilecek fazladan bir miktar ceza ile önlenabilir (Camilli, 2005: 3-7).

#### **2.4.3.1.3. Tazminatlar**

Kamu hukuku yaptırımları caydırıcılık oluşturarak toplumu kartellerden koruyabilir. Ancak bu yaptırımlar, kartellerin başta tüketiciler olmak üzere toplumun farklı kesimlerine fiilen verdikleri zararları doğrudan telafi edemezler. Kartellerin sebep oldukları zararları kısmen de olsa telafi etmenin yolu özel hukuk yaptırımı olan tazminatlardır. Ne var ki tazminat davalarında aşılması güç olabilen engellerle karşılaşmaktadır.



Tazminat davalarının başarıya ulaşmasının önündeki ilk engel kartelin şüpheye yer bırakmayacak şekilde ispatlanmasıdır. Fakat dava konusu kartel, rekabeti korumakla görevli kurum tarafından tespit edilip cezalandırılmışsa bu engel ortadan kalkmış olur. İkinci olarak tazminat talep eden tarafın, kartelden doğrudan zarar gördüğünü ortaya koyması gerekmektedir. Son olarak, talep edilen tazminat miktarı kabul edilebilir bir gerekçeye dayandırılmalıdır (Utton 2011: 122). Bununla beraber rekabeti korumakla görevli kurumlar, cezalandırılan kartellere ilişkin bilgi ve belgeleri davacılarla paylaşmak suretiyle zararın kanıtlanması ve tazminat tutarının belirlenmesi konularında davacıların yükünü önemli ölçüde hafifletebilirler (Wils 2009: 15-16).

Tazminatlar, hem kartel tarafından el konulan refahın asıl sahiplerine geri aktarılmasını sağlar hem de kartelden elde edilen kazancı ortadan kaldırarak caydırıcılık yaratır. Bu durumda ayrıca kamu hukuku yaptırımlarına gerek olup olmadığı sorusu gündeme gelebilir. Ne var ki yukarıda açıklanan sebeplerden ötürü rekabeti korumakla görevli kurumların bilgi ve belge desteğinden yoksun kalan tazminat çabalarının başarıya ulaşma olasılığı yüksek değildir (Hüschelrath – Peyer 2013: 17-18). Diğer yandan kartellerin sebep olduğu toplumsal refah kaybı tazminatlar yoluyla dahi telafi edilememektedir. Buna karşın kamu hukuku yaptırımları rekabet hukuku ihlallerini caydırmak suretiyle telafisi mümkün olmayan refah kayıplarının oluşmasını önleyerek kamusal fayda sağlamaktadır. Bu bakımdan kamu hukuku ve özel hukuk yaptırımları birbirlerine almasıktan çok birbirlerini tamamlayıcı nitelik taşımaktadır (OECD 2015b: 36-37).

#### ***2.4.3.2. Bireylere Yaptırımlar***

Yukarıdaki çözümlerde yaptırımların tek öznesinin firma olduğu kabul edildi. Rekabet ihlalinden elde edilen kazanç firmanın eline geçtiğine göre para cezasının öznesinin firma olması olağandır. Ancak firma gerçek bir birey olmayıp genellikle birden çok gerçek bireyden oluşan bir örgüttür. Bu topluluk içinde hissedarlar, yöneticiler ve çalışanlar bulunmaktadır. Firma adına alınan her türlü karar gibi rekabet hukukunu ihlal eder nitelikteki kararlar da aslında gerçek bireyler tarafından alınmakta ve uygulamaya konulmaktadır. Karar alıcı konumundaki kişiler, bireysel yaptırımla karşılaşma olasılığı bulunmadığı sürece firmayı kartel gibi yüksek kazanç sağlayan bir ihlal içine sokmaktan çekinmeyeceklerdir. Öyleyse sadece firmaya yaptırım

uygulanması kartellerin caydırılması bakımından yeterli olmayıp bireylere uygulanacak yaptırımlarla caydırıcılığın pekiştirilmesi gerekmektedir (OECD, 2009: 18; Orman, 2010: 18).

Bireylere yaptırım uygulamanın bir diğer gerekçesi firmalara verilen para cezalarını caydırıcılık sağlayacak seviyeye yükseltmenin uygulamada mümkün görünmemesidir. Gerçekten de kartel süresince elde edilen kazanç ne kadar yüksek olursa olsun, caydırıcılık esasına dayalı olarak belirlenecek cezalar firmaların ödeme güçlüğü içine girmesine, varlıklarını elden çıkarmasına ve hatta iflasına yol açabilir (Wils, 2006: 195; Werden – Hammond – Barnett, 2011: 211-12). Bu durumda rekabetin daha fazla zarar görmesi olasıdır.

Bireylere uygulanabilecek yaptırımların başında para cezası gelmektedir. Bu türde bir yaptırımın faydası, kartelden elde edilmesi beklenen kazançtan bireysel çıkar sağlamayı uman karar alıcı konumundaki yönetici veya çalışanların beklenen kazançlarını azaltarak ihlali caydırabilecek olmasıdır. Ayrıca topluma ek maliyeti olmayan bir yaptırım türüdür. Ancak bireylere uygulanacak para cezalarının caydırıcı olabilmesinin önünde bir takım engeller bulunmaktadır. İlk olarak, bireyin kartelden elde ettiği çıkarı belirlemenin güçlüğünden ötürü caydırıcı para cezasının miktarını belirlemek çok zordur. Caydırıcı ceza miktarı belirlenebilse dahi tıpkı firma cezalarında olduğu gibi ödeme gücü sorunuyla karşılaşılabilir. İkincisi firmaların bireylere verilen cezaları üstlenmesi durumunda cezanın birey üzerindeki caydırıcı etkisi tamamen ortadan kalkacaktır (OECD, 2009: 19).

Bireylere uygulanabilecek yaptırımlardan bir başkası hapis cezasıdır. Yukarıda vurgulandığı üzere firmalara ve bireylere uygulanan para cezalarının yeterli caydırıcılığa ulaşabilmesi her zaman mümkün olmamaktadır. Firmada karar alıcı konumundaki bireyler açısından hapse girme olasılığı para cezasından çok daha fazla caydırıcılık sağlayabilir. Hapis cezalarının bir diğer faydası pişmanlık düzenlemelerinin etkinliğini artırabilmesidir. Çünkü pişmanlık düzenlemelerinin etkinliği beklenen cezanın yeteri kadar yüksek olmasına bağlıdır. Caydırıcı düzeye ulaşamayan, ulaşsa bile firma tarafından ödenme ihtimali bulunan bireysel para cezalarının kartelden haberdar yönetici veya çalışanları pişmanlığa başvurmaya teşvik etmesi ise mümkün değildir. Hapis cezaları, kartelle ilgisi bulunan bireylere af ya da indirim karşılığında soruşturma

aşamasında rekabet kurumuyla işbirliği yapmak yönünde güçlü bir teşvik sağlayarak soruşturma sürecini de kolaylaştırabilir. Öte yandan hapis cezaları toplumda kartel üyeliğinin ağır bir suç olduğuna ilişkin algı oluşturarak genel caydırıcılığı pekiştirebilir (Werden – Simon 1987; Werden – Hammond – Barnett, 2011: 213-15).

Ne var ki hapis cezaları da kusursuz değildir. Öncelikle bireyleri hapsedmenin toplumsal maliyetleri vardır. Diğer yandan hapis cezaları, ceza yargılaması alanına girdiğinden, şüpheyi ortadan kaldıracak delillere ulaşma zorunluluğu doğurarak ispat yükümlülüğünün artmasına yol açmaktadır. Bu durum ilgili kurumların iş yükünü olumsuz şekilde etkileyebilmekte ve hüküm giydirmeyi zorlaştırabilmektedir. Ayrıca hissedarlar, yöneticiler veya çalışanlar içinde kimlerin firmanın kartel üyeliğinden sorumlu ya da haberdar olduklarını ve hapis cezası almaları gerektiğini belirlemek güç olabilmektedir (OECD, 2009: 25; Kaplow, 2011: 427-28).

Kartel üyesi firma yöneticilerinin herhangi bir firmada yöneticilik yapmalarının sınırlı süreliğine yasaklanması da bireylere uygulanabilecek yaptırımlar arasında yer almaktadır. Yöneticilikten alıkoyma cezası, kartelle ilgisi bulunan yönetici için gelecekte elde edilmesi beklenen yüksek miktarda gelirden mahrum kalmak gibi doğrudan ve önemli bir fırsat maliyeti doğurabilir. Bir yandan da ilgilinin iş gücü piyasasındaki itibarını zedeleyerek dolaylı bir yaptırım işlevi görebilir (Ginsburg – Wright, 2010: 20). Ne var ki yalnızca yönetici konumundaki bireylere uygulanabilecek türde bir yaptırım olması ve ilgililerin iş veya gelir kayıplarının firma tarafından dolaylı yöntemlerle telafi edilebilme olasılığı söz konusu yaptırımın caydırıcılığı hakkında tereddütlere yol açmaktadır (Orman, 2010: 26).

## 2.5. ABD VE AB'DE KARTELLERLE MÜCADELE

### 2.5.1. ABD Rekabet Hukukunda Karteller

ABD'de rekabetin korunmasına ilişkin temel düzenleme 1890 yılında çıkarılan Sherman Yasasıdır. Yasa, 19. yüzyılın son dönemlerinde yaşanan bunalımların yol açtığı yıkıcı rekabetten kaçınmak isteyen birçok endüstride 1880'lerde ortaya çıkan geniş çaplı işletme birlikleri veya tröstlere karşı oluşan siyasal tepkinin ürünüdür. Yasanın ilk iki maddesi rekabetin korunmasına ilişkin temel hükümleri içermektedir. İlk madde ticareti kısıtlayan sözleşme, birlik ve gizli anlaşmaları, ikinci madde tekelleşme

ve tekelleşme amaçlı birlik ve gizli anlaşmaları yasaklamaktadır. 1914 yılında Sherman Yasasının yetersizliklerini gidermek üzere iki yasa daha çıkarılmıştır. Bunlardan ilki dikey sınırlamalar ve birleşmeler hakkında hükümler içeren Clayton Yasası, ikincisi ise rekabet hukuku alanında soruşturma yapabilen ve yaptırım uygulayabilen özel bir kurum olan Federal Ticaret Komisyonunu (FTK) kuran FTK Yasasıdır (Viscusi – Harrington – Vernon, 2005: 69–70).

ABD’de rekabet hukuku ihlallerine karşı hem kamu hem de özel hukuk yaptırımları kullanılmaktadır. Kamu hukuku alanında Adalet Bakanlığı Antitröst Bölümü Sherman Yasasının uygulanmasından tek başına sorumlu iken Clayton Yasasının uygulanması sorumluluğunu FTK ile paylaşmaktadır. Antitröst Bölümü rekabet hukukunu ihlal edenlere hukuk veya ceza davası açabilmektedir. Hukuk davalarının amacı ihlalin sona erdirilmesi iken ceza davalarının amacı ihlalcileri cezalandırmaktır (Church – Ware, 2000: 891–892). Antitröst Bölümünün, rekabet hukukunu ihlallerine karşı kamusal yaptırımların başlıca uygulayıcısı olduğunu söylemek mümkündür.

Sherman Yasasını ihlal eden bireylere ve şirketlere karşı uygulanan yaptırımların başında para cezaları gelmektedir. Yasa yürürlüğe girdiğinde para cezasının üst sınırı 5.000 ABD doları olarak belirlenmiş, uzun bir süre sonra 1955’te 50.000 ABD dolarına çıkarılmıştır. 1974 yılında kökten bir değişiklik yapılarak kartele katılmanın ağır suç (felony) olduğu kabul edilmiş ve para cezasının üst sınırı bireyler için 100.000, şirketler için 1 milyon ABD dolarına yükseltilmiştir (Herron 2002: 940). Yasada 1990’da yapılan değişiklikle bireyler için 350.000, şirketler için 10 milyon ABD dolarına çıkarılan para cezası üst sınırı 2004’de yapılan en son düzenlemeyle bireyler için 1 milyon, şirketler içinse 100 milyon ABD dolarına ulaşmıştır (Ginsburg – Wright, 2010: 4).

Öte yandan 1980’li yıllarda çıkarılan ve genel cezalandırma sisteminde önemli değişiklikler meydana getiren üç yasa, rekabet ihlallerine verilen para cezalarının da yeniden biçimlenmesine sebep olmuştur. Söz konusu yasalardan ilki olan 1984 tarihli Cezalandırma Reformu Yasasında (Sentencing Reform Act) cezalandırma sürecinde şeffaflık sağlanması ve süreçteki eşitsizliklerin giderilmesi amaçlanmış, cezalandırma politikalarını belirleyecek bağımsız bir komisyon kurulması ve cezalandırmadaki

farklılıkların ortadan kaldırılması için rehberler çıkarılması öngörülmüştür. Yine 1984’de çıkarılan Para Cezası İnfaz (Criminal Fine Enforcement) ve 1987’de çıkarılan Para Cezası Islah (Criminal Fine Improvements) Yasalarıyla rekabet hukuku ihlallerinin de aralarında bulunduğu çeşitli suçları işleyen bireylere ve örgütlere suçtan elde ettikleri kazancın veya suçun karşı tarafa verdiği zararın iki katına kadar ceza verilebilmesine olanak tanınmıştır.<sup>30</sup>

Cezalandırma Reformu Yasası uyarınca kurulan komisyonun hazırlamış olduğu ilk Cezalandırma Rehberi Kasım 1987’de yürürlüğe girmiştir. 1991’de yenilenen ve örgütler için cezalandırma rehberi ile genişletilen Rehber, rekabet hukuku ihlallerine verilen cezalarda ciddi artışa olanak tanımıştır (Herron 2002: 933). Rehberin rekabet hukuku ihlallerine ilişkin bölümünde fiyat sabitleme, pazar paylaşma ve ihalelerde danışıklılık türündeki yatay kısıtlamaların çok ağır ekonomik zararlara sebep olduklarına dair yaygın bir mutabakat bulunduğu ve sadece bu ihallerle ilgili rehber düzenlendiği belirtilmektedir.<sup>31</sup> Bu bakımdan Rehber, karteğe katılma suçu işleyenlere verilecek cezaların belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır.

Cezalandırma Rehberine göre öncelikle temel ceza belirlenmektedir. Ardından ağırlaştırıcı etkenlere verilen puanların toplanıp hafifletici etkenlere verilen puanların çıkarılmasıyla suçluluk sayısı hesaplanmakta, suçluluk sayısına karşılık gelen en düşük ve en yüksek çarpanların temel cezayla çarpılmasıyla cezanın alt ve üst sınırları belirlenmektedir.

Rekabet hukuku ihlallerinde temel ceza şirketler için etkilenen ticaret hacminin %20’sidir. Bu oranın esas alınmasının gerekçesi olarak Rehberde, fiyat sabitlemeden elde edilen ortalama kazancın tahminen satış fiyatının %10’u olduğu ancak fiyat artışı nedeniyle veya başka sebeple ürünü almayan tüketiciler bulunduğundan oluşan zararın kazancı aştığı ifade edilmektedir. Zarar kazancı aştığından etkilenen ticaretin %20’sinin temel cezaya esas alınması şart koşulmaktadır. Ticaret hacminin belirli bir oranını esas

---

<sup>30</sup> 18 U.S.C. § 3571(d); Cezalandırma Reformu Yasasıyla 18 U.S.C. § 3571 yasalaşmış, Para Cezası İnfaz Yasasıyla 18 U.S.C. § 3571(d) eklenmiş, Para Cezası Islah Yasasıyla 18 U.S.C. § 3571(d)’ye ekleme yapılmıştır (Herron 2002: 940). Bu düzenlemelerle rekabet hukuku ihlallerine verilecek cezalar için alması bir üst sınır oluşmuştur. Yürürlükteki 18 U.S.C. § 3571(d)’ye göre “Eğer bir kişi ihlalden parasal bir kazanç elde ediyor veya ihlal sanıktan başka birinin parasal kayba uğramasına sebep oluyorsa, sanık kazancın ya da kaybın iki katından daha fazla olmayan para cezasıyla cezalandırılabilir...” (Werden – Hammond - Barnett 2011:221).

<sup>31</sup>United State Sentencing Commission Guidelines Manual (2015) Part R – Antitrust Offences §2R.1.1, Commentary, pp.311-312 (Guidelines Manual)

almakla gerçek kazanç ya da kaybı belirlemek için gereken zaman ve maliyetten kaçınılması amaçlanmaktadır. Bununla beraber gerçek fiyat artışının %10'dan önemli ölçüde fazla ya da az olduğu izlenimi varsa ceza miktarı belirlenirken bu etmenin Rehberin ceza sınırları içinde dikkate alınması gerektiği belirtilmektedir (Guidelines Manuel 2015: 311).

Ceza aralığını hesaplamak üzere belirlenen temel ceza suçluluk sayısına karşılık gelen en düşük ve en yüksek çarpanla çarpılmaktadır. Rehberde, en fazla 4 değerini alabilen çarpanın rekabet hukuku ihlalleri için 0,75'den daha küçük olamayacağı belirtildiğinden ceza miktarının etkilenen ticaret hacminin %15'i ( $20 \times 0,75$ ) ile %80'i ( $20 \times 4$ ) arasında olabileceği sonucuna ulaşılmaktadır (Herron, 2002: 938).

Rehberde göre bireyler için para cezası aralığı etkilenen ticaretin %1'i ile %5'i arasında olmakla birlikte para cezasının 20.000 ABD dolarından daha az olması mümkün değildir. Ceza belirlenirken sanığın ne ölçüde suça katıldığı, suçtaki rolü ve kişisel olarak elde ettiği çıkarın boyutu dikkate alınmaktadır. Sanığın ödeme gücünün yeterli olmadığı durumda para cezası yerine kamu hizmeti sunma yükümlülüğü verilebilmektedir (Guidelines Manuel 2015: 310).

Bireylere uygulanan yaptırımların ikinci ayağını ise hapis cezası oluşturmaktadır. Sherman Yasasının yürürlüğe girdiği tarihte üst sınırı bir yıl olarak belirlenen hapis cezası, para cezası kadar sık olmamakla beraber aşamalı olarak artırılmıştır. 1974'de üç yıla yükseltilen üst sınır 2004'deki son düzenlemeyle on yıla çıkarılmıştır. Hapis cezasının süresi, para cezasının miktarı gibi Cezalandırma Rehberine göre belirlenmektedir (Orman, 2010: 47-48).

ABD'de rekabet hukuku cezalarının miktarını etkileyen başka bir etken pişmanlık düzenlemesidir. 1978 yılında yürürlüğe giren ancak beklenen başarı elde edilemediği için 1993'de yenilenen pişmanlık düzenlenmesiyle, kartel suçuna karışan şirketlerin ve bireylerin cezalarında önemli indirimler yapılmaktadır. Henüz bir soruşturma başlatılmamışken kanıtlarıyla birlikte karteli ihbar eden ve soruşturma sürecinde işbirliği yapan ilk kartel üyesi şirkete, kartelin kurucusu olmaması koşuluyla cezadan tam muafiyet sağlanabilmektedir. Ayrıca bu şirketin yönetici ve çalışanları da para ve hapis cezalarından muaf tutulabilmektedir. Soruşturma sürecinde işbirliğinde bulunan kartel üyesi şirketlerin cezalarında ise başvuru sırası ve işbirliğinin boyutuna

göre yüzde seksen ile yüzde yirmi arasında indirim yapılabilir. Pişmanlık düzenlemesinin sunduğu seçenekler bu kadarla sınırlı olmayıp “ilave af” (amnesty plus) olarak adlandırılan başka bir seçenek daha bulunmaktadır. Buna göre üye olduğu kartellerden birini ilk ihbar eden olma fırsatını kaçıran şirket, üye olduğu başka bir karteli kanıtlarıyla beraber ihbar eden ilk şirket olursa, ikinci kartelden alacağı cezadan tam muafiyet kazanmanın yanında ilk kartelden alacağı cezadan ilave indirim elde edebilmektedir (Connor, 2007: 71; Utton, 2011: 135).

ABD rekabet hukukunda ihlallere karşı uygulanan özel hukuk yaptırımları Clayton Yasası ile düzenlenmiştir. Yasanın 4. Maddesine göre işi veya mal varlığı rekabet hukuku ihlali sebebiyle zarar görenler, yasaları ihlal eden taraftan zararlarının üç katı kadar tazminat alabilmektedir (Hylton, 2003: 30).

### **2.5.2. AB Rekabet Hukukunda Karteller**

AB’de rekabete ilişkin kurallar Avrupa Birliği’nin İşleyişi Hakkındaki Antlaşmanın (ABİHA) 101. ve 102. maddelerinde düzenlenmektedir.<sup>32</sup> 101. madde üye devletlerarasındaki ticareti etkileyebilecek, iç pazardaki rekabetin engellenmesi, sınırlanması veya bozulması amacı ya da etkisine sahip anlaşma, uyumlu eylem ve kararları, 102. madde iç pazarda hâkim durumun kötüye kullanılmasını yasaklamaktadır. Bu yasakları ihlal edenleri cezalandırma yetkisi ABİHA’nın 105. maddesi ve 1/2003 sayılı Konsey Tüzüğü ile Komisyona verilmiştir.<sup>33</sup> Tüzüğün 23. maddesinin 2 numaralı paragrafında esasa ilişkin ihlallere verilecek para cezaları düzenlenmektedir. Buna göre ABİHA’nın 101. ve 102. maddelerinin ihlal edilmesi durumunda Komisyon ilgili teşebbüse bir önceki iş yılında elde ettiği toplam cironun %10’nuna kadar ceza verme yetkisine sahiptir.

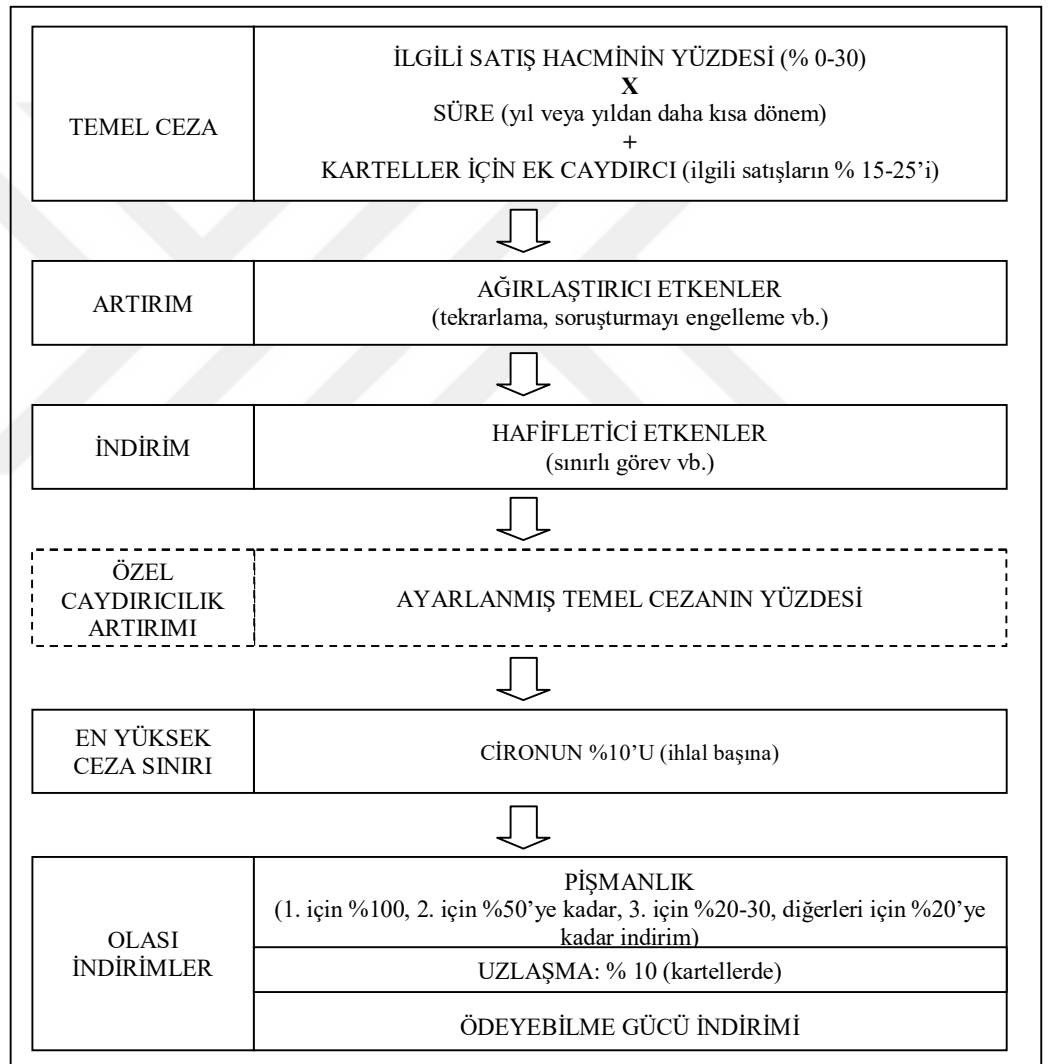
Komisyon, 1998 yılına kadar ABİHA’nın 101. ve 102. maddelerini ihlal eden teşebbüslere verdiği cezaları belirlerken herhangi bir rehber kullanmamıştır. Cezalandırma sürecinde şeffaflık ve kararlarda tutarlılık sağlamak üzere cezaların nasıl

---

<sup>32</sup>101. ve 102. Maddelerin, ABİHA’nın öncülleri olan Avrupa Ekonomik Topluluğu Antlaşmasındaki (1957) karşılıkları 85. ve 86. Maddeler, Amsterdam Antlaşmasındaki (1997) karşılıkları ise 81. ve 82. Maddelerdir.

<sup>33</sup>Council Regulation No 1/2003 on the implementation of the rules on competition laid down in Articles 81 and 82 of the Treaty.

belirleneceğine dair bir takım ölçütlerin ortaya konulduğu ilk rehber Ocak 1998'de yayımlanmıştır. Günümüzde kullanılmakta olan rehber ise Eylül 2006'da yürürlüğe girmiştir.<sup>34</sup> 2006 Rehberine göre para cezaları belirlenirken iki aşamalı bir süreç izlenmektedir. İlk aşamada ihlalin ağırlığı ve süresine bağlı olan temel ceza belirlenmekte, ikinci aşamada ağırlaştırıcı ve hafifletici unsurlar dikkate alınarak cezada ayarlamalar yapılmaktadır. Rehberde kartellere verilecek cezanın belirlenme süreci Şekil 2.4'deki şemayla özetlenebilir.



**Şekil 2. 4.** AB Rekabet Hukukunda Cezalandırma Süreci

**Kaynak:** Gündüz (2012: 58)

<sup>34</sup>Guidelines on methods of the setting fines imposed pursuant to Article 23(2)(a) of Regulation No 2003/1.



Temel ceza hesaplanırken öncelikle ihlalin ağırlığına bağlı olarak teşebbüsün, ihlalden etkilenen coğrafi pazarda ihlalin son yılındaki satışlarının değerinin belirli bir oranı alınmaktadır. Söz konusu oranın üst sınırı %30 olup, rehberde en zararlı rekabet ihlali olarak kabul edilen karteller için yüksek bir oranın dikkate alınması gerektiği belirtilmektedir. Satışların değerinin yüzdesi olarak belirlenen miktar daha sonra ihlal süresi ile çarpılmaktadır. Öte yandan yine karteller için ihlalin süresinden bağımsız olarak satışların değerinin %15'i ile %25'i arasında bir miktar, caydırıcılık amacıyla cezaya eklenmektedir.

Rehberde, temel cezanın ayarlanması aşamasında dikkate alınacak ağırlaştırıcı etkenlere örnek olarak ihlalin tekrarlanmış olması, soruşturmanın engellenmesi ve ihlalde öncü olunması sayılmaktadır. Hafifletici etkenlere verilen örneklerden bazıları ise Komisyon müdahale eder etmez ihlalin sonlandırılması, ihlalde görece sınırlı görev alınması ve ihlalin ihmal sonucu işlenmesidir. Ayrıca Komisyon özel caydırıcılığı sağlamak üzere cirosu ihlalle alakalı satış hacmine göre büyük olan teşebbüslerin cezalarını yükseltebilecek ve ihlalden elde edilen haksız kazancın hesaplanabildiği durumlarda cezanın kazancın üzerine çıkması için gerekli artırımını göz önünde bulunduracaktır. Ancak 1/2003 sayılı Konsey Tüzüğü gereğince, ihlalci teşebbüs veya teşebbüs birliğine verilecek olan ceza, hiçbir durumda teşebbüsün veya teşebbüs birliğinin bir önceki iş yılı toplam cirosunun %10'unu geçmemektedir.

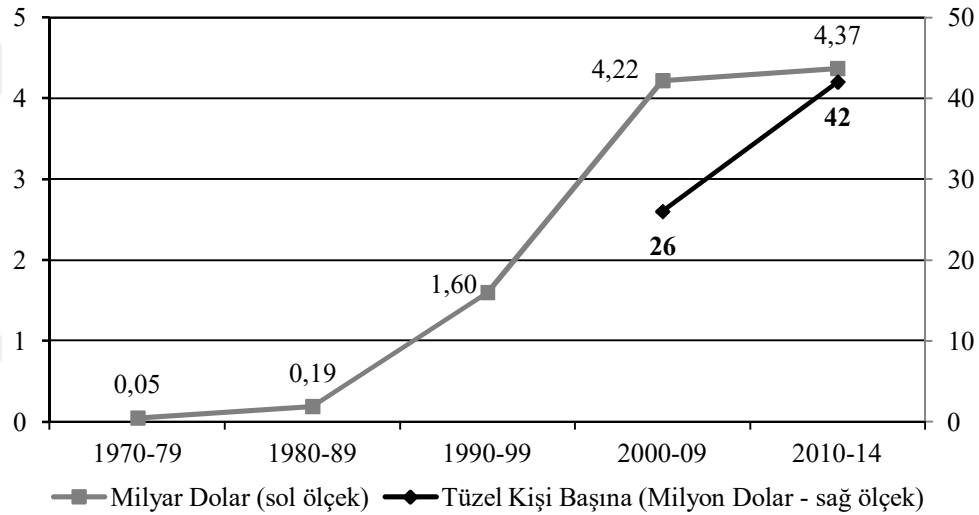
Cezanın belirlenme sürecinde son aşama olası indirimlerin cezaya yansıtılmasıdır. Kartel vakalarında pişmanlık programına başvuran ve gerekli koşulları sağlayan teşebbüslerden ilkine cezadan tam muafiyet verilmekte, ardından gelen teşebbüslerin cezalarında öncelik sırasına göre indirim yapılmaktadır. Diğer yandan ihlalde bulunduğunu kabul ederek Komisyonla uzlaşmaya varan kartel üyesi teşebbüslerin cezalarında %10 indirim uygulanmaktadır. Nihayet cezanın teşebbüsün varlığını tehlikeye sokacağına dair nesnel kanıtların bulunması durumunda cezadan indirime gidilebilmektedir.

### **2.5.3. Uygulamada Yaptırımlar**

Günümüzde kartellere karşı en ağır yaptırımların ABD'de uygulandığını söylemek mümkündür. Çünkü hem yüksek miktarda para cezaları hem de kısa

sayılmayacak sürelerde hapis cezaları uygulanmaktadır. Ancak 2000’li yıllarla birlikte Avrupa Komisyonun uyguladığı para cezalarının ABD’de verilen cezaların üzerine çıktığı görülmektedir.

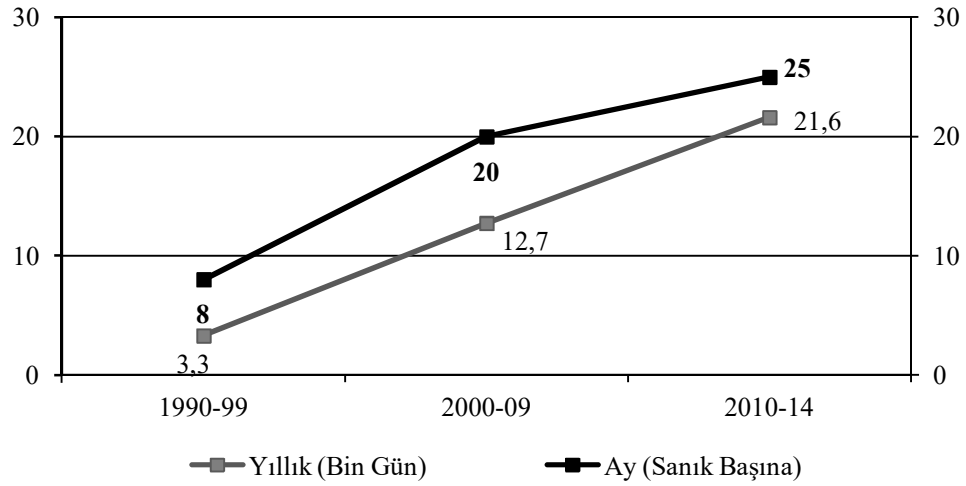
ABD Adalet Bakanlığı Antitröst Bölümünün kartel suçuna karışan firma ve bireylere vermiş olduğu toplam para cezaları 2000-04 döneminde 0,89 Milyar dolar iken 2005-09 döneminde 3,38 Milyar Dolara, 2010-14 döneminde ise 4,4 Milyar Dolara yükselmiştir. Söz konusu para cezalarının büyük bir kısmı firmalara verilen cezalardan oluşmaktadır. Şekil 2.5’de görüldüğü üzere tüzel kişilere verilen para cezaları 90’lı yıllarda artış eğilimine girerek 2010-14 döneminde toplamda 4,37 Milyar Dolara, firma başına ise 42 Milyon Dolara yükselmiştir.



**Şekil 2.5.** ABD Antitröst Bölümü Tüzel Kişi Para Cezaları

**Kaynak:** <https://www.justice.gov/atr/division-operations>

ABD’de kartel üyesi firmaların yönetici veya çalışanlarına uygulanan yaptırımlar arasında para cezalarından daha çok hapis cezalarının öne çıktığı söylenebilir. Hapis cezaları da para cezaları gibi artış eğilimindedir. 90’lı yıllarda sanık başına 8 ay olan hapis cezaları 2000’li yıllarda 20 aya, 2010-14 döneminde ise 25 aya yükselmiştir (şekil 2.6).



**Şekil 2.6.** ABD Antitröst Bölümü Hapis Cezaları

**Kaynak:** Antitröst Bölümü <https://www.justice.gov/atr/division-operations>

Antitröst Bölümünün firma başına verdiği cezalar uzun yıllardır Sherman Yasasında öngörülen değerine çıkmaktadır. Bu durum 2016 yılına kadar verilen firma başına en yüksek beş cezanın yer aldığı Tablo 2.9’da da görülmektedir.

**Tablo 2. 9.** ABD’de Firma Başına En Yüksek Kartel Cezaları

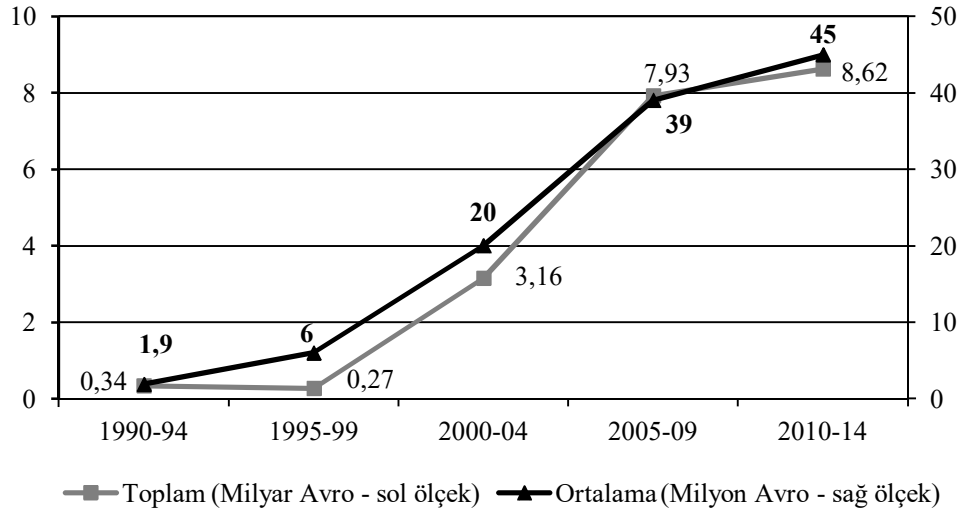
Zanlı	Ürün	Ceza (Milyon Dolar)	Coğrafi Kapsam	Ülke
AU Optronics (2012)	LCD Ekran	500	Uluslararası	Japonya
F. Hoffmann – La Roche (1999)	Vitamin	500	Uluslararası	İsviçre
Yazaki (2012)	Otomobil Parçaları	470	Uluslararası	Japonya
Bridgestone (2014)	Otomobil Kauçuk Parçaları	425	Uluslararası	Japonya
LG (2009)	LCD Ekran	400	Uluslararası	Kore

**Kaynak:** Antitröst Bölümü <https://www.justice.gov/atr/sherman-act-violations-yielding-corporate-fine-10-million-or-more>

ABD’de kartellere karşı açılan tazminat davaları yaptırımlar arasında önemli bir yere sahiptir. Lande ve Davis (2008) 1990’dan 2007 yılına kadar 50 Milyon Dolar ve üzeri tazminata hükmedilen 40 davada kazanılan toplam tazminatın 18 ile 19,7 Milyar Dolar arasında olduğunu belirtmektedir. 2008 ile 2011 yılları arasında 50 Milyon Dolar

ve üzeri tazminatla sonuçlanan 20 davayı daha dâhil ederek 60 davaya genişlettikleri çalışmalarında Davis ve Lande (2013) 1990-2011 döneminde 2011 yılı fiyatlarıyla en azından 33,8 ile 35,8 Milyar Dolar tazminat kararı verildiğini ortaya koymaktadır. Antitröst Bölümünün 1990-2011 döneminde verdiği toplam para cezası 2011 yılı fiyatlarıyla 8,18 Milyar Dolardır. Aynı dönemdeki hapis cezalarının yaklaşık 3,588 Milyar Dolarlık para cezası kadar caydırıcı olduğunu kabul eden Davis ve Lande (2013) Antitröst Bölümünün toplam yaptırımlarının tazminatların çok altında kaldığını vurgulamaktadır.<sup>35</sup>

Avrupa Komisyonu tarafından kartel üyesi olan firmalara verilen para cezalarının tutarı Şekil 2.7’de görüldüğü üzere 2000-04 döneminde 3,16 Milyar Avro iken 2005-09 döneminde 7,93 Milyar Avro’ya yükselmiştir. 2010-14 döneminde 8,62 Milyar Avro’ya ulaşan para cezalarının artış eğilimi azalarak bile olsa sürdürdüğü görülmektedir. Daha da önemlisi toplamdaki artış yalnızca ihlal sayısının artmasından değil firma başına verilen cezaların da yükselmesinden kaynaklanmaktadır. 1990-94 döneminde 1,9 Milyon Avro olan firma başına ortalama para cezası 1995-99 döneminde üçe katlanarak 6 Milyon Avroya yükselmiş, 2010-14 döneminde ise 45 Milyon Avro’ya ulaşmıştır. Nitekim Combe ve Monnier (2011)’de cezaların özellikle 90’lı yılların ortasından itibaren artış eğilimine girdiğine değinmektedir.



**Şekil 2.7.** Avrupa Komisyonu Tüzel Kişi Para Cezaları (Mahkeme Kararlarına Göre Düzeltilmiş)

**Kaynak:** Avrupa Komisyonu <http://ec.europa.eu/competition/cartels/statistics/statistics.pdf> (05.08.2016)

<sup>35</sup> Bir yıllık hapis cezasının 6 Milyon Dolar ve bir yıllık ev hapsinin 3 Milyon Dolar para cezası kadar caydırıcı olduğu varsayımıyla (Lande ve Davis, 2013: 1277).

Avrupa Komisyonunun kartel başına vermiş olduğu en yüksek beş ceza Tablo 2.10' da görülmektedir. Komisyonun, 2016 tarihli Kamyonlar karteli kararında yaklaşık 3 Milyar Avro, TV ve Monitör Tüpleri ile Araba Camı kararlarında ise birer milyar Avronun üzerine ceza verdiği görülmektedir.

**Tablo 2.10.** AB'de Karar Başına En Yüksek Kartel Cezaları (1969'dan beri)

Yıl	Karar	Ceza (Avro)
2016	Kamyonlar	2.926.499.000
2012	TV ve Monitör Tüpleri	1.409.588.000
2008	Araba Camı	1.185.500.000
2014	Otomotiv Rulmanları	953.306.000
2007	Asansör ve Yürüyen Merdiven	832.422.250

**Kaynak:** Avrupa Komisyonu (2016)

<http://ec.europa.eu/competition/cartels/statistics/statistics.pdf> (05.08.2016)

Komisyonun firma başına vermiş olduğu en yüksek beş ceza ise Tablo 2.11'de görülmektedir. Tablodaki rakamlar Komisyonun kartellere karşı çok ağır parasal yaptırımlar uyguladığını bir kez daha ortaya koymaktadır.

**Tablo 2. 11** AB'de Firma Başına En Yüksek Kartel Cezaları (1969'dan beri)

Yıl	Firma	Karar	Ceza (Avro)
2016	Daimler	Kamyonlar	1.008.766.000
2016	DAF	Kamyonlar	752.679.000
2008	Saint Gobain	Araba Camı	715.000.000
2012	Philips*	TV ve Monitör Tüpleri	705.296.000
2012	LG Elektronik*	TV ve Monitör Tüpleri	687.537.000

**Kaynak:** Avrupa Komisyonu (2016)

<http://ec.europa.eu/competition/cartels/statistics/statistics.pdf> (05.08.2016)

\*Philips ve LG'ye verilen cezaların 391.940.000 Avroluk kısmı için ortaklaşa ve zincirleme sorumluluk söz konusudur.

Komisyonun yaptırımlarının ciddiyetini ortaya koyan bir başka gösterge ise verilen cezaların firmaların cirolarına oranıdır. Komisyon 2006 Rehberinin yürürlüğe girdiği tarihten 2015 yılı sonuna kadar olan dönemde, bir karteğe üye olan firmaların %16'sına cirolarının %5'inden fazla ceza vermiştir (Bkz Tablo 2.12).

**Tablo 2. 12.** 2006 Rehberine Göre Cironun Yüzdesi Olarak Firmalara Verilen Cezalar (Pişmanlık Başvuruları Dâhil)

Yüzde	0-0,99	1-1,99	2-2,99	3-3,99	4-4,99	5-5,99	6-6,99	7-7,99	8-8,99	9-10
Firma Sayısı	211	38	17	13	14	9	8	11	5	24
Oran	60,29	10,85	4,86	3,71	4,00	2,57	2,29	3,14	1,43	6,86

**Kaynak:** Avrupa Komisyonu (2016)

<http://ec.europa.eu/competition/cartels/statistics/statistics.pdf> (05.08.2016)

#### 2.5.4. Para Cezalarının Caydırıcılığı

Rekabet otoritelerinin kartellere karşı uyguladıkları para cezaları ne kadar ağır olursa olsun, bu cezaların kartelleri önlemekte yeteri kadar etkin olup olmadığı tartışmalıdır. En uygun ceza tartışmasında vurgulandığı üzere para cezalarının caydırıcı olabilmesi için en azından kartelden elde edilmesi beklenen kazancı ortadan kaldıracak büyüklükte olması gereklidir. Yine aynı tartışmada değinildiği üzere caydırıcılığı etkileyen önemli bir etken yakalanma ve ceza alma olasılığıdır. Yakalanma ve ceza alma olasılığının zayıf olduğu bir ortamda yüksek tutarlı cezalar dahi caydırıcı olmayacaktır. Uygulamadaki para cezalarının kartelleri önlemekte etkin olup olmadığına karar verebilmek için bu konuları ele almak gerekmektedir.

Para cezalarının etkinliği ile ilgili olarak Connor (2006) tarafından yapılan bir çalışma aydınlatıcı bilgiler sunmaktadır. Çalışmasında 1990 – 2003 yıllarında tespit edilip cezalandırılan uluslararası kartellere uygulanan parasal yaptırımları, bu kartellerden etkilenen satışlarla ve kendisi tarafından önceden hazırlanan veri kümesinden hesaplamış olduğu fazladan ödeme oranlarıyla karşılaştıran Connor'ın (2006) bulguları aşağıdaki Tablo 2.13'de özetlenmektedir.

**Tablo 2. 13.** Para Cezalarının Etkinliği

	ABD	Kanada	Avrupa Komisyonu	Ulusal Rekabet Otoriteleri	Özel (Tazminat Davaları)*	Toplam
<b>Ceza/ Etkilenen Satışlar</b>	11,1	16,9	5,9	2,4	12,5	3,5
<b>Fazladan Ödeme /Etkilenen Satışlar</b>	20,3	20,3	42,7	20,1	20,3	24,6
<b>Ceza/Fazladan Ödeme</b>	55	83	14	12	62	14

\*ABD

**Kaynak:** Connor (2006)

Tablo 2.13'den görüldüğü üzere tüzel kişi para cezalarının etkilenen satışlara oranının en yüksek olduğu ülke %16,9 ile Kanada'dır. Bu oran ABD'de %11,1 iken AB'de %5,9'a gerilemektedir. Öte yandan ABD'deki tazminat davalarında etkilenen satışların %12,5'i kadar tazminata hükmedildiği görülmektedir. Tazminatlar dâhil edildiğinde ABD'deki toplam parasal yaptırımlar, etkilenen satışların %23,6'sına ulaşmaktadır.

Para cezalarının etkinliğinin en önemli göstergesi ise tablonun son satırında yer almaktadır. Cezaların fazladan ödemeye oranı ABD'de %55 iken AB'de %14 düzeyindedir. ABD'deki tazminatlarsa fazladan ödemenin %62'sine ulaşmaktadır. Connor'ın bu çalışmasından, ilgili dönemde yalnızca Kuzey Amerika ülkelerinde kartelden elde edilen kazancı ortadan kaldıracak düzeyde parasal yaptırım uygulandığı, bununda tazminatlar sayesinde mümkün olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Son yıllarda para cezalarının ağırlaştığı dikkate alındığında, Connor'ın ortaya koyduğu kötümser tablonun, özellikle AB açısından olumlu yönde değiştiği söylenebilir. Örneğin Avrupa Komisyonun 64 kararı üzerine yaptıkları yakın tarihli çalışmada Combe ve Monnier (2011) bu kararların yaklaşık yarısında cezaların kartelden elde edilen kazançla eşit olduğunu belirlemişlerdir. Fakat yazarlar bu olumlu değişimin dahi caydırıcılık sağlamakta yeterli olmadığını vurgulamaktadır.

Kartellerin yakalanma ve ceza alma olasılığını belirlemek üzere yapılan ilk çalışma Bryant ve Eckard'a (1991) aittir. Yazarlar ABD üzerinde yaptıkları çalışmada 1961-88 döneminde kartellerin yılda %13 ile %17'sinin tespit edildiğini

belirlemişlerdir. AB'deki kartellerin tespit edilme olasılığı ise Combe vd. (2008)'e göre yaklaşık %13 iken Ormosi (2014)'ye göre %10 ile %20 arasındadır (Bkz. Tablo 2.14).

**Tablo 2. 14.** Kartellerin Yakalanma Olasılığı

	Ülke	Dönem	Olasılık (%)
Bryant ve Eckard (1991)	ABD	1961–1988	13 – 17
Combe, Monier ve Legal (2008)	AB	1969–2007	12,9 – 13,3
Ormosi (2014)	AB	1985–2009	10 – 20

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır

Bu çalışmalar en köklü ve etkin rekabet otoritelerinin dahi yüksek olasılıkla kartellerin ancak beşte birini tespit edebildiğini ortaya koymaktadır. Connor ve Lande (2006: 988) ise ABD'deki pişmanlık programının kartelleri tespit etme olasılığını artırarak üçte birin üzerine yükselttiğini belirtmektedir. Yakalanma olasılığının ılımlı bir yaklaşımla üçte bir olduğu varsayıldığında caydırıcılık açısından en uygun para cezası kartelden elde edilen kazancın üç katına eşit olmaktadır.

Açık olduğu üzere uygulamadaki para cezaları en uygun olmaktan uzaktır. Fakat para cezalarının, kazancın bir kaç katına yükseltilmesi de mümkün görünmemektedir. Çünkü bu boyuttaki cezalar firmaları mali sıkıntılar içine düşürebileceği gibi hukuktaki cezanın orantılılığı ilkesine de aykırı olacaktır (Wils 2006 197-199; Motta, 2009:127). Tüm bunlar ise kartellerin yakalanma ve ceza alma olasılığını yükseltmenin yanı sıra tazminatlar ve bireysel yaptırımlar gibi para cezaları dışındaki yaptırımların kartellerle mücadeledeki önemini ortaya koymaktadır.

## 2.6. TÜRKİYE'DE KARTELLERLE MÜCADELE

Türkiye Cumhuriyeti 1982 Anayasası'nın 167. Maddesi<sup>36</sup> devlete piyasaların sağlıklı işleyişini sağlayacak tedbirleri alma, tekelleşme ve kartelleşmeyi önleme görevini vermiş olmasına karşın 1994 yılına kadar bu konuda yasal bir düzenleme yapılmamıştır. 1970'li ve 1980'li yıllarda kanun çıkarmaya yönelik çabalar tasarı oluşturma aşamasından öteye geçememiş, 1992 yılında, Avrupa Birliği ile yapılan

<sup>36</sup> “Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemelerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiilî veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler.”



Gümrük Birliği müzakerelerinin gereği olarak yeni bir kanun tasarısı hazırlanmaya başlanmıştır. Bu çalışmanın ürünü olan 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (RKHK) 7 Aralık 1994’de kabul edilmiş, 13 Aralık 1994 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kurumun karar organı olan Rekabet Kurulu (Kurul) uzun bir gecikmeden sonra 27 Şubat 1997 tarihinde atanmış ve 5 Mart 1997’de göreve başlamıştır. Kurum teşkilatının oluşturulmasının tamamlandığı 5 Kasım 1997 tarihi itibarıyla RKHK’nin uygulanma sürecine geçilmiştir.

### 2.6.1. Türk Rekabet Hukuku

Türk rekabet hukukunun temel kaynağı RKHK’dir. RKHK’nin yürürlükteki hali altı kısım ve 63 maddeden oluşmaktadır.<sup>37</sup> Birinci kısımda amaç, kapsam ve tanımlar bulunmaktadır. İkinci kısım üç bölümden oluşmakta, birinci bölümde yasaklanan faaliyetler, ikinci bölümde Kurulun yetkileri, üçüncü bölümde ise idari para cezalarıyla ilgili maddeler yer almaktadır. Üçüncü kısımdaki maddeler teşkilat yapısını açıklamaktadır. Dördüncü kısımda Kurulun inceleme ve araştırma usulünü, beşinci kısımda rekabetin sınırlanmasının özel hukuk alanındaki sonuçlarını düzenleyen maddeler bulunmaktadır. Altıncı kısım ise son hükümlere ve geçici maddelere ayrılmıştır.

RKHK’nin temel hükümleri yasaklanan faaliyetler bölümünde yer almaktadır. Bu bölümde bulunan 4. madde rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararları, 6. madde hâkim durumun kötüye kullanılmasını, 7. madde ise hâkim durum yaratan ya da hâkim durumu güçlendiren birleşme veya devralma işlemlerini yasaklamaktadır. RKHK’nin 4. ve 6. maddeleri Avrupa Birliğinin İşleyişi Hakkındaki Antlaşmanın sırasıyla 101. ve 102. maddelerine büyük ölçüde benzemektedir. Bunun sebebi, Gümrük Birliğinin kurulma sürecinde Türkiye’nin rekabet hukuku mevzuatını AB mevzuatıyla uyumlaştırmayı taahhüt etmiş olmasıdır.<sup>38</sup>

<sup>37</sup> RKHK’deki değişiklikler sırasıyla, 01.08.2003 tarih 4971 sayılı Kanun, 17.09.2004 tarih 5234 sayılı Kanun, 02.07.2005 tarih 5388 sayılı Kanun, 01.07.2006 tarih 5538 sayılı Kanun, 23.01.2008 tarih 5728 sayılı Kanun, 24.10.2011 tarih 661 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ve 02.07.2012 tarih 6352 sayılı Kanun’la yapılmıştır. 5728 sayılı Kanun ile 65 maddeden 2’si (18. ve 19. Maddeler) yürürlükten kaldırılmış, yürürlükteki madde sayısı 63’e inmiştir.

<sup>38</sup> Türkiye ile Avrupa Birliği arasında, 6 Mart 1995 tarih ve 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararıyla Gümrük Birliği kurulmuş ve 1 Haziran 1996’da fiilen işlemeye başlamıştır. Bu karara göre, Türkiye’nin rekabet kurallarıyla ilgili mevzuatı AB mevzuatıyla uyumlu olmak zorundadır.

Türk rekabet hukukunun RKHK dışındaki kaynakları Kurul tarafından çıkarılan tebliğler, yönetmelikler ve kılavuzlardan oluşan ikincil mevzuat ile Kurul kararları ve Kurum görüşleridir. Kurul kararları, RKHK'nin ve ikincil mevzuatın uygulamasına açıklık getirmesi sebebiyle Türk rekabet hukuku açısından önemli bir kaynak niteliğindedir. Kurul kararları hakkındaki yargı kararları da uygulama açısından önem taşımaktadır.<sup>39</sup>

RKHK'nin amacı "...rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamaktır" (m. 1). "Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukukî işlem ve davranışlar, rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemler" (m. 2) RKHK'nin kapsamına girmektedir.

Amacın rekabetin korunması olduğu açık olmakla beraber kapsama açıklık kazandırabilmek için ayrıntılara inmek gerekmektedir. İlk olarak, RKHK teşebbüslere ve teşebbüs birliklerine uygulanmaktadır. RKHK'ye göre teşebbüs "piyasada mal veya hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimleri" ifade etmektedir (m. 3). Bu tanıma göre teşebbüs olmanın unsurlarından biri ekonomik faaliyette bulunmaktadır. Ekonomik bir faaliyeti sürekli olarak yerine getiren birimler hukuki durumları ne olursa olsun teşebbüs olarak nitelendirilebilir. Teşebbüs olmanın diğer unsuru bağımsız olmaktır. Burada söz konusu olan hukuki bağımsızlık değil ekonomik karar verebilme bağımsızlığıdır. Dolayısıyla, iki farklı birimden birinin ekonomik kararları diğeri tarafından belirleniyorsa bu ikisi tek bir teşebbüs olarak ele alınmakta ve ekonomik kararları bakımından bağlı olanın RKHK'yi ihlali etmesi halinde bağlı bulunduğu birim

<sup>39</sup> 6352 sayılı Kanun'la RKHK'nin 55. maddesinin birinci fıkrasının değiştirilmesinden önce Kurul kararlarına karşı ilk derece mahkemesi Danıştaydı. Söz konusu değişiklikle birlikte Kurul kararlarına karşı ilk derece mahkemesi yetkili idare mahkemesi olarak değiştirilmiştir. 2577 sayılı İdari Yargılama Kanunu'nun 32. Maddesi uyarınca yetkili mahkeme Ankara İdare Mahkemeleridir. İdare mahkemelerinin kararlarının temyizi için Danıştay'a başvurulacaktır.

sorumlu olmaktadır. Ayrıca bu ikisi arasındaki anlaşma ve birleşmeler bağımsız teşebbüsler arasında gerçekleşmediğinden RKHK'nin kapsamına girmemektedir. Teşebbüsün özel kesime ya da kamuya ait olup olmadığı ve hangi iktisadi sektörde faaliyet gösterdiği hususlarında ayırım yapılmamıştır. Başka bir ifadeyle, kamuya veya özel kesime ait tüm teşebbüsler hangi sektörde faaliyet gösterdiğine bakılmaksızın RKHK kapsamındadır. RKHK'nin teşebbüs birliği tanımı ise “teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliği haiz ya da tüzel kişiliği olmayan her türlü birlikler” şeklindedir (m. 3). Tanımdan anlaşılacağı üzere birliğin tüzel kişiliğinin olup olmadığı ve amacı önemli değildir. Önemli olan, ortak amaçlar doğrultusunda süreklilik arz eden bir birlikteliktir (Topçuoğlu, 2001: 123).

İkincisi RKHK T.C. sınırları içindeki piyasalarda rekabeti korumak amacını taşımaktadır. Bir teşebbüs ister Türkiye merkezli olsun isterse başka bir ülke, Türkiye sınırları içindeki piyasalarda RKHK'yi ihlal ederse yaptırıma tabi tutulabilir. Dolayısıyla merkezleri Türkiye sınırları dışında olmakla beraber Türkiye'de faaliyet gösteren teşebbüsler de RKHK kapsamındadır. Bu durum etki kuramının benimsenmesinin bir sonucudur. Etki kuramı, ülkenin rekabet kanunlarının, ülke dışında yerleşik olmakla beraber işlem ve faaliyetleri ülke içinde etkisini gösteren yabancı teşebbüslere de uygulanmasına imkân tanıyan hukuki ilkedir (RK, 2010a: 38).

Son olarak, RKHK tüm mal ve hizmet piyasalarını kapsamına karşın sosyal veya ekonomik sebeplerle düzenlemeye tabi tutulan bazı piyasalarda RKHK'nin uygulanması konusunda kanuni engeller ya da belirsizlikler bulunmaktadır. Ayrıca bazı ticari ve mesleki birlikler ile kamu kurum ve teşebbüsleri kanunlardan kaynaklanan yetkileriyle RKHK'yi ihlal edebilmektedir. Söz konusu düzenlemeler ve kanunlar RKHK'nin uygulamadaki kapsamını daraltmaktadır.

RKHK'yi uygulamakla görevli Rekabet Kurumu kamu tüzel kişisi olup idari ve mali özerkliğe sahiptir. Kurum görevini yerine getirme konusunda bağımsız olup, hiçbir organ, makam, merci ve kişiden emir ve talimat almamaktadır (m. 20). Kurum teşkilatı, karar organı olan Kurul ile Başkanlık ve Hizmet Birimlerinden oluşmaktadır. RKHK'nin 27. maddesi rekabetin korunmasına ilişkin tedbirleri alma ve gerekli düzenlemeleri yapma görevlerini Kurula vermiştir. Yasaklanan faaliyetler hakkında araştırma ve soruşturma yaparak RKHK'yi ihlal edenlere para cezası vermek de

Kurul'un yetkisi dâhilindedir. Bu bakımdan Kurul'un yargı benzeri yetkileri bulunmaktadır (Güven, 2008: 567).

Kurul, farklı kurumlardan gelen yedi üyeden oluşmaktadır. Üç üye Gümrük ve Ticaret Bakanlığının (GTB), birer üye Kalkınma Bakanlığı ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin kendi kurumlarından veya dışarıdan göstereceği ikişer aday, birer üye de Yargıtay ve Danıştay'ın kendi kurumlarından göstereceği ikişer aday arasından Bakanlar Kurulunca atanmaktadır. Ancak GTB kontenjanından gelen üyelere birisi, Kurum personeli arasından atanması gerekmektedir. Bakanlar Kurulu, üyeler arasından Başkan ve İkinci Başkanı atamaktadır (m. 22). Atanmaları için gerekli şartları kaybedenler, RKHK'nin 25. maddesindeki yasaklara uygun davranmayanlar ya da görevleri ile ilgili suç işleyenler hariç olmak üzere, Kurul başkanı ve üyeleri görev süreleri dolmadan herhangi bir sebeple görevinden alınmazlar (m. 24). Bu durum, Kurul üyelerinin bağımsız davranabilmeleri açısından önemli bir teminat işlevi görmektedir (Aslan, 2010: 311).

Kurum mali açıdan özerk olması sebebiyle gelirleri yönünden hükümete bağımlı olmayıp kendi gelir kaynaklarına sahiptir. RKHK'nin 39 maddesine göre Kurumun gelirleri Bakanlık (GTB) bütçesine konacak ödeneğin yanı sıra yeni kurulacak olan anonim ve limited şirket statüsündeki ortaklıkların sermayelerinin ve sermaye artırımını halinde artan kısmın on binde dördü nispetinde yapılacak ödemeler ile yayın ve sair gelirlerden oluşmaktadır. Uygulamada Kurumun başlıca gelir kaynağı anonim ve limited şirketler tarafından yapılan ödemeler olup 1997 yılından günümüze Bakanlık bütçesine Kurumla ilgili olarak ödenek konulmamıştır (RK 2014: 101).

### **2.6.2. Yasaklar**

RKHK'nin 4. maddesi bir mal veya hizmet piyasasında rekabeti engelleme, bozma veya kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarını yasaklamaktadır. Rekabeti kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkiyi doğurabilecek nitelikte olan anlaşma ve kararların uygulanmamış veya pazarda etki yaratmamış olması 4. madde kapsamında değerlendirilmesine engel değildir. Rekabeti sınırlayıcı nitelikteki yazılı veya bağlayıcı olmayan anlaşma ve kararların 4. madde kapsamında değerlendirilebilmesi için hukuki geçerlilik şartı aranmamaktadır. Aynı maddede yer alan uyumlu eylem karinesi ile

anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda rekabetin sınırlanmasının önüne geçilmesi amaçlanmıştır.<sup>40</sup> Fakat ekonomik ve rasyonel gerekçelere dayanarak uyumlu eylemde bulunmağını ispatlayabilen bir teşebbüs sorumluluktan kurtulabilmektedir.

Rekabetin sınırlanmasına ilişkin yasak, hem piyasanın aynı seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüsler arasındaki yatay sınırlamaları, hem de farklı seviyelerde bulunan teşebbüsler arasındaki dikey sınırlamaları kapsamaktadır. Maddede özellikle belirtilen yasaklardan bazıları; alım veya satım fiyatının ya da şartlarının tespiti, piyasaların bölüşülmesi, mal veya hizmetin arz veya talep miktarının kontrolü, rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, piyasaya yeni gireceklerin engellenmesi, ayrımcılık ve bağlı satış uygulamalarıdır. Elbette ki yasak faaliyetler belirtilen örneklerle sınırlı değildir.

RKHK'nin 5. maddesine göre Kurul, aynı maddede belirtilen şartların tamamının varlığı halinde anlaşma, uyumlu eylem ve kararların 4. madde hükümlerinden muaf tutulmasına karar verebilmektedir. Bu şartlar; malların üretim veya dağıtımını ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması, tüketicinin bundan yarar sağlaması, ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması ve rekabetin ilk iki şartın yerine gelmesi için zorunlu olandan daha fazla sınırlanmamasıdır. Muafiyet belirli bir süre için veya süresiz olarak verilebilmektedir. Muafiyet için bildirimde bulunma zorunluluğu yoktur, bildirimde bulunulmamış olsa bile muafiyetten yararlanmak mümkündür. Kurul, şartların gerçekleşmesi halinde belirli konulardaki anlaşmalara grup olarak muafiyet tanınmasını sağlayan tebliğler çıkarmaktadır.

RKHK'nin 6. maddesi bir veya birden fazla teşebbüsün hâkim durumunu tek başına veya başka teşebbüslerle anlaşarak ya da birlikte davranışlar yoluyla kötüye kullanmasını yasaklamaktadır. Hâkim durum RKHK'de "belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü" olarak tanımlanmıştır (m. 3). Açık olduğu üzere hâkim durumun kötüye kullanımına ilişkin

---

<sup>40</sup> "Bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin, rekabetin engellendiği, bozulduğu veya kısıtlandığı piyasalardakine benzerlik göstermesi, teşebbüslerin uyumlu eylemde bulduklarına karine teşkil eder"(m.4).

yasak, tek teşebbüsün hâkimiyetinin yanı sıra az sayıda büyük teşebbüsün bulunduğu piyasalarda görülen birlikte hâkimiyet durumunu da kapsamaktadır.

Kurulun hâkim durumun belirlenmesinde kullandığı temel ölçütler piyasa payı ve giriş engelleridir. Teşebbüs veya teşebbüslerin ilgili piyasadaki payı ilk ölçüt olmakla birlikte, yüksek piyasa payı tek başına hâkim durumun belirleyicisi değildir. Zira giriş engelleri olmadığında piyasa payının koruması zordur. Kurul kararlarında vurgulanmış olan başlıca giriş engelleri arasında yasal düzenlemeler, ölçek ekonomileri, batık maliyetlerin varlığı, dikey bütünlük ve ürün farklılaştırması sayılabilir (Sanlı ve Ardıyok, 2011: 94–95).

Kötüye kullanma hallerinden bir kısmı 6. maddede belirtilmiştir. Bunlar piyasaya gireceklerin engellenmesi, mevcut rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, alıcılara ayrımcılık yapılması, bağlı satış uygulamaları, tekrar satış halinde alım satım şartlarına ilişkin sınırlamalar getirilmesi, bir piyasadaki hâkimiyetin yaratmış olduğu üstünlüklerden yararlanarak başka bir piyasadaki rekabeti bozmayı amaçlayan eylemler ve tüketicinin zararına olacak şekilde üretimin, pazarlamanın veya teknik gelişmenin kısıtlanmasıdır.

RKHK’de birleşme ve devralma işlemleri 7. maddede ele alınmıştır. 7. madde teşebbüslerin hâkim durum yaratmak veya hâkim durumlarını güçlendirmek amacıyla, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyahasındaki rekabeti önemli ölçüde azaltacak şekilde birleşmesini veya herhangi bir teşebbüsün başka bir teşebbüs ya da kişinin mal varlığını devralmasını yasaklamaktadır.

Hangi birleşme ve devralmaların hukuki geçerlilik kazanabilmesi için Kurula bildirilmesi ve izin alınması gerektiği Kurulun çıkardığı tebliğlerle açıklanmaktadır. Yürürlükteki tebliğe göre; (a) işlem taraflarının Türkiye ciroları toplamının yüz milyon TL’yi ve işlem taraflarından en az ikisinin Türkiye cirolarının ayrı ayrı otuz milyon TL’yi veya (b) devralma işlemlerinde devre konu varlık ya da faaliyetin, birleşme işlemlerinde ise işlem taraflarından en az birinin Türkiye cirosunun otuz milyon TL’yi ve diğer işlem taraflarından en az birinin dünya cirosunun beş yüz milyon TL’yi aşması halinde birleşme veya devralma işlemi Kurulun iznine tabidir.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ (Tebliğ No:2010/4)

### 2.6.3. Yaptırımlar

RKHK'deki yasakların ihlal edilmesi halinde öngörülen yaptırımlar idari yaptırımlar ve özel hukuk yaptırımları olarak ikiye ayrılmaktadır. İdari yaptırımlar Kurul tarafından uygulanırken özel hukuk yaptırımlarına ilişkin davalar hukuk mahkemelerinde görülmektedir.

#### 2.6.3.1. İdari Yaptırımlar

RKHK'nin 27. maddesi uyarınca Kurul, başvuru üzerine veya resen yapacağı soruşturma sonunda RKHK'de düzenlenen hükümlerin ihlal edildiğini tespit etmesi durumunda ihlale son verilmesi için gereken tedbirleri almak ve ihlalden sorumlu olanlara idari para cezası uygulamak yetkisine sahiptir.

İdari para cezaları RKHK'nin 16. ve 17. maddelerinde düzenlenmektedir. 16. maddenin birinci fıkrasına göre; menfi tespit, muafiyet, birleşme ve devralma başvurularında yanlış ya da yanıltıcı bilgi veya belge verilmesi, izne tabi birleşme ve devralmalarda izin alınmaması, bilgi istendiğinde veya yerinde inceleme yapılırken eksik, yanlış ya da yanıltıcı bilgi veya belge verilmesi, bilgi veya belgenin belirlenen süre içinde ya da hiç verilmemesi, yerinde incelemenin engellenmesi ya da zorlaştırılması hallerinde teşebbüs veya teşebbüs birliklerine ya da bu birliklerin üyelerine idari para cezası verilmektedir.

Esasa ilişkin ihlallere verilecek cezalar ise 16. maddenin üçüncü fıkrasında yer almaktadır. Buna göre 4. 6. ve 7. maddeleri ihlal eden teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya birlik üyelerine yıllık gayrisafi gelirlerinin yüzde onuna kadar idari para cezası verilmektedir. 16. maddenin dördüncü fıkrasında ise ihlalde belirleyici etkisi saptanan teşebbüs veya teşebbüs birliği yöneticilerine ya da çalışanlarına teşebbüs veya teşebbüs birliğine verilen cezanın yüzde beşine kadar idari para cezası öngörülmektedir. 17. madde ise Kurulun aldığı kararların ve tedbirlerin bir an önce yerine getirilmesini sağlamak amacıyla karara ya da tedbire uyulmadan geçen her gün için para cezası öngörmektedir.

Kurul, 16. maddenin beşinci fıkrası gereği esasa ilişkin ihlallere idari para cezası verirken 5326 sayılı Kabahatler Kanununun 17. maddesinin ikinci fıkrası bağlamında, ihlalin tekerrürü, süresi, teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin piyasadaki gücü, ihlalin gerçekleşmesindeki belirleyici etkisi, verilen taahhütlere uyup uymaması,

incelemeye yardımcı olup olmaması, gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı gibi hususları dikkate almaktadır.

RKHK'nin 11. maddesine göre Kurul, bildirilmesi zorunlu olduğu halde bildirilmeyen birleşme ve devralmalardan haberdar olduğu zaman işlemi incelemeye almaktadır. Kurul, işlemin 7. madde kapsamına girmediğine karar verirse ilgililere para cezası uygulamakta, 7. madde kapsamında yasak olduğuna karar verirse para cezası ile işlemin sona erdirilmesine karar vermektedir.

Kurul 2009 yılında RKHK'ye aykırı davranışlarla mücadelede büyük önem arz eden iki yönetmelik çıkarmıştır. Bu yönetmeliklerden ilki, 4. ve 6. maddelerin ihlali halinde 16. maddenin üçüncü ve dördüncü fıkraları uyarınca verilecek para cezalarının tespitine ilişkin usul ve esasları düzenleyen Ceza Yönetmeliğidir. İkincisi ise kartellerin ortaya çıkarılması için Kurumla aktif işbirliği yapanlara 16. maddenin üçüncü ve dördüncü fıkralarında belirtilen para cezalarının verilmemesinin veya verilecek cezalarda indirim yapılmasının usul ve esaslarını düzenleyen Pişmanlık Yönetmeliğidir.<sup>42</sup>

Ceza Yönetmeliğinin gerekçesine göre yönetmelikle ulaşılmak istenen amaçlar, cezalandırma sürecini nesnel, şeffaf ve tutarlı hale getirmek, cezaların caydırıcılığını sağlamak ve cezalar belirlenirken incelemeye yardımcı olunması ve işbirliği hususlarını dikkate almaktır. Pişmanlık Yönetmeliğiyle ulaşılmak istenen amaç ise kartel üyelerini, kartellerin ortaya çıkarılması ve soruşturulması için Kurumla işbirliğine teşvik etmektir.

Ceza Yönetmeliğine göre öncelikle ihlalin türüne göre temel para cezası hesaplanmaktadır. Temel para cezası hesaplanırken, teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya birlik üyelerinin yıllık gayrisafi gelirlerinin karteller için yüzde ikisi ile yüzde dördü, diğer ihlaller için binde beşi ile yüzde üçü arasında bir oran esas alınmaktadır. Oran belirlenirken ihlalde bulunanların piyasadaki gücüne, ihlal neticesinde gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığına dikkat edilmektedir. Belirlenen ceza bir ile beş yıl arasında devam eden ihlallerde yarısı, beş yıldan uzun süren ihlallerde iki katı oranında artırılmaktadır. Temel para cezası bu şekilde hesaplandıktan sonra ağırlaştırıcı

---

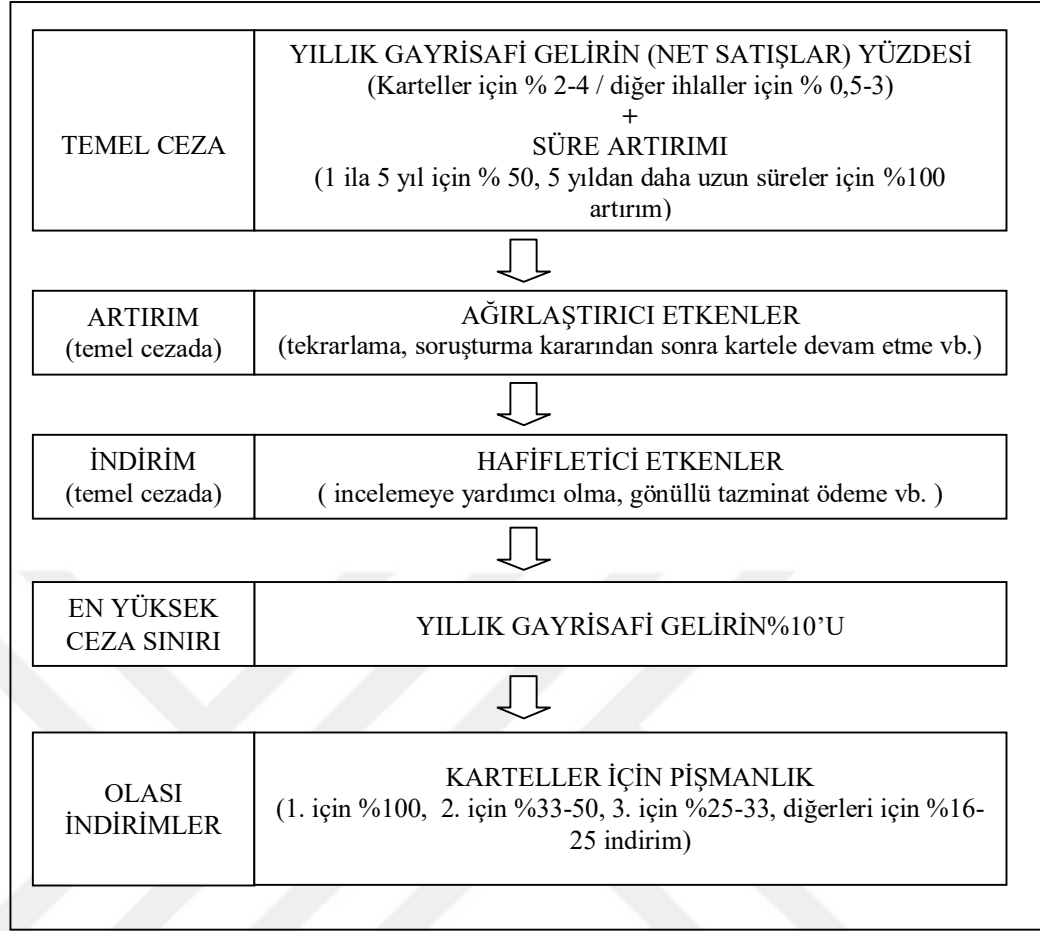
<sup>42</sup> 15.02.2009 tarihli 27142 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" (Ceza Yönetmeliği) ile "Kartellerin Ortaya Çıkarılması Amacıyla Aktif İşbirliği Yapılmasına Dair Yönetmelik" (Pişmanlık Yönetmeliği).



ve hafifletici unsurlar dikkate alınarak cezada ayarlama yapılmaktadır. Ceza tutarının ilgili teşebbüsün yıllık gayri safi gelirinin yüzde onunu aşması halinde ceza yüzde ona indirilmektedir.

Ceza Yönetmeliğinde diğer ihlal türlerinden çok kartellerle mücadelede önem verildiğini söylemek mümkündür. Temel para cezasına esas alınacak oranın alt sınırının karteller için daha yüksek belirlenmiş olması bunun başlıca göstergesidir. Öte yandan hafifletici unsurlar arasında, kartellerle mücadeleye yönelik olarak ABD'deki "ilave af" benzeri bir düzenleme bulunmaktadır. Söz konusu düzenlemeye göre, yürütülen bir soruşturmada Pişmanlık Yönetmeliğindeki para cezası verilmemesine ilişkin düzenlemeden yararlanamayan bir teşebbüse verilecek ceza, ilgili teşebbüsün başka bir karteğe ilişkin bilgi ve belgeleri ön araştırmaya karar verilmeden önce sunması halinde, dörtte bir oranında indirilmektedir.

İhlalin kartel olması durumunda ceza belirleme sürecinin son aşaması olası pişmanlık indirimlerinin cezaya yansıtılmasıdır. Pişmanlık Yönetmeliği uyarınca, ön araştırmaya karar verilmeden önce veya ön araştırmaya karar verilmiş olmakla beraber RKHK'nin 4. maddesinin ihlal edildiğine ilişkin delil bulunmaması durumunda soruşturma raporunun tebliğine kadar, kartelle ilgili belirlenen bilgi ve belgeleri sunan ve koşulları yerine getiren ilk teşebbüs ile teşebbüs yöneticisine veya çalışanına para cezası verilmemektedir. Ön araştırmaya karar verilmesinden soruşturma raporunun tebliğine kadar kartelle ilgili belirlenen bilgi ve belgeleri sunan ve koşulları yerine getiren, ancak para cezası verilmemesine ilişkin düzenlemeden yararlanamayan teşebbüsler ile teşebbüs yöneticilerine veya çalışanlarına verilecek para cezalarında indirim yapılmaktadır. Ceza Yönetmeliği doğrultusunda ceza belirleme süreci Şekil 2.8 ile özetlenebilir.



**Şekil 2.8.** Türk Rekabet Hukukunda Cezalandırma Süreci

**Kaynak:** Gündüz (2012: 63)

### 2.6.3.2. Özel Hukuk Yaptırımları

Rekabet hukuku ihlalinin özel hukuk alanında iki sonucu bulunmaktadır. Bunlardan ilki rekabeti kısıtlayan anlaşma veya kararın geçersizliği, ikincisi ise ihlalden zarar gören üçüncü kişilerin tazminat hakkıdır. Bu hususlar RKHK'de 56 ila 59. maddelerde düzenlenmiştir.

RKHK'nin 56. maddesinde, 4. maddeye aykırı olan her türlü anlaşma ile teşebbüs birliği kararlarının geçersiz olduğu, bu anlaşmalardan ve kararlardan doğan edimlerin ifasının istenemeyeceği belirtilmektedir. Fakat aynı maddede uyumlu eylemlerin geçersizliğinden söz edilmemektedir. Nitekim Aslan'a göre (2010: 287) bağlayıcı nitelik taşımayan ve hukuken bir varlığa sahip olmayan uyumlu eylemlerin, hukuken geçersiz sayılmaları da mümkün değildir.

Özel hukuk sonuçları arasında rekabetin korunması bakımından daha fazla önem taşıyan tazminat hakkıdır. Çünkü tazminat hakkına ilişkin hükümlerle sadece RKHK'nin ihlali sonucunda ortaya çıkan zararın giderilmesi değil aynı zamanda ihlalin caydırılması amaçlanmaktadır. RKHK'nin 57. maddesi, kanuna aykırı eylem, karar, sözleşme veya anlaşma ile rekabeti engelleyen, bozan ya da kısıtlayanları veya hâkim durumunu kötüye kullananları, bundan zarar görenlerin zararını tazmin etmeye mecbur kılmaktadır. Zarar, tarafların anlaşma ya da kararı veya ağır ihmali sonucunda ortaya çıkmışsa zarar görenlerin talebi üzerine hâkim, zararın ya da zarara neden olanların elde ettiği veya elde etmesi muhtemel karların üç katı tazminata hükmedebilir (m. 58). Türk özel hukukundaki tazminatın zarar miktarı ile sınırlı olduğu genel ilkesi göz önüne alındığında, üç kat tazminat hakkının zararı telafi etmekten çok zararın önlenmesi amacını taşıdığı anlaşılmaktadır (Sanlı ve Ardiyok, 2011: 116).

#### ***2.6.3.3. Uygulamada Kartellere Karşı Yaptırımlar***

Rekabet Kurumunca kartellere karşı uygulanan yaptırımların boyutunu ortaya koymak üzere iki ölçütten yararlanılabilir. Bu ölçütlerden biri Kurul tarafından kartellere verilen para cezalarının tutarı, diğeri ise cezaların yıllık gayrisafi gelire oranıdır.

1999 ile 2014 yılları arasında rekabet ihlallerine ilişkin 230 soruşturma tamamlayan Kurul, bu soruşturmalarda Kanunu ihlal eden teşebbüslere toplam 2,5 milyar TL para cezası vermiştir. Söz konusu para cezalarının yaklaşık 1,8 Milyar TL'lik bölümü 4. Madde kapsamındaki yatay anlaşmalara diğeri bir ifadeyle kartellere taraf olan teşebbüslere verilmiştir (Bkz. Tablo 2.15). Para cezaların yaklaşık %70'inin kartellere verilmiş olması, Kurulun diğeri ihlallere kıyasla kartellerle mücadeleye daha fazla önem verdiğini ortaya koymaktadır.

**Tablo 2. 15.** Esastan Verilen Para Cezaları (Milyon TL)

Yıl	Toplam Ceza	4. Madde*	Yatay Anlaşmalar**
2001	9,0	7,5	0,1
2002	18,8	17,7	17,4
2003	47,8	7,9	2,7
2004	46,0	43,5	36,4
2005	25,0	25,0	25,0
2006	26,9	26,9	26,9
2007	13,6	13,3	12,9
2008	21,3	8,9	8,9
2009	91,1	51,4	51,4
2010	39,4	38,0	38,0
2011	459,5	361,0	351,8
2012	60,4	59,5	59,5
2013	1.187,2	1.147,0	1.126,8
2014	468,2	14,6	14,6
	2.514,2	1.814,8	1.772,4

\* 4. ve 6. Maddenin aynı anda incelendiği dosyalara verilen cezalar dâhildir.

\*\*Karma (yatay ve dikey anlaşmaların birlikte yer aldığı) anlaşmalara verilen cezalar dâhildir.

**Kaynak:** Rekabet Kurumu Faaliyet Raporları(RK, 2008; RK, 2010b; RK 2014)

Tablo incelendiğinde kartellere verilen para cezalarının son yıllarda belirgin bir biçimde yükseldiği görülmektedir. Ne var ki para cezalarının tutarında artış olmasına karşın kartellere uygulanan yaptırımların ağırlaştığını ve caydırıcılığın yükseldiğini söylemek mümkün değildir. Ceza tutarlarındaki artış, ceza oranının yüksek belirlenmesinden değil karteğe taraf olan teşebbüslerin yıllık gayrisafi gelirlerinin yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Nitekim Ceza Yönetmeliğinin yürürlükte olduğu 2009 ile 2013 yılları arasında kartel olarak nitelendirilebilecek ihlallerde bulunan 177 teşebbüse, yönetmelikte karteller için öngörülen başlangıç oranı olan yıllık gayrisafi gelirin %2'sinin dahi altında ceza verilmiştir (Gündüz 2014: 50).

Karar başına en yüksek kartel cezalarının yer aldığı Tablo 2.16 incelendiğinde Kurulun cezalandırma konusunda çekimser davrandığı daha açık bir biçimde görülebilmektedir. Tabloda yer alan tüm kararlar Ceza Yönetmeliğinin yürürlükte

olduğu döneme ait olmasına karşın ceza oranları çoğunlukla %2'nin altında kalmıştır. Kararların ayrıntıları incelendiğinde ise bu durumun sebebinin yalnızca cezalardaki indirimler olmadığı anlaşılmaktadır. Bazı kararlarda “uzlaşma” (Banka 2013), “centilmenlik anlaşması” (Banka 2011), “anlaşma ve/veya uyumlu eylem niteliği taşıyan” geleceğe yönelik bilgi paylaşımı (Otomotiv 2011) şeklinde ifade edilen ihlaller bile kartel olarak değil diğer ihlaller kapsamında değerlendirilmiştir. Tablodaki en yüksek ceza oranı %4,5 olmakla beraber yasal üst sınır olan %10'nun çok altındadır.

**Tablo 2. 16.** Karar Başına En Yüksek Para Cezaları (4. Madde)

Karar	Karar Sayısı	Ceza Oranı (%)	Milyon TL
Banka Mevduat-Kredi (2013)	13-13/198-100	0,3 - 1,5	1.116,9
Otomotiv (2011)	11-24/464-139	0,3 - 1,5	277,4
Banka Promosyon (2011)	11-13/243-78	0,3 - 0,4	72,3
Ege - Göller Bölgesi Çimento (2016)	16-02/44-14	3 - 4,5	70,9
Bilgisayar ve Tüketici Elektronik (2016)	16-37/628-279	Bilgi yok	54,3
Doğu-Güneydoğu Anadolu Çimento (2012)	12-17/499-140	2 - 3	49,1
Beyaz Et (2009)	09-57/1393-362	0,8	27,5
Yassı Demir Çelik (2009)	09-28/600-141	0,2 - 0,5	23,7

**Kaynak:** Rekabet Kurumu

Para cezalarının caydırıcılıktan uzak olduğunun bir başka göstergesi sınırlı sayıda kalan pişmanlık başvurularıdır. Pişmanlık Yönetmeliğinin yürürlüğe girdiği tarihten 2014 yılı sonuna kadar Kuruma ondört başvuru yapılmıştır. Başvuruların dördü ön araştırma öncesinde, ikisi ön araştırma sürecinde, diğerleri ise soruşturma sürecinde yapılmıştır. Başvurulardan üçünde ihlal tespit edilmemiştir. İhlal tespit edilen on bir başvurudan ikisinde başvuru sahiplerine cezadan tam muafiyet, birinde ilk başvurana tam muafiyet ikinciye indirim, diğer başvurularda ise başvuru sahiplerine değişen oranlarda indirim kararı verilmiştir (RK 2015: 69). 2015 yılında ise yalnızca bir adet pişmanlık başvurusu olmuş fakat başvuru yönetmelik kapsamında olmadığından işlem yapılmamıştır (RK 2016a: 41). Yönetmeliğin yürürlükte olduğu yaklaşık yedi yıllık süre zarfında kartellerin ortaya çıkarılması amacına uygun olan ön araştırma öncesi başvuru sayısının yalnızca dört olması para cezalarının yetersiz olduğunu bir kez daha ortaya koymaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRK ÇİMENTO SANAYİNDE REKABETİ KISITLAYICI UYGULAMALAR

#### 1. ÇİMENTO ÜRÜNÜ VE TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİ

##### 1.1. ÇİMENTO ÜRÜNÜ

Çimento silisyum, kalsiyum, alüminyum ve demir oksitleri içeren maddelerin yüksek ısıda pişirildikten sonra öğütülmesiyle elde edilen hidrolik bağlayıcıları tanımlamaktadır (DPT, 2008: 62).<sup>43</sup> İnşaat sektörünün temel girdilerinden biri olan çimento dünyada en çok tüketilen maddeler arasında yer almaktadır. Tablo 3.1’de görüleceği üzere 2000 yılında 1,6 Milyar ton olan dünya çimento tüketimi 2012’de 4 milyar tona yaklaşmıştır. Dünyada en fazla çimento üretilip tüketilen ülkeler arasında ilk sırada Çin yer almakta ardından Hindistan ve ABD gelmektedir. Bu üç ülke uzun yıllardır ilk üçte yer almakta buna karşın artlarından gelen ülkeler yıllar içinde değişmektedir.

---

<sup>43</sup> Suyla karıştırıldığında sertleşerek etrafındaki maddeleri birbirine bağlayabilen malzemelere hidrolik bağlayıcı denilmektedir (DPT 1996:1). 1800’lü yılların başında Fransız L. Vicat hidrolik bağlayıcılık özelliğinin nasıl oluştuğuna ilişkin bilimsel çalışmalarıyla günümüz çimentosunun üretimine öncülük etmiştir. 1824 yılında İngiliz J. Aspidin, kalker tozunu ve kili önce pişirip ardından öğütürerek elde ettiği, suyla karıştırıldığında sertleşerek Portland Adasından çıkarılan yapı taşlarına benzeyen bağlayıcı malzemesi için “Portland Çimentosu” adıyla patent almıştır. Nihayet 1850’de I. C. Johnson, çimento üretim sürecinde Aspidin’in uyguladığından daha yüksek sıcaklıklar uygulamak ve pişmiş malzemeyi daha ince öğütmek suretiyle bugünkü çimentoya çok benzer bir çimento üretmiş ve çağdaş portland çimentosunun ilk üreticisi olmuştur (Bkz. Erdoğan – Erdoğan, 2007: 77-100).

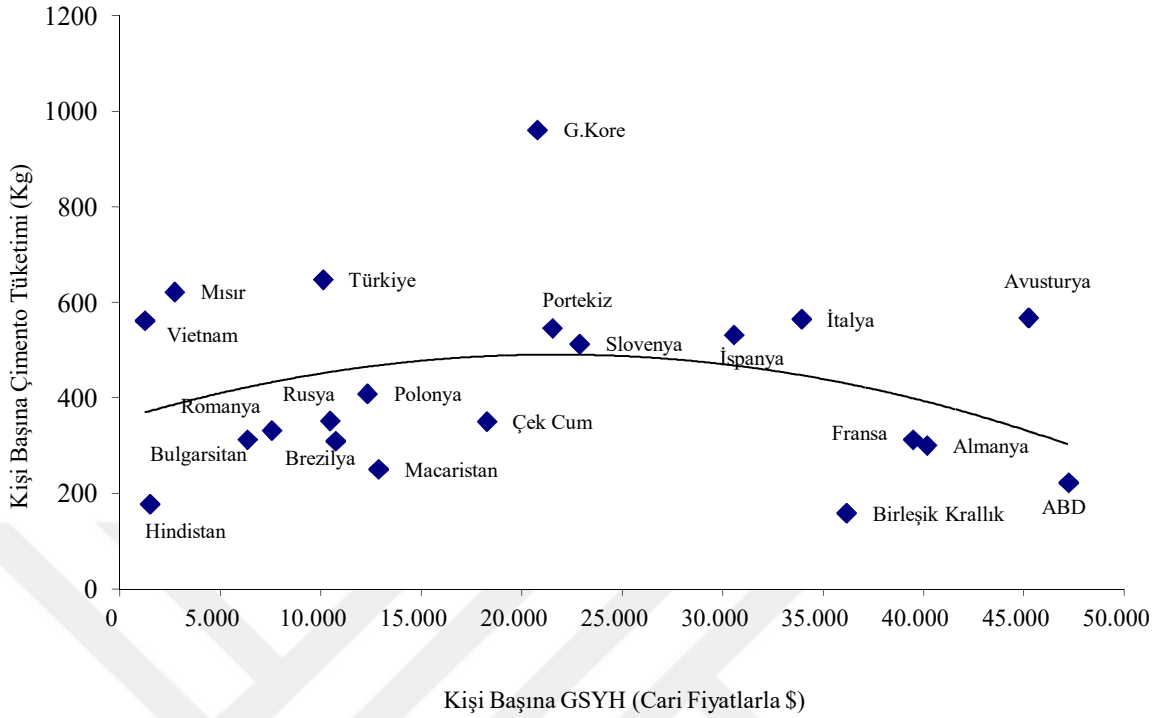
**Tablo 3.1.** Dünyada Çimento Üretimi ve Tüketimi (Milyon Ton)

	2000 <sup>1</sup>		2012 <sup>2</sup>	
	Üretim	Tüketim	Üretim	Tüketim
Çin	587	585	2.220	2.160
Hindistan	94	93	247	242
ABD	84	114	74	79
Brezilya	40	39	68	69
Rusya	32	31	60	63
İran	24	21	73	59
Endonezya	31	22	53	55
Türkiye <sup>3</sup>	36	32	64	54
S. Arabistan	21	15	53	53
Mısır	24	26	55	51
Vietnam	14	14	47	46
G. Kore	51	48	49	44
Japonya	83	72	59	43
<b>Dünya</b>	<b>1.665</b>	<b>1.638</b>	<b>3.800</b>	<b>3.730</b>

**Kaynak:** <sup>1</sup> Erdoğan (2008: 10-15), <sup>2</sup> Armstrong (2013), <sup>3</sup> TÇMB.

Bir ülkedeki çimento tüketimi ülkenin iktisadi gelişmişlik düzeyi ile yakından ilişkilidir. Altyapı ve konut ihtiyacının daha fazla olduğu gelişmekte olan ülkelerde kişi başına çimento tüketimi kişi başına gelirle birlikte artmakta, belirli bir gelir düzeyinde en yüksek miktara ulaşmaktadır. Gelişmiş ülkelerde ise altyapı ve konut ihtiyacı doygunluğa ulaştığından kişi başına çimento tüketimi gelişmekte olan ülkelere göre daha azdır. Söz konusu eğilim 3.1 nolu şekilde görülebilmektedir.

Şekil 3.1. Kişi Başına GSYH ve Çimento Tüketimi (2010)



**Kaynak:** Avrupa ülkelerinin kişi başına çimento tüketim değerleri CEMBUREAU (2011:16)'den alınmış, diğer ülkelerinki ise toplam tüketim miktarı (Özbilgin ve Karaca, 2011:5) yıl ortası nüfusuna (PRB, 2010:6-9) bölünerek hesaplanmıştır. GSYH değerleri Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir.

Çimentonun farklı türleri bulunmasına karşın bu türlerin büyük bir bölümü genel amaçlı kullanıma uygundur (Yeğinoğlu, 2003: 39). Bu sebeple çimento türdeş bir ürün olarak kabul edilmektedir. Markanın önem taşımadığı çimento piyasasında herhangi bir üreticinin ürünü diğerlerinininkine tercih edilebilmektedir. Zaten çimentonun niteliği üreticilerin yerine getirmesi gereken standartlar ile teminat altına alınmıştır. Bu standartlar genelde ulusal olmakla birlikte dış ticarete engel teşkil etmemektedir (d'Aspremont – Encaoua – Ponsard, 1997: 13). Hem yapı malzemesi olarak ikamesi güç bir ürün olması hem de inşaat maliyetleri içindeki payının küçük olması çimento talebinin fiyat esnekliğinin düşük olmasına yol açmaktadır (Bkz. Tablo 3.2.)



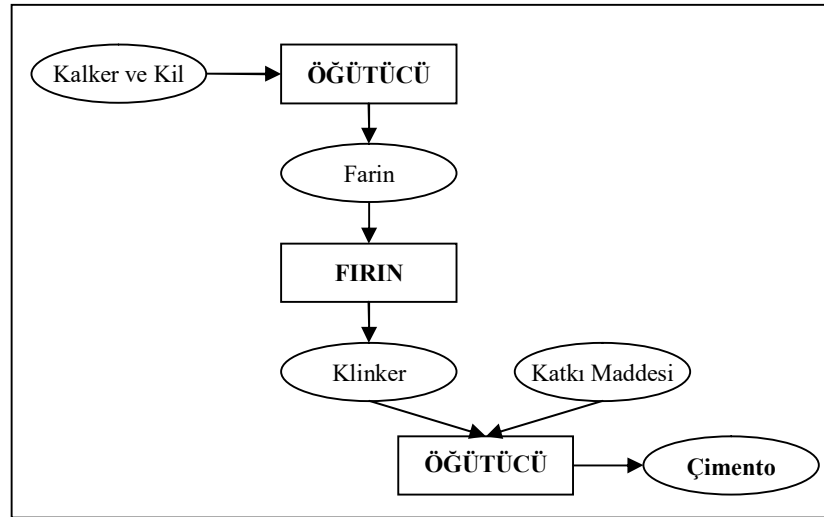
**Tablo 3.2.** Çimento Talebinin Fiyat Esnekliği

	Ülke	Esneklik
Jans – Rosenbaum (1996)	ABD	0,81
La Cour – Møllgaard (2002)	Danimarka	0,27
Röller – Steen (2006)	Norveç	0,46
Zeidan (2009)	Brezilya	0,162 - 0,549
Salvo (2010)	Brezilya	0,14 - 0,64

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Çimento üretim süreci başlıca üç aşamadan oluşmaktadır (Şekil 3.2). İlk aşamada kalkerin kille karıştırılarak öğütülmesiyle farin denilen hammadde karışımı hazırlanmaktadır. İkinci aşamada farin yüksek sıcaklıkta (1450°C) pişirilerek klinker adı verilen ara ürün üretilmektedir. Son aşamada klinker bir miktar alçıtaşıyla birlikte toz haline gelene kadar öğütülerek Portland çimentosu elde edilmektedir. Çimentoya klinkerin öğütülmesi sırasında veya ayrıca öğütüldükten sonra çeşitli mineraller de katılabilmektedir (Yeğinoğlu, 2003: 16-28).

**Şekil 3.2.** Çimento Üretim Süreci



**Kaynak:** Erdoğan (2008: 43)'den uyarlanmıştır.

Çimento üretimi büyük ölçekli sermaye mallarıyla yapılan sermaye yoğun bir faaliyettir.<sup>44</sup> Üretimde önemli derecede ölçek ekonomileri söz konusudur (Norman

<sup>44</sup> Bir milyon ton üretim kapasiteli bir çimento fabrikasının maliyeti 120 - 150 Milyon Avrodur (ÇŞB, 2016:9).

1979; McBride 1981). Çimento üretim sürecinde yoğun olarak enerji kullanılmaktadır.<sup>45</sup> Hammaddelerin pişirilmesi esnasında büyük miktarda yakıt tüketilmektedir. Yakıt olarak çoğunlukla kömür ve petrokok gibi fosil yakıtlar kullanılmaktadır. Hammaddelerin ve klinkerin öğütülmesinde ise elektrik enerjisinden yararlanılmaktadır (Gülen – Yalap, 2003: 41-42).<sup>46</sup> 1970’li yıllarda enerji bunalımına bağlı olarak elektrik ve yakıt tasarrufu sağlayan gelişmeler olmakla beraber son dönemlerde üretim teknolojisinde önemli bir değişiklik yaşanmamıştır (Erdoğan, 2008: 44). Başka bir ifadeyle üretim teknolojisi bakımından olgun bir endüstridir.

Uzun süre stoklanamayan bir ürün olan çimentonun üretim tarihinden itibaren yaklaşık üç ay içinde tüketilmesi gerekmektedir. Çimento yükte ağır pahada hafif bir ürün olduğu için nakliye maliyetleri ürünün birim değerine göre yüksektir. Bu nedenle çimentonun büyük bölümü üretim tesislerinin yakın çevresinde satılmakta, küçük bir kısmı uzak mesafelere taşınmaktadır.<sup>47</sup> Yatırım maliyetleri de yüksek olduğundan her tüketim bölgesinde az sayıda üreticinin bulunduğu oligopolcü piyasa yapısı söz konusudur (d’Aspremont – Encaoua – Ponsard, 1997: 11; RTI, 2009: 2-10). Tüm bunlar üreticilere buldukları bölgede önemli bir piyasa gücü sağlamaktadır.

## 1.2. TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİNİN TARİHİ

Türk çimento sanayi yüzyılı aşkın geçmişiyle Türkiye’deki en köklü sanayi dallarından birisidir. Türkiye’deki ilk çimento fabrikası 1911’de özel girişimcilerce yıllık 20 bin ton kapasiteyle Darıca’da kurulmuştur. Yine 1911 yılında Eskişehir’de başka bir çimento fabrikası daha faaliyete geçmiştir. Bu iki fabrika 1920 yılında tek bir şirket altında birleşmiştir. 1926 yılında Bakırköy’de ve Ankara’da birer çimento fabrikası kurulmuştur. 1929 yılında ise biri Kartal diğeri Zeytinburnu’nda olmak üzere iki fabrika daha üretime başlamıştır. 1920’ler çimento tüketiminin hemen her yıl arttığı bir dönem olmuştur. Çimento sanayinin artan üretim kapasitesinin tüketimi tamamen karşılayamamış olması sebebiyle bu dönemde önemli miktarda ithalat gerçekleşmiştir.

<sup>45</sup> Uluslararası Enerji Ajansı (IEA) raporlarına göre 2012 yılında çimento üretiminde kullanılan enerji, dünya toplam endüstriyel enerji tüketiminin %8,5’ine karşılık gelmektedir. Çimento üretimi dünyada, kimya ve demir-çelik sektörlerinden sonra en çok enerji tüketilen sektördür (Soydaş, 2015: 54-55).

<sup>46</sup> Örneğin Avrupa ülkelerinde bir ton çimento üretimi için 90-120 Kws elektrik, 120 ton kömür tüketilmektedir ve enerji maliyetleri üretim maliyetlerinin %30-40’ını oluşturmaktadır (CEMBUREAU 1997: 14).

<sup>47</sup> ABD çimento sanayi ile ilgili bir çalışmada 1977’de üretilen çimentonun %82,5’inin 320km yarıçaplı bir alan içinde taşındığı belirtilmektedir (Jans – Rosenbaum, 1996: 392).

Ne var ki artan talebe rağmen kişi başına çimento tüketimi komşu ülkelerin çok gerisinde kalmıştır (Sey, 2003: 18-37).

Çimento sanayi, 1929 Ekonomik Bunalımın etkisiyle 1930'lu yıllara durgunlukla başlamıştır. Bunalımın etkilerinin azalmasıyla beraber artan tüketime karşın uzun bir süre yeni fabrika kurulmamış yalnızca kapasite artışı gerçekleşmiştir. 1930 yılında çimento sanayinin korunması amacıyla ithalatın vergilendirilmesi ve sınırlandırılmasına yönelik bir takım düzenlemeler yürürlüğe konulmuştur. Ancak birkaç yıl sonra artan fiyatlar sebebiyle fiyatlara doğrudan müdahale edilmesinin yanı sıra ithalat üzerindeki vergiler ve sınırlamalar hafifletilmiştir. Tüketicinin bir bölümü ithalat yoluyla karşılanmaya devam edilmiştir (Özeken, 1940: 249-261; Yurtoğlu, 2015: 120-125). Öte yandan 1937 ve 1938 yıllarında çimento standartlarının belirlenmesine yönelik ilk düzenlemeler yapılmıştır (Özeken, 1939: 485). 1940'lı yıllara kadar Türkiye'deki çimento üretim ve tüketim miktarları Tablo 3.3'de görülmektedir.

**Tablo 3.3.** 1913 - 1936 Döneminde Türkiye'de Çimento Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti (Bin Ton)

	Üretim	İthalat	Tüketim
1913	32,3	44,3	76,1
1924	24,5	7,6	32,1
1928	54,0	52,6	106,6
1932	132,0	2,3	134,3
1936	193,0	5,7	198,7

**Kaynak:** Ökçün (1971: 88), Özeken (1939: 487)

Birinci Beş Yıllık Sanayi Planında öngörülmüş olmasına karşın devlete ait ilk çimento fabrikası 1943 yılında Sivas'ta faaliyete geçmiştir. İkinci Dünya Savaşı yıllarında durgunluk yaşayan çimento sanayi savaşın sona ermesinin ardından üretimini artırmaya başlamış, 1953 yılında kamu teşebbüsü olan Türkiye Çimento Sanayi T.A.Ş.'nin (ÇİSAN) kurulmasıyla hızlı bir gelişme sürecine girmiştir. Özel kesimin yeni fabrika ve kapasite artırımı yatırımları devam ederken ÇİSAN 1956-1960 döneminde yıllık üretim kapasitesi 820 bin ton olan yedi fabrikayı işletmeye açmıştır. Üretim kapasitesindeki artışla birlikte ithalata duyulan ihtiyaç büyük ölçüde azalmıştır (Bkz. Tablo 3.4). 1957 yılında kamu ve özel kesim çimento üreticilerinin üye olduğu

Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği (TÇMB) kurulmuştur. 1958 yılında yapılan düzenlemelerle çimento fiyatlarını belirleme yetkisi Sanayi Bakanlığına verilmiş ve çimento satışlarından prim toplanarak zarar eden fabrikalara ödeme yapmak üzere TÇMB yönetiminde bir fon oluşturulmuştur (Sey, 2003: 68-81).

**Tablo 3. 4.** 1940 – 1960 Döneminde Türkiye’de Çimento Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti (Bin Ton)

	Üretim	İthalat	Tüketim
1940	268,8	8,2	275,3
1944	286,5	11,2	297,5
1948	344,9	97,4	425,0
1952	495,0	389,0	884,0
1956	970,0	293,0	1.263,0
1960	2.038,0	4,0	1.973,0

**Kaynak:** Sey (2003: 61 ve 83)

Türk çimento sanayi kalkınma planlarının yürürlükte olduğu 60’lı ve 70’li yıllarda hızlı büyüme sürecini devam ettirmiştir. 1960 ile 1980 arasında kamu ve özel kesime ait toplam on yedi yeni fabrika işletmeye açılırken mevcut fabrikaların üretim kapasiteleri genişletilmiştir. Diğer yandan cüruf, tras ve uçucu küllerin katkı malzemesi olarak kullanılmasına başlanmış, artan enerji maliyetleri nedeniyle yakıt tasarrufuna yönelik yatırımlar yapılmıştır. Bu dönemde çimento tüketimindeki hızlı artış 1960’ların sonuna kadar az miktarda olsa da ithalatı zorunlu kılmıştır. Fakat artan üretime bağlı olarak 1970’lerde ithalat sona ermiş ve ihracat başlamıştır (Bkz Tablo 3.5) (Çelenk – Peker, 1999: 18-23; Sey, 2003: 86-107).

**Tablo 3. 5.** 1962 – 1978 Döneminde Türkiye’de Çimento Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti (Milyon Ton)

	Üretim	İthalat	Tüketim	İhracat
1962	2,32	-	2,32	-
1966	3,86	0,16	4,00	-
1970	6,37	-	6,07	0,32
1974	9,04	-	8,51	0,40
1978	15,34	-	14,18	1,24

**Kaynak:** DPT (1996: 7), Sey (2003: 107)

Türkiye ekonomisinin kapsamlı bir yapısal dönüşüm sürecine girdiği, kamu kesiminin ekonomideki ağırlığını azaltarak piyasa ekonomisine işlerlik kazandırmak amacıyla ekonominin yeniden yapılandırılmasına yönelik önlemlerin yürürlüğe konulduğu 1980'li yıllarda çimento sanayi açısından yeni bir dönem başlamıştır. Bu dönemdeki önemli gelişmelerin başında 1983 yılı sonunda çimento ihracatının, 1985 yılı sonunda ise çimento fiyatlarının serbest bırakılması gelmektedir. Diğer bir önemli gelişme ise kamuya ait çimento fabrikalarının özelleştirilmesidir.

Çimento fiyatları 1982 yılına kadar Sanayi Bakanlığınca belirlenmiş, bu tarihte fiyat belirleme yetkisi Bakanlığın onayı alınmak koşuluyla TÇBM'ne devredilmiştir. Ancak 6 Aralık 1985 yapılan düzenlemeyle fiyat belirleme uygulaması sona ermiştir. Ayrıca 1971 yılından itibaren ihracatı teşvik amacıyla kullanılmakta olan çimento fonu 1995 yılında tasfiye edilmiştir. Kamu kesiminin çimento sanayine yeni yatırımları 1992'ye kadar devam etmesine karşın 1989'da beş fabrikanın yabancı sermayeye satışıyla özelleştirme süreci başlamıştır. 1987 yılı sonunda toplam klinker üretim kapasitesinin yaklaşık yarısına sahip olan kamu kesimi, özelleştirme sürecinin 1998 yılında tamamlanmasıyla çimento sanayinden çekilmiştir. (Çelenk – Peker, 1999: 31; Sey, 2003: 119-126).

Siyasi ve iktisadi bunalım sebebiyle 1980'li yıllara durgunlukla başlayan çimento sanayi üretim fazlası sebebiyle ihracata yönelmiştir. 1984'den itibaren yeniden artmaya başlayan iç tüketim, üretim kapasitesindeki artışla karşılanmıştır. 1994 yılına kadar hemen her yıl artan iç tüketim, bu yılda yaşanan bunalım sebebiyle gerilemiş olsa bile takip eden yıllarda artmaya devam etmiştir. Ne var ki 1999 yılında yaşanan deprem ve ardından gelen 2000 ve 2001 yılı bunalımları iç tüketimin büyük ölçüde daralmasına yol açmıştır. 2002 yılında yeniden artmaya başlayan iç tüketimin etkisiyle üretim kapasitesi önemli ölçüde büyümüştür (Sey, 2003: 116-118; DPT: 2008: 64-66). Öte yandan 90'lı ve 2000'li yıllarda üretim fazlasının ihracına devam edilmesiyle Türkiye önemli bir çimento ihracatçısı konumuna gelmiştir (Bkz. Tablo 3.6).

**Tablo 3. 6.** 1983 – 2007 Döneminde Türkiye’de Çimento Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti (Milyon Ton)

	Üretim	İthalat	Tüketim	İhracat (Çimento+Klinker)
1983	13,59	-	11,56	2,33
1987	21,98	1,63	23,36	0,34
1991	26,26	0,48	24,32	3,57
1995	33,15	-	30,08	4,62
1999	34,81	-	31,53	4,54
2003	35,09	-	28,10	10,40
2007	49,25	0,90	42,45	8,17

**Kaynak:** DPT (1996: 8), DPT (2000: 39), TÇMB (www.tcma.org.tr)

### 1.3. TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİNİN GÜNCEL DURUMU

Türkiye 2016 yılı itibariyle 54 entegre fabrika, 18 öğütme tesisi, 130 milyon tona ulaşan üretim kapasitesi ve 70 milyon tonu aşan üretim miktarı ile Avrupa'nın en büyük çimento üreticisi, dünyanın ise ilk on üreticisinden biri konumundadır. Çimento sanayi katma değer, ihracat ve istihdam bakımından Türkiye ekonomisi içinde önemli bir yere sahiptir. 2012 yılı verilerine göre çimento sanayinin GSMH içindeki payı %1, sanayi üretimindeki payı %3, ihracattaki payı %0,5 ve istihdamdaki payı ise %0,1 düzeyindedir (TOBB, 2014: 4).

Türk çimento sanayinde 2002 yılında başlamış olan büyüme eğilimi son yıllarda hız kaybetmiştir. 2010'da 62,73 milyon ton olan üretim 2013 yılında 71,33 milyon tona yükselmesine karşın sonraki iki yılda kayda değer bir değişim göstermemiştir. Yurtiçi tüketim 2010 yılında 47,72 milyon ton iken 2014'de 63,17 milyon tona ulaşmıştır. 2015 yılında ise önceki yıllara göre çok az artan yurtiçi tüketim 63,69 milyon tonda kalmıştır. 2010 yılında 15 milyon ton olan ihracat miktarı dış pazarların büyük bölümü oluşturan Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerindeki siyasi ve ekonomik sorunlar sebebiyle yıldan yıla gerileyerek 2015 yılında 7,39 milyon tona düşmüştür (Bkz. Tablo 3.7)

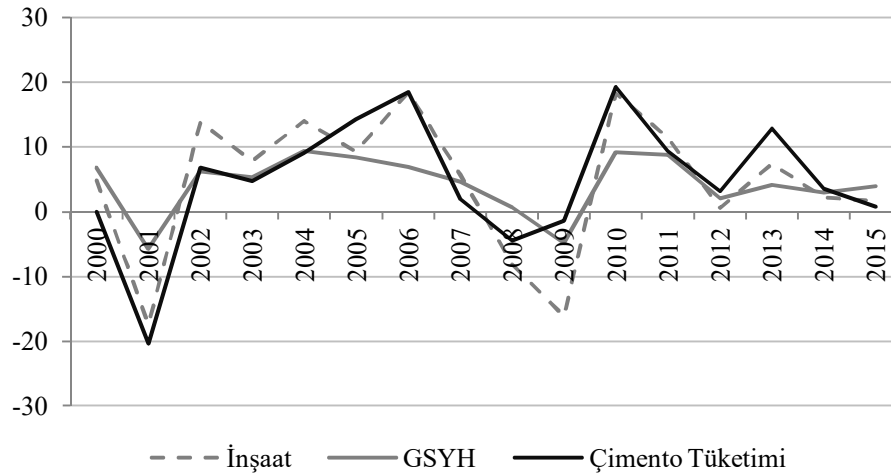
**Tablo 3.7.** Türkiye’de Çimento Üretimi, Tüketimi ve Dış Ticareti (2010 – 2015)

	Üretim	Tüketim	İhracat
2010	62,73	47,72	15,06
2011	63,40	52,25	11,06
2012	63,87	53,93	9,70
2013	71,33	60,94	9,62
2014	71,23	63,17	7,65
2015	71,41	63,69	7,39

**Kaynak:** TÇMB (www.tcma.org.tr)

Yurtiçi tüketimde 2015 yılında yaşanan durgunluğun sebebi Türkiye ekonomisinin büyüme hızındaki yavaşlamadır. Türkiye’nin makro ekonomik koşullarından en hızlı etkilenen sektörlerden biri olan inşaat sektörüne girdi arz eden çimento sanayi, dolaylı olarak makro ekonomik gelişmelerin etkisi altında kalmaktadır. Şekil 3.3’de görüldüğü üzere GSYH’nın, inşaat sektörünün ve çimento tüketiminin büyüme hızları hemen her dönem aynı yönde hareket etmekte, ekonominin büyüme hızındaki istikrarsızlık çimento tüketimine yansımaktadır.

**Şekil 3.3.** Türkiye’de GSYH, İnşaat Sektörü ve Çimento Tüketimi Büyüme Hızları (%)

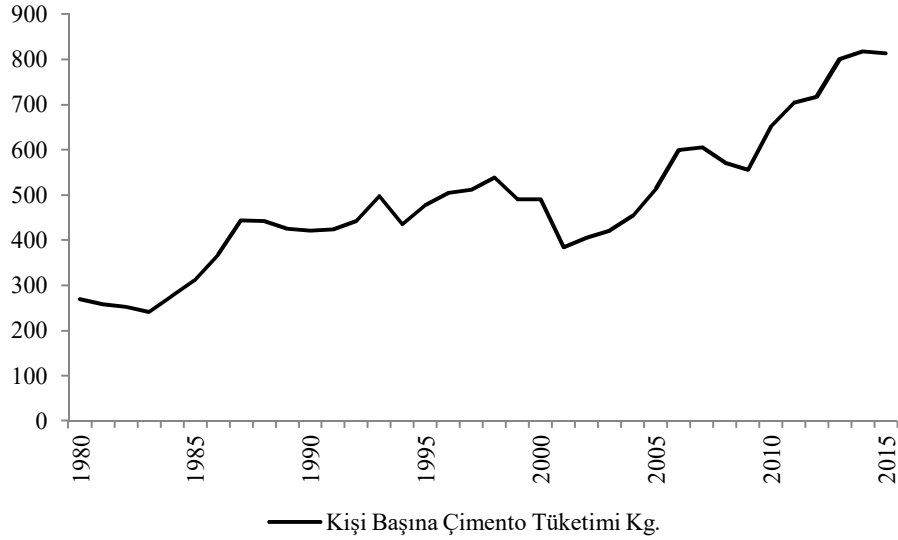


**Kaynak:** TÜİK ve TÇMB (www.tcma.org.tr)

Çimento tüketimi büyüme hızı yıldan yıla değişkenlik göstermesine karşın, uzun dönemde çimento tüketiminin artış eğilimi içinde olması beklenebilir. Bunun sebebi, henüz gelişme aşamasındaki bir ülke olan Türkiye’de altyapı ve konuta duyulan

ihtiyacın fazla olmasıdır. Nitekim 2023 yılında çimento üretiminin 99,8 milyon tona tüketimin ise 78,9 milyon tona ulaşacağı tahmin edilmektedir (BSTB, 2015: 12). Kişi başına çimento tüketiminin uzun dönemli eğilimini gösteren Şekil 3.4 kişi başına tüketimin artmaya devam edeceğine işaret etmektedir.

**Şekil 3.4.** Türkiye’de Kişi Başına Çimento Tüketiminin Eğilimi



**Kaynak:** 1980 - 1999 dönemi değerleri Çelenk (1995: 28) ve DPT (2000: 39)'den derlenmiştir. 2000 yılı ve sonrası toplam tüketim yıl ortası nüfusuna bölünerek hesaplanmıştır

Her coğrafi bölgede üretim yapılmakla birlikte Marmara, Akdeniz ve İç Anadolu bölgeleri en yüksek kapasiteye sahip, en fazla üretim yapılan bölgelerdir. Bu üç bölgede yer alan fabrikalar Türkiye klinker üretim kapasitesinin yaklaşık %70'ine sahip olup çimento üretiminin yaklaşık %65'ini gerçekleştirmektedir (Bkz. Tablo 3.8).



**Tablo 3.8.** Türkiye Çimento Sanayinde Bölgesel Kapasite ve Üretim (2015)

Bölge	Klinker Kapasitesi		Çimento Kapasitesi		Çimento Üretimi	
	Milyon ton	%	Milyon ton	%	Milyon ton	%
Marmara	19,9	26,0	29,4	23,3	17,7	24,8
Ege	5,8	7,6	10,0	8,0	5,8	8,1
Akdeniz	20,8	27,2	33,3	26,4	16,7	23,4
Karadeniz	7,7	10,1	15,1	11,9	8,7	12,2
İç Anadolu	11,0	14,4	17,7	14,0	11,4	15,9
D. Anadolu	5,0	6,6	10,0	8,0	4,9	6,8
G. Anadolu	6,2	8,1	10,6	8,4	6,2	8,8
<b>TOPLAM</b>	<b>76,4</b>	<b>100</b>	<b>126,1</b>	<b>100</b>	<b>71,4</b>	<b>100</b>

Kaynak: TÇMB (www.tcma.org.tr)

Türkiye'nin en fazla çimento tüketilen coğrafi bölgesi toplam tüketimden dörtte bir oranında pay alan Marmara bölgesidir. Akdeniz ve İç Anadolu bölgeleri en fazla çimento tüketilen diğer bölgelerdir. Bu üç bölgenin tüketimi Türkiye'deki toplam tüketiminin yaklaşık %60'ına karşılık gelmektedir (Bkz. Tablo 3.9).

**Tablo 3.9.** Türkiye'de Bölgesel Çimento Tüketimi

Bölge	2002		2015	
	Milyon ton	%	Milyon ton	%
Marmara	6,5	24,3	16,5	25,9
Ege	2,8	10,4	5,0	7,9
Akdeniz	3,9	14,6	12,0	18,8
Karadeniz	3,9	14,6	8,4	13,2
İç Anadolu	5,4	20,1	11,3	17,7
D. Anadolu	1,6	6,0	4,8	7,5
G. Anadolu	2,7	10,0	5,7	9,0
<b>TOPLAM</b>	<b>26,8</b>	<b>100</b>	<b>63,7</b>	<b>100</b>

Kaynak: TÇMB (www.tcma.org.tr)

Türkiye’de çimento satışlarının cins, ambalaj ve müşteri temelli dağılımı incelendiğinde günümüzdeki durumun 2000’li yılların başına göre oldukça farklılaştığı görülmektedir. Son on beş yıllık dönemde katkı çimentoların (CEM II ve diğer) satışlar içindeki payı %70’lerden %40’lara gerilemiştir.<sup>48</sup> Geçmişte torbalı satışlar ağırlıktayken günümüzde satışların %80’i dökme olarak gerçekleşmektedir. Bayiler aracılığıyla satılan çimento miktarı azalmıştır. Çimentonun yarısı hazır beton üreticilerine satılmaktadır (Bkz. Tablo 3.10).

**Tablo 3. 10.** Türkiye’de Çimento Satışlarının Cins, Müşteri ve Ambalaja Göre Dağılımı

	Cins			Satış			Ambalaj	
	CEM I	CEM II	Diğer	Hazır Beton	Bayi	Diğer	Torbalı	Dökme
<b>2001</b>	28	57	15	27	57	16	54	46
<b>2008</b>	40	42	18	48	40	12	32	68
<b>2015</b>	56	32	12	51	36	13	20	80

**Kaynak:** TÇMB (www.tcma.org.tr)

Türkiye dünyada en fazla çimento ve klinker ihracatı yapan ülkeler arasında yer almaktadır. Türk çimento sanayi 2008 ve 2009 yıllarında gerileyen iç tüketimin etkisiyle 2008-2010 döneminde yılda yaklaşık 1,1 Milyar Dolar değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Ancak ihraç pazarlarındaki olumsuz koşullar sebebiyle 2011 yılından itibaren azalmaya başlayan ihracat geliri 2016 yılında 495 milyon Dolar olarak gerçekleşmiştir (Bkz. Tablo 3.11).

<sup>48</sup> Geçerli standarda göre (TS EN 197-1: 2012) 5 ana tip çimento bulunmakta, 5 ana tip ise 27 genel çimento tipini kapsamaktadır. Yine bu standarda göre genel çimentolar dışında 12 farklı (sülfata dayanıklı ve yüksek fırın cürufllu) çimento tipi daha bulunmaktadır. Beş ana tip çimentodan en fazla % 0-5 oranında katkı maddesi içeren türü Portland Çimentosu (CEM I), %6-35 oranında katkı maddesi içeren türü Portland Kompoze Çimento (CEM II) olarak adlandırılmaktadır. Diğer üç ana tip çimento Yüksek Fırın Cürufllu Çimento (CEM III), puzolan ve uçucu kül içeren Puzolanik Çimento (CEM IV) hem cüruf hem de puzolan ve uçucu kül içeren Kompoze Çimentodur (CEM V) (Engin – Tarhan, 2012: 67-68).

**Tablo 3. 11.** Türkiye Çimento Sanayi İhracatı (Milyon Dolar)

Yıl	İhracat	Yıl	İhracat
2007	581	2012	797
2008	1.132	2013	739
2009	1.199	2014	641
2010	1.131	2015	549
2011	911	2016	495

**Kaynak:** BSTB (2013: 11; 2015: 11), İMSAD (2017: 13)

Türkiye’deki çimento üretim teknolojisi gelişmiş ülkelerde kullanılan teknolojiyle aynı düzeydedir (TOBB 2014: 30). Üretilen çimento Avrupa standardına uygundur.<sup>49</sup> Hammaddelerin tamamı yurtiçinden temin edilebilmekte ve her tür çimento üretilebilmektedir. Üretim maliyetleri içinde en yüksek pay enerji giderlerine aittir. Diğer önemli maliyet bileşenleri hammadde ve işçilik giderleridir.<sup>50</sup> Türk çimento sanayinin genel maliyet yapısı Tablo 3.12’de görülmektedir.

**Tablo 3. 12.** Türkiye Çimento Sanayinde Maliyetler

Sınai Maliyet Kalemleri	Ortalama Maliyet %
Hammadde ve Yardımcı Malzemeler	9,6
Elektrik	21,2
Yakıt	38,0
İşçilik	9,4
Amortisman	7,0
Diğer Sabit Gideler	13,1
Diğer	1,8
Toplam	100

**Kaynak:** BSTB (2015: 12)

Türkiye’de çimento üretimi demir çelik sektörünün ardından en fazla enerji tüketilen sanayi dalıdır. Son yıllarda çimento üretimindeki artışla birlikte çimento sanayinin toplam sanayi enerji tüketimi içindeki payı artmıştır. (Bkz. Tablo 3.13)

<sup>49</sup> TS EN 197-1: 2012 standardı Avrupa’da geçerli olan EN 197-1: 2011 çimento standardına uyumludur.

<sup>50</sup> 2012 yılı verilerine göre klinker pişirme özgül enerji tüketimi kilogram başına 816 kcal ve toplam elektrik özgül tüketimi ise ton başına 101,1 kWh’dir. (TOBB, 2014: 21). Bir ton klinker üretiminde yaklaşık 1,6 ton hammadde kullanılmaktadır (DPT, 2008: 80)

**Tablo 3. 13.** Türkiye Çimento Sanayinde Enerji Kullanım (Bin TEP)

	Yakıt	Elektrik	Toplam	Sanayi Kullanımı İçindeki Payı %
2004	3.267	334	3.600	12,7
2008	4.204	486	4.690	17,9
2012	5.126	600	5.726	18,8

**Kaynak:** Enerji İşleri Genel Müdürlüğü (<http://www.eigm.gov.tr/tr-TR/Denge-Tabloları/Denge-Tabloları>)

Türk çimento sanayinde yakıt olarak genellikle kömür ve petrokok kullanılmaktadır. Çimento üretiminde kullanılan yakıtın yüksek kalorili (5500 kcal/kg) olması gerekmektedir. Yerli kömür düşük kalorili olduğundan ithal kömür ve petrokok ile birlikte kullanılmaktadır. Bu durum çimento sanayinin yakıt konusunda dışa bağımlı olduğu anlamına gelmektedir. Kömür ve petrokokun kullanım oranları dünya fiyatlarına ve ithalat maliyetine bağlı olarak yıldan yıla değişkenlik göstermektedir (DPT 2008: 103).

#### 1.4. TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİ PİYASA YAPISI

Türkiye çimento sanayi, birden çok coğrafi bölgeye yayılmış olan tesisleriyle üretim kapasitesinin önemli bir bölümünü kontrol eden toplulukların yanı sıra bağımsız yerel üreticilerin bir arada bulunduğu oligopolcü bir yapıya sahiptir. Diğer yandan yatırım ve taşıma maliyetlerin yüksekliği oligopolcü yapının bölgesel düzeyde daha da belirginleşmesine sebep olmaktadır.

Türkiye çimento sanayinin piyasa yapısını ortaya koymak üzere yoğunlaşma düzeyi ölçütünden yararlanılabilir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından derlenen ve girişimlerin satış tutarları kullanılarak hesaplanan dört firma yoğunlaşma oranı 2006 – 2014 arasında %27,8 ile %36,13 arasında değişen değerler almıştır (Bkz Tablo 3.14). Bu rakamlar TÜİK ölçütlerine göre düşük ve orta düzeyde yoğunlaşmaya işaret etmektedir.<sup>51</sup>

<sup>51</sup> TÜİK ölçütlerine göre  $CR4 < 30$  ise düşük derecede yoğunlaşma,  $30 \leq CR4 < 50$  ise orta derecede yoğunlaşma,  $50 \leq CR4 < 70$  ise yüksek derecede yoğunlaşma,  $CR4 \geq 70$  ise çok yüksek derecede yoğunlaşma söz konusudur. TÜİK'in HHI değerine ilişkin ölçütü bulunmamaktadır. ABD Yatay Birleşmeler Rehberine göre HHI değeri 1500'den küçükse yoğunlaşmamış piyasa, 1500 ile 2500 arasındaysa orta derecede yoğunlaşmış piyasa, 2500'ün üzerindeyse yüksek derecede yoğunlaşmış piyasa söz konusudur (USDOJ – FTC, 2010)

**Tablo 3. 14.** Türkiye Çimento Sanayinde Yoğunlaşma

	Girişim	CR4	CR8	HHI
2006	48	31,0	47,3	450
2007	43	34,01	51,6	503
2008	50	35,1	51,71	527
2009	39	32,88	51,44	487
2010	36	28,75	49,63	453
2011	41	29,1	49,8	457
2012	45	30,38	48,6	444
2013	51	36,13	54,19	530
2014	49	27,8	45,85	423

**Kaynak:** TÜİK Sanayi ve Hizmet Sektörlerinde Yoğunlaşma

Ne var ki TÜİK tarafından hesaplanan yoğunlaşma oranlarının gerçekçi olmadığı söylenebilir.<sup>52</sup> Üreticiler arasındaki ortaklık ilişkileri ve üretim tesislerinin sahiplik durumu dikkate alınarak daha gerçekçi bir yoğunlaşma oranı hesaplamak mümkündür. Bu amaçla büyük üreticilerin sahip veya ortak oldukları tesis sayıları ile bu tesislerin klinker üretim kapasitesi bilgilerinin yer aldığı Tablo 3.15 hazırlanmıştır.

<sup>52</sup> Rekabet Kurumunun çimento sektörü üzerine yapmış olduğu araştırmaya göre Türkiye’de 2014 yılı itibarıyla çimento sanayinde faaliyet gösteren 20 teşebbüs bulunmaktaydı (RK 2016b: 43). TÜİK verilerinde girişim sayısı 36 ile 51 arasında değişmektedir. Bu durum TÜİK verilerinde üreticiler arasındaki ortaklık ilişkileri ve üretim tesislerinin sahiplik durumunun dikkate alınmadığını göstermektedir.

**Tablo 3. 15.** Türkiye Çimento Sanayinde Büyük Üreticiler (2015)

	Entegre Tesis Sayısı	Klinker Kapasitesi (Milyon ton)	Türkiye Klinker Kapasitesi İçindeki Payı (%)
SABANCI	8	12,5	16,3
OYAK	6	11,3	14,8
LİMAK	7	7,9	10,3
AŞKALE	5	6,5	8,5
SANKO	3	5,0	6,5
NUH	1	4,4	5,7
AS	1	4,3	5,6
VICAT	2	4,0	5,2
CEMENTIR	4	4,0	5,2
KİPAŞ	1	2,9	3,8
VOTORANTIM	4	2,7	3,5
BATI	2	2,4	3,1

**Kaynak:** Firmaların ağ sayfaları ve faaliyet raporlarından yararlanılmıştır.

Tablo 3.15’de görüldüğü üzere 2015 yılında Türkiye toplam klinker üretim kapasitesinin %49,9’u dört büyük üreticinin, %72,9’u ise sekiz büyük üreticinin kontrolündedir. Dört büyük üreticinin klinker kapasitesinden aldığı yaklaşık %50’li pay TÜİK ölçütlerine göre yüksek derecede yoğunlaşmaya karşılık gelmektedir.

Rekabet Kurumunun çimento sektörü üzerine yaptığı araştırmada ise satış miktarına göre ülke genelinde en yüksek piyasa payına sahip dört üreticinin toplam payının 2009 – 2014 döneminde %46,2 ile %52,4 arasında değiştiği belirlenmiştir (RK 2016b: 80-81). Araştırma kapsamında satış miktarına göre şehir esaslı yoğunlaşma seviyeleri de hesaplanmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre 2009 – 2014 yılları şehir esaslı HHI değerlerinin ortalaması 4985 olurken, yoğunlaşmanın en düşük olduğu ilde ortalama HHI seviyesi 2173, en yüksek olduğu ilde ise 9993 olarak gerçekleşmiştir. Bu değerler üreticilerin ülke genelinde düşük bir piyasa gücüne sahip olsalar dahi şehirlerde önemli derecede piyasa gücüne sahip olabildiklerini ortaya koymaktadır (RK 2016b: 75-77).

Türkiye’de çimento sanayinin yapısı ve rekabet koşulları üzerinde etkisi olan etkenlerin başında sektördeki birleşme ve devralma işlemleri gelmektedir. Özelleştirme

sürecinden sonra en fazla devir işlemi, 2004 yılında Tasarruf Mevduatı ve Sigorta Fonunun yönetimine geçen Rumeli Çimento'ya bağlı dokuz fabrikanın satışının gerçekleştiği 2005 yılında yaşanmıştır. Rekabet Kurulu fabrikalardan dördünün en yüksek teklifi veren alıcılara satışına “hâkim durum” ve “birlikte hâkim durum” oluşacağı gerekçeleriyle izin vermemiştir. Ancak birlikte hâkimiyet gerekçesiyle satışına izin verilmeyen iki fabrikanın ihalesini kazanan taraflar kararları yargıya taşımış, Danıştay ise Rekabet Kanununda birlikte hâkim durumdan söz edilmediği gerekçesiyle Kurulun kararlarını bozmuştur (OECD 2008b: 103-104). Bununla beraber söz konusu iki fabrikayı alan şirket 2007 yılında fabrikaları devretmiştir.<sup>53</sup> Sonraki yıllarda sektörde gerçekleşen devralma işlemlerinin çoğu yoğunlaşma artırıcı nitelikte olmasına karşın Rekabet Kurulu tarafından onaylanmıştır (Bkz Tablo 3.16).

**Tablo 3. 16.** Türkiye Çimento Sanayinde Devralma İşlemleri

Fabrika	Yıl	Devreden	Devralan
Ladik	2007	Türkerler	Akçansa
Şanlıurfa	2007	Türkerler	Limak
Sivas –Yozgat - Çorum	2007	Yibitaş - Lafarge	Cimpor
Van	2009	Lafarge	Aşkale
Aslan	2009	Lafarge	Oyak
Ankara - Balıkesir - Kırklareli	2011	Set	Limak
Afyon	2012	Set	Çimsa
Sivas –Yozgat – Çorum - Hasanoğlan	2012	Cimpor	Votorantim
Denizli	2014	CRH - Eren	Oyak
Bilecik	2015	Sönmez -Aunde	Aşkale

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Türk çimento sanayinin rekabet koşulları üzerinde etkili olan diğer bir etken ise bu sanayi dalını ilgilendiren kamusal düzenlemelerdir. Söz konusu düzenlemelerden biri

<sup>53</sup> Gaziantep ve Van fabrikalarının “hâkim durum”, Şanlıurfa ve Ladik fabrikalarının ise “birlikte hâkim durum” oluşacağı gerekçeleriyle en yüksek teklifi veren alıcılara satışına izin verilmemiştir. Ladik ve Van fabrikalarının en yüksek ikinci teklifi veren alıcılara, Şanlıurfa fabrikasının en yüksek teklifi veren diğer alıcıya devrine izin verilmiş, Gaziantep fabrikası ise yeniden ihale edilmiştir (OECD 2008b: 104; Ekiz 2010: 238- 241).

çimento sanayine yapılacak yatırımlar için ön koşul niteliği taşıyan çevresel etki değerlendirmesi (ÇED), diğeri ise yatırım teşvikleridir.

Türkiye’de çimento üretmek amacıyla yatırım yapılabilmesi için 2872 sayılı Çevre Kanunu kapsamında Çevre ve Şehircilik Bakanlığına bağlı Çevresel Etki Değerlendirilmesi İzin ve Denetim Genel Müdürlüğünden ÇED olumlu kararının alınması gerekmektedir. Kararın yargıya taşınması durumunda ise yargı sürecinin sonuçlanması gereklidir. 2005-2014 yılları arasındaki on yıllık dönemde ilgili bakanlığa kırk bir adet yeni çimento üretim tesisi için ÇED başvurusu yapılmış ve tamamı olumlu olarak değerlendirilmiştir.<sup>54</sup> ÇED başvuruları ilgili bakanlık tarafından kısa sürede karara bağlanmasına karşın kararların yargıya taşınması yatırımların başlama sürecinin uzamasına neden olmaktadır. Dolayısıyla ÇED raporuna ilişkin süreç, çimento sanayine yasal bir giriş engeli oluşturmaktadır (RK 2016b: 15-19).

Türkiye’de çimento üretimi devlet tarafından her zaman teşvik edilen bir sanayi dalı olmuştur. Çimento üretimine yönelik yatırımlara sunulan teşviklerin geçmişi 1913 ve 1927 tarihli Teşvik-i Sanayi Kanunlarına kadar uzanmaktadır (Yurtoğlu 2015: 116-118). Günümüzde kurulu üretim kapasitesi yakın gelecekteki iç tüketimi dahi fazlasıyla karşılayabilecek düzeyde olmasına karşın çimento sanayine yapılan yatırımlara teşvik vermeye devam edilmektedir. Tablo 3.17’de görüldüğü üzere 2001-2016 yılları arasında çimento sanayine toplam 156 belgeyle 9,1 Milyar TL teşvik verilmiştir. Bu teşviklerin 8 Milyar TL’si kapasite artııcı yatırımlara, 1 Milyar TL’si ise diğeri yatırımlara ayrılmıştır.

**Tablo 3. 17. Türkiye Çimento Sanayinde Yatırım Teşvikleri**

Yatırımın Cinsi	Belge Adedi	Sabit Yatırım (Milyon TL)
Komple Yeni	48	5.920
Tevsi	38	2.119
Diğeri*	70	1.068
Toplam	156	9.107

\* Modernizasyon, entegrasyon, ürün çeşitlendirme.

**Kaynak:** Ekonomi Bakanlığı (<http://www.ekonomi.gov.tr>)

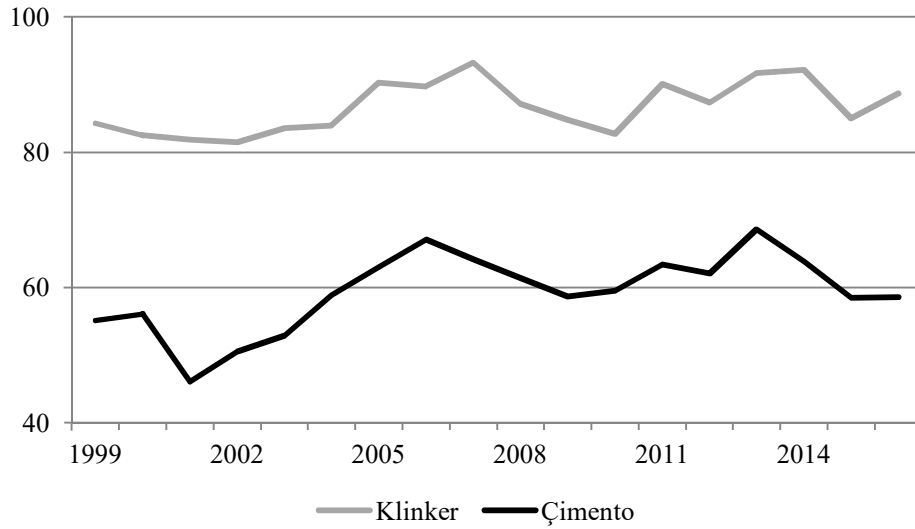
<sup>54</sup> Toplam kırk altı başvuru olmakla beraber başvuruların beşi aynı teşebbüs tarafından tek bir tesis için yapılmıştır (RK 2016b: 16).



Büyük bir bölümü tamamen yeni yatırımlara verilen teşviklerin, yatırım maliyetleri yüksek olan çimento sanayine yeni girişleri kolaylaştırıcı bir etkisinin olması beklenebilir. Ancak kapasite artırıcı teşviklerin, hâlihazırda kapasite fazlasına sahip bu sanayi dalında mevcut kapasitenin etkin bir şekilde kullanımını önlemesi kaçınılmazdır.

Türk çimento sanayinde kapasite kullanım oranları incelendiğinde klinker kapasitesinin kullanım oranının yüksek olduğu, buna karşın çimento kapasitesinin kullanım oranının uzun yıllardır düşük kabul edilebilecek düzeylerde kaldığı görülecektir (Bkz. Şekil 3.5). 2002 yılından itibaren artan iç tüketim çimento kapasitesinin kullanımında bir miktar artış sağlamış olmakla birlikte, 2007 – 2016 yıllarını kapsayan son on yıllık dönemde kapasite kullanım oranı ortalaması klinker için %88 olarak gerçekleşirken, çimento için % 62 düzeyinde kalmıştır (TÇMB 2017). Aynı dönemde imalat sanayinin kapasite kullanım oranı ortalaması ise %76 olmuştur (TCMB 2017).

**Şekil 3. 5.** Türkiye Çimento Sanayinde Kapasite Kullanımı (%)



**Kaynak:** TÇMB ([www.tcma.org.tr](http://www.tcma.org.tr))

Türkiye’de çimento sanayi satış karlılığının en yüksek olduğu imalat sanayi alt dallarından birisidir. Bu durumu TCMB tarafından hazırlanan sektör bilançoları istatistiklerinde yer alan ve kar ile satışlar arasındaki ilişkileri gösteren oranlar yardımıyla ortaya koymak mümkündür. Sektör bilançoları istatistiklerine göre 2008 – 2015 döneminde imalat sanayinin brüt kar marjı ortalaması %15,6, faaliyet kar marjı ortalaması % 6,9 olurken, “Çimento, Kireç ve Alçı İmalatı” sektörünün brüt kar marjı ortalaması %30, faaliyet kar marjı ortalaması ise %19 olarak gerçekleşmiştir. İmalat

sanayinin tamamı yerine diğer sektörlerle karşılaştırma yapıldığında da benzer sonuçlara ulaşılmaktadır. Örneğin çimento, kireç ve alçı imalatı sektörünü de kapsayan “Diğer Mineraller” sektörü dışında en yüksek brüt kar marjına sahip sektörler arasında yer alan “Kimya” ve “Elektrikli Teçhizat” sektörleriyle karşılaştırıldığında, çimento, kireç ve alçı imalatı sektöründe satış karlılığının görece yüksek olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 3.18).

**Tablo 3. 18.** Türkiye Çimento Sanayinde Kar Marjı

	Çimento, Kireç ve Alçı İmalatı		Kimya		Elektrikli Teçhizat		İmalat Sanayi	
	Brüt Kar Marjı	Faaliyet Kar Marjı	Brüt Kar Marjı	Faaliyet Kar Marjı	Brüt Kar Marjı	Faaliyet Kar Marjı	Brüt Kar Marjı	Faaliyet Kar Marjı
2008-2011	29,7	16,9	21,6	8,8	21,5	9,2	15,9	6,9
2012-2015	31,1	21,4	20,2	9,6	18,4	6,8	15,2	6,9

Kaynak: TCMB (<http://www.tcmb.gov.tr>)

## 2. TÜRKİYE ÇİMENTO SANAYİNDE REKABET İHLALLERİ

Türkiye’de çimento sanayi rekabet hukuku ihlalleri konusunda en sık gündeme gelen sektörlerden biridir. Rekabet Kurumuna bu sektörle ilgili olarak yapılan başvurulardan işleme konularak inceleme yürütülmüş olanlar hakkındaki bilgiler ve Kurul kararlarında yer alan tespitler sektördeki rekabet sorunları hakkında aydınlatıcı niteliktedir. Bu sebeple çalışmanın bu alt bölümünde Kurum incelemelerine ilişkin bilgilere ve Kurul kararları üzerine çözümlenelere yer verilecektir. Ancak çalışmanın konusu gereği yapılacak çözümleneler rekabeti kısıtlayıcı yatay ihlallere ilişkin kararlar ile sınırlı kalacaktır. Türk çimento sanayindeki rekabet ihlallerinden söz etmeden önce yabancı ülkelerdeki çimento kartelleri hakkında kısa bir bilgilendirme sektörün rekabet ihlallerine ne kadar yatkın olduğu konusunda aydınlatıcı olacaktır.

### 2.1. DÜNYADA ÇİMENTO KARTELLERİ

Çimento sanayi, eşgüdümlü davranışlara yatkın bir yapıya sahip olması sebebiyle birçok ülkede rekabeti kısıtlamayı amaçlayan anlaşmalara konu olmuştur. Yakın zamana kadar bazı ülkelerde yasal çimento kartelleri faaliyet göstermiştir.<sup>55</sup>

<sup>55</sup> Örneğin Norveç’te 1923’den 1968’e kadar (Röller – Steen: 2006), Avusturya’da 1951’den 1995’e kadar (Fink –Frübing 2015), Güney Afrika’da 1940’lardan 1996’ya kadar (Govinda – Khumalo – Mkhwanazi, 2016) çimento karteli faaliyet göstermiştir.

Günümüzde rekabetin yasalarla korunduğu ülkelerde yatay rekabet ihlallerinin en sık görüldüğü sektörler arasında çimento sanayi ilk sıralarda yer almaktadır. Örneğin Ivaldi – Jenny – Khimich (2016) tarafından yapılan bir çalışmaya göre 1995 – 2013 döneminde 22 gelişmekte ülke arasında, ülke sayısına göre en sık kartel soruşturması yürütülen ikinci sektör sekiz ülkeyle çimento sanayidir. Tablo 3.19’da görüldüğü üzere son yıllarda, özellikle gelişmekte olan ülkelerde çimento kartellerine ilişkin çok sayıda soruşturma tamamlanmıştır.

**Tablo 3. 19. Dünya’da Çimento Kartelleri**

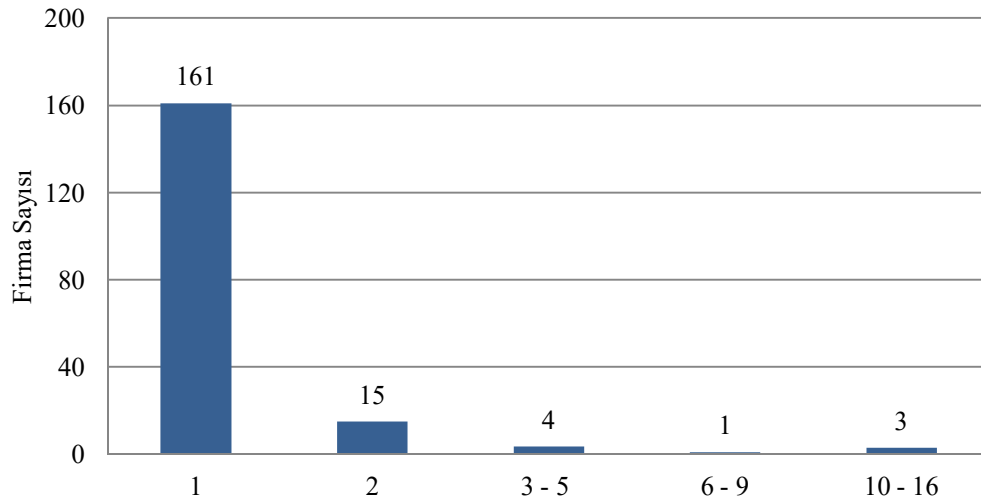
	<b>Dönem</b>	<b>Karar Yılı</b>	<b>Firma Sayısı</b>	<b>Ceza</b>
AB		1994	33 firma, 9 birlik	248 Milyon Avro
Almanya	1991-2001	2003	6 firma	660 Milyon Avro
Arjantin	1981-1999	2005	5 firma	107 Milyon ABD Doları
Avustralya	2002-2006	2014		
Belçika	2000-2003	2013	3 firma, 2 birlik	14,7 Milyon Avro
Birleşik Krallık	2007-2011	2014		
Brezilya	2002-2006	2014	6 firma	1,08 Milyar ABD Doları (Cironun %15’i)
Güney Afrika	1996-2008	2012	4 firma	Cironun %3-6’sı
Hindistan	2000-2009	2012	11 firma	1,1 Milyar ABD Doları (Karın %50’si)
İspanya	2008-2009	2012	5 firma	11 Milyon Avro
Kanada	15 yıl	2012		
Kolombiya	2006-2010	2010		
Mısır	2003-2006	2006	9 firma	1,75 Milyon ABD Doları
Pakistan	2008-2009	2009	Tüm firmalar	77 Milyon ABD Doları
Polonya	1998-2009	2009	7 firma	100 Milyon Avro
Romanya	2000-2004	2005	3 firma	26 Milyon Avro (Cironun %5,5-6,5’i)
Tayvan	1997-2005	2005	21 firma	6,3 Milyon ABD Doları

**Kaynak:** UNCTAD (2005), Govinda – Khumalo – Mkhwanazi (2016), Harrington (2015), OECD(2015a).

Çimento sanayi, en sık kartel görülen sektörlerden biri olmanın yanı sıra birden çok kez karteğe katılan firma sayısının en yüksek olduğu sektörler arasında yer

almaktadır. OECD Sekreterliğinin (2015a) Özel Uluslararası Karteller<sup>56</sup> veri tabanından yararlanarak hazırlanmış olduğu araştırmaya göre kartel üyesi olma gereğiyle en az iki kez soruşturulmuş ya da cezalandırılmış olan 23 çimento şirketi bulunmaktadır (Bkz. Şekil 3.6). Bu şirketlerden üçünün, farklı ülkelerde olmakla beraber en az on kez kartele katıldığı belirlenmiştir. Üstelik bu üç şirket ilk on küresel çimento üreticisi arasında yer almaktadır.

**Şekil 3. 6. Çimento Sektöründe Kartele Katılma Sıklığı**



**Kaynak:** OECD (2015a: 11).

Yazında çimento kartelleri için hesaplanmış fazladan ödeme oranları incelendiğinde ülkeden ülkeye önemli farklılıklar olduğu görülmektedir. Örneğin Güney Afrika çimento karteli için hesaplanan fazladan ödeme oranı %7,5 - 9,7 aralığında iken, Mısır çimento karteli için hesaplanan fazladan ödeme oranı %28,2 – 39,3 aralığındadır. Öte yandan Theron ve van Niekerk (2017) 15 çimento karteli için 42 ayrı çalışmada hesaplanan fazladan ödeme oranlarının ortalamasını %29,93 olarak hesaplamışlardır.

**Tablo 3.20. Çimento Kartellerinde Fazladan Ödeme Oranı**

Yazar	Ülke	Fazladan Ödeme (%)
Hüschelrath - Müller – Veith (2013)	Almanya	20,3 – 26,5
Ivaldi – Jenny – Khimich (2016)	Mısır	28,2 – 39,3
Govinda – Khumalo – Mkhwanazi (2016)	Güney Afrika	7,5 - 9,7

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır.

<sup>56</sup> Özel Uluslararası Karteller veritabanı dünyadaki kartel vakalarının John Connor tarafından hazırlanan ayrıntılı bir listesidir (OECD 2015a).

Çimento kartellerine ilişkin yabancı ülke deneyimleri bu sektördeki kartellerin ulusal düzeyde faaliyet gösterdiklerini, anlaşmaların genellikle pazar paylaşmaya ve fiyat belirlemeye yönelik olduklarını ortaya koymaktadır. Kartel üyeleri arasında doğrudan ya da üretici birlikleri aracılığıyla ayrıntılı bilgi paylaşımının yaygın olduğu anlaşılmaktadır. Anlaşmaya uyulmaması halinde yasal kartellerde telafi (kartel üyeleri arasında ticaret) veya yan ödeme yöntemlerine başvurulmuş, yasal olmayanlarda ise yeniden görüşme yapılmış veya cezalandırıcı tepkiler verilmiştir. Kartelleşme çimento sanayinde kapasiteyi kısıtlamaktan çok atıl kapasite oluşumuna yol açmıştır (Fink – Frübing 2015; Govinda – Khumalo – Mkhwanazi 2016).

## 2.2. ÇİMENTO SEKTÖRÜNE YÖNELİK REKABET KURUMU İNCELEMELERİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Kuruma sektör hakkında yapılan yıllık başvuru sayısı 2010 yılına kadar 1-4 adet arasında iken bu yıldan sonra 5-10 adet aralığına yükselmiştir. Başvuruların özellikle inşaat sezonun başladığı ikinci çeyrekte yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Zira toplam başvuruların %44'ü ikinci çeyrekte yapılmıştır. Kurum tarafından sektöre yönelik olarak yapılan incelemelerin %20'si resen, %80'i ise şikâyet ve ihbarlar üzerine başlatılmıştır. İncelemelerin büyük çoğunluğu ilk inceleme ve ön araştırma aşamasında sonlanmış olup yalnızca %27'si soruşturmaya dönüşmüştür. Kuruma yapılan başvuruların soruşturmaya dönüşme oranı son yıllarda azalma eğilimine girmiştir (RK, 2016b: 21-23).

Sektörde en sık inceleme konusu olan ihlaller rekabeti kısıtlayıcı yatay anlaşmalar ve uyumlu eylemlerdir. İncelenen dosyaların %82'si anlaşma ve uyumlu eylemler kapsamına, %18'i ise hâkim durumun kötüye kullanılması kapsamına girmektedir. İnceleme sonucunda ihlal tespit edilen dosyaların oranı ise yalnızca %18'dir (RK, 2016b: 23-24).

İhlallerin ispatında önem arz eden yerinde inceleme sayılarında 2010 yılı sonrasında önemli bir artış yaşanmıştır. 2010 yılı öncesi toplam 76 ziyaret gerçekleştirirken 2010 yılı ve sonrasında toplam 115, yılda ise ortalama 23 ziyaret gerçekleştirilmiştir. Sektördeki birçok firma birden fazla kez yerinde incelemeye maruz kalmıştır. İlk kez incelenen firmaların oranı son yıllarda % 0-20 düzeyine kadar

gerilemiştir. Bu durum sektörde belirli bir süre faaliyet gösteren hemen her firmanın Kurumun incelemelerine konu olduğu anlamına gelmektedir (RK, 2016b: 25-26).

Sektöre yönelik olarak başlatılan rekabeti kısıtlayıcı anlaşma ve uyumlu eylemlere ilişkin soruşturmalardan 13 tanesi para cezası ile sonuçlanmıştır. Tablo 3.21’de görüldüğü üzere toplamda 171 Milyon TL ceza verilen bu soruşturmalardan dokuzu çimento, dördü ise hazır beton pazarına ilişkindir. Cezaların ağırlığı incelendiğinde, verilen cezaların yıllık gayri safi gelire oranının çoğunlukla %1 ile %3 arasında değiştiği, en yüksek ceza oranının ise %4,5 olduğu görülmektedir.

**Tablo 3.21. Çimento Sektöründe Rekabet Kurulu Cezaları (4. Madde)**

Karar	Karar Yılı	Karar Sayısı	Ceza Oranı (yıllık gayri safi gelirin yüzdesi)	Ceza Tutarı (TL)	Ceza Tutarı (Milyon Avro)
Ege ve Göller Bölgeleri Çimento	2016	16-02/44-14	%3 - 4,5	70.915.527,98	21,69
Göller Bölgesi	2013	13-54/756-316	%1,5	9.487.956,73	3,75
Sakarya Hazır Beton	2012	12-42/1321-434	%0,8 - 2	2.803.698,98	1,20
Doğu-Güneydoğu Anadolu Çimento	2012	12-17/499-140	%2 - 3	49.165.021,44	21,28
Akdeniz Bölgesi Hazır Beton	2006	06-69/931-268	%0,4 - 3	3.361.597,25	1,87
Akdeniz Bölgesi Çimento	2006	06-69/930-267	%1	4.277.317,56	2,38
Marmara Bölgesi Çimento	2006	06-68/926-265	%1	1.123.134,45	0,62
Marmara Bölgesi Hazır Beton	2006	06-68/927-266	%2	888.892,94	0,49
Antalya Çimento-Klinker	2005	05-05/42-17	%2 - 3	3.883.268,00	2,31
Ege Bölgesi Hazır Beton	2004	04-77/1109-278	%1	4.726.144,08	2,65
Ege Bölgesi Çimento	2004	04-77/1108-277	%1,5 - 3	14.834.290,58	8,33
Çimento	.2002	02-06/51-24	%1	4.853.550,67	3,37
Ege Bölgesi Çimento	1999	99-30/276-166	%3	874.171,79	1,94

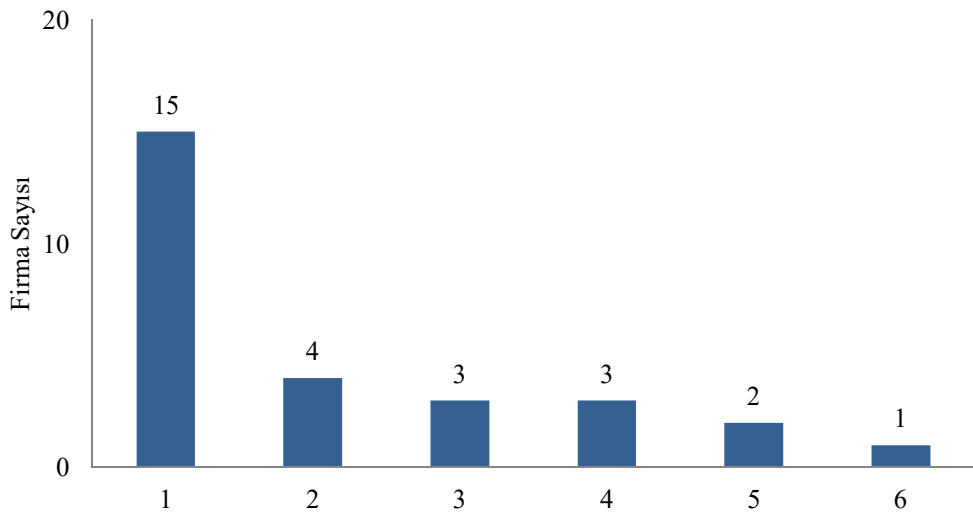
**Kaynak:** Rekabet Kurumu (www.rekabet.gov.tr)

En fazla soruşturma konusu olan coğrafi bölge Ege bölgesi olup en sık ve en yüksek tutarda ceza uygulanan üreticiler bu bölgede faaliyet göstermektedir. İkinci

büyük ceza tutarı ise Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki üreticilere uygulanmıştır.

Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye çimento sektöründe de birden çok kez kartele katılan firma sayısının yüksek olduğu söylemek mümkündür. Şekil 3.7’de görüldüğü üzere 13 çimento üreticisi birden çok kez yatay ihlallerde bulunduğu gerekçesiyle ceza almıştır. Bu sayı toplam ceza alan firma sayısının yarıya yakını oluşturmaktadır.

**Şekil 3.7.** Türkiye Çimento Sektöründe İhlal Tekrarı (Yatay İhlaller)\*



\*Çimento ve Hazır Beton pazarındaki ihlaller

**Kaynak:** Yazar tarafından hazırlanmıştır.

### 2.3. ÇİMENTO SEKTÖRÜNDE YATAY İHLALLERE İLİŞKİN REKABET KURULU KARARLARI

#### 2.3.1. 99-30/276-166 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı

İzmir Ticaret Odasının şikâyeti üzerine İzmir’de bulunan iki çimento üreticisi hakkında ön araştırma başlatılmıştır. Ön araştırma sonucunda ilgili coğrafi pazar genişletilerek, Ege Bölgesinde faaliyet gösteren beş çimento üreticisi hakkında soruşturma açılmasına karar verilmiştir.

Soruşturma kapsamında ulaşılan bulgulara göre bölge fabrikaları ve bölgeye yakın fabrikaların katılımıyla gerçekleştirilen toplantılarla yıllık satış miktarları belirlenmiş (RKK, 1999: 19), bölge fabrikalarınca fiyat belirleme anlaşmaları yapılarak

bölge dışındaki fabrikaların da belirlenen fiyatlara uymaları konusunda karar alınmıştır (RKK, 1999: 32). Ayrıca fabrikaların üretim merkezleri ve yakın çevrelerinin centilmenlik anlaşması olarak nitelendirilebilecek bir uzlaşmayla rekabetten korunması amaçlanmış, bu amaçla üretim fazlasının satılabileceği ortak bölgeler belirlenmiştir (RKK, 1999: 21). Ancak ortak bölgeler dahi serbest rekabete açık olmayıp bu bölgelerdeki satışların miktar veya pay olarak belirlenmesi söz konusudur (RKK, 1999: 23). Öte yandan bölge fabrikalarının hâkim konumlarını korumak üzere bölge dışından gelen çimentonun miktarını ve satılacağı yerleri belirleyerek bölge dışı fabrikaların pazara girişini sınırladıkları tespit edilmiştir (RKK, 1999: 30).

Soruşturma sürecinde yerinde incelemelerde ele edilen belgeler, bölge fabrikalarının anlaşmaların sonuçlarını takip etmek ve oluşan sorunları çözmek için birbirleri ile satış miktarları ve fiyatları içeren ayrıntılı bilgiler paylaştığını ortaya koymaktadır. Geçmiş yıllarda TÇMB bünyesinde yürütülen bilgi toplama ve dağıtım faaliyetlerinin sağladığı altyapının, fabrikalar arasındaki bölgesel bilgi paylaşımını kolaylaştırdığı anlaşılmıştır (RKK, 1999: 17).

Fabrikalar, coğrafi pazar paylaşımını sürdürebilmek ve yüksek fiyatla satış yapılan üretim merkezi ve yakın çevresini fiyat rekabetinden koruyabilmek için bayiler üzerinde denetim ve yaptırımlar uygulamıştır. Bir fabrikanın merkezi ve yakın çevresinde, düşük fiyat uygulanan bölgelerde satılmak üzere alınan ürünleri veya rakip fabrikaların ürünlerini satan bayilere mal vermenin reddedilmesi bu yaptırımların başında gelmektedir. Fabrikalar ile bayiler arasında dikey anlaşmalara ilişkin muafiyetten yararlanılan bir bayilik anlaşması bulunmamasına karşın bayilere olası muafiyetinde ötesine geçen sınırlamalar getirilmesi coğrafi pazar paylaşımının sonucudur (RKK, 1999: 28).<sup>57</sup> Fabrikaların pazar paylaşımı ve fiyat belirleme anlaşmalarını sürdürebilmek üzere başvurduğu diğer bir uygulama arz fazlasının ihracata yönlendirilmesidir. Arz fazlasının iç piyasadan daha düşük fiyatlarla zorunlu

---

<sup>57</sup> Dikey anlaşmalar, üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalardır (RK, 2010a: 33). Soruşturma döneminde dikey anlaşmalara ilişkin muafiyeti düzenleyen yürürlükteki mevzuat 1997/3 sayılı Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği ile 1997/4 sayılı Tek Elden Satın Alma Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliğidir. 1997/3 sayılı tebliğle, tek elden dağıtıcının anlaşmada belirlenen bölge dışındaki aktif satışlarının sınırlanmasına muafiyet tanınmıştır. Aktif satışlar, başka bir alıcının münhasır bölgesindeki veya münhasır müşteri grubundaki münferit müşterilere doğrudan pazarlamayla gerçekleştirilen satışlar olarak değerlendirilmektedir (RK, 2010a: 16).



olarak ihracata yönlendirilmesiyle iç pazardaki rekabetçi baskının azaltılması amaçlanmıştır (RKK, 1999: 39-40).

Tüm bu uygulamaların sonucu olarak, fabrikaların toplam satışlarından ortalama %40 pay alan üretim merkezi ve yakın çevresindeki satışlarda en yüksek fiyatın uygulandığı belirlenmiştir (RKK, 1999: 23). Talebin daraldığı veya herhangi bir fabrikanın kendisine ayrılan pazar payını gerçekleştiremediği dönemlerde fabrikalar satış bölgesi sınırlarını ihlal etmişler ve fiyat rekabetine girmişlerdir. Söz konusu dönemlerde fiyatlar önemli ölçüde gerilemiştir. Ancak satış bölgesi sınırları ve fiyat konularındaki anlaşmaların yenilenmesi amacıyla gerçekleştirilen toplantıların ardından fiyatlarda yüksek oranlı artışlar yaşanmıştır (RKK, 1999: 26).

Soruşturma sonucunda bölgedeki beş çimento üreticisinin 1997 ve 1998 yılı satış miktarlarını anlaşmalarla belirlemek, satış fiyatlarını birlikte tespit etmek ve pazarı coğrafi olarak paylaşmak suretiyle RKHK'yı ihlal ettiklerine karar verilmiştir.

### **2.3.2. 02-06/51-24 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı**

Rekabet Kurulu Ege Bölgesine yönelik soruşturmanın sonuç kararını aldığı tarihte çimento sektörüne yönelik ön araştırma yapılmasına karar vermiştir. Ön araştırmanın ardından İç Anadolu, Akdeniz ve Marmara bölgelerinde faaliyet gösteren 22 çimento sağlayıcısı hakkında soruşturma başlatılmıştır.

Soruşturma sürecinde sektöre ilişkin olarak elde edilen bulgulardan ilki, fabrikaların kurulu oldukları merkezde, rakiplerinin anlaşmalı veya tek taraflı olarak pazara girmemesi sonucunda maliyetlerinin çok üzerinde fiyatlar uygulayabilecek piyasa gücüne sahip olduklarıdır. Üretim merkezlerindeki yüksek fiyatlar nakliye maliyetlerine karşın çevredeki üreticilerin pazara girebilmesine imkân tanıdığı halde, karşılık görmekten çekinen üreticiler rakiplerinin yerleşik olduğu pazarlara girmek yönündeki davranışlarını sürdürmüşlerdir (RKK, 2002: 14-17).

Yapılan yerinde incelemelerde ele edilen belgelerden, üreticilerin, rakiplerinin satış miktarları ve fiyatları hakkında ayrıntılı bilgilere sahip oldukları belirlenmiştir. Üreticilerin savunması söz konusu bilgilerin piyasa araştırmaları ve TÇMB'den elde edilen verilerden tahmin edilebildiği, bu bilgileri elde edebilmek için aralarında iletişim olmasına gerek bulunmadığı yönünde olmuştur. Ancak TÇMB'nin üreticilere ait bireysel verilerin değişimine aracılık ettiğine dair herhangi bir delil bulunamaması ve

bilgilerin piyasa araştırmalarıyla ulaşılamayacak kesinlikte olmaları sebebiyle, üreticilerin kendi aralarında bilgi değişimi içinde buldukları sonucuna varılmıştır (RKK, 2002: 24-28).<sup>58</sup>

Haklarında soruşturma yürütölen üreticilerden birçoğunun üs noktası fiyatlandırmasına benzer bir teslim fiyatlandırması yöntemi kullandıkları belirlenmiştir. Uygulanan yöntemde ürün fiyatı diğer fabrikaların ürünlerinin bölgeye geliş maliyetine göre belirlendiği için üretim merkezlerinde genellikle yüksek fiyatlar olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan üretim merkezine yaklaşık olarak aynı mesafede olan bölgeler arasında da fiyat farklılıkları oluşabildiği yapılan tespitler arasındadır (RKK, 2002: 28).

Torbalı çimentonun naklinin bayiler tarafından karayoluyla yapılıyor olması nakliye maliyetlerinde farklılığa ve teslim fiyatlarında belirsizliğe yol açtığı gibi bayilerin fiyat farklılıklarından yararlanmasına olanak vererek üreticilerin anlaşmalı veya tek taraflı davranışlarını bozacak sonuçlar doğurmuştur. Bu durum fabrikaları, bayilerin ürünü satılmak üzere alındıkları bölge dışında satabilmelerini önleyecek tedbirler almak zorunda bırakmıştır. Bu tedbirlerden denetim amaçlı olanlardan bazıları bölgelere göre farklı ambalaj kullanılması, nakliye araçlarının takibi ve ürünün farklı bölgeye taşındığını ihbar eden bayilerin ödüllendirilmesidir. Yaptırım içeren tedbirlerin ise verilen ürün miktarının kısıtlanmasıyla başladığı, önceden belirlenen bir tutar veya bölgeler arasındaki fiyat farkı kadar ceza uygulanmasıyla sürdüğü, son olarak mal verilmemesi ve hatta sözleşmelerin feshedilmesine kadar vardığı belirlenmiştir (RKK, 2002: 29).

Bayiler üzerindeki kısıtlamalar, dikey anlaşmalara ilişkin muafiyet kapsamındaki münhasır bölge veya müşteri kesimi dışındaki müşterilere doğrudan pazarlamayla gerçekteştirilen aktif satışlara ilişkin yasağın ötesine geçerek, bayilerin doğrudan çabaları sonucunda olmayan pasif satışların engellenmesine varmıştır. Uygulamaların fiyat farklılıkları olmadığı zamanlarda dahi sürdürölmesi, amacın

---

<sup>58</sup> Uzun yıllardır bilgi toplama ve dağıtma faaliyetleri yürüten TÇMB, 1997 yılının Aralık ayında Rekabet Kurumuna konuyla ilgili muafiyet başvurusu yapmıştır. Ancak TÇMB'nin o dönemdeki bilgi toplama ve dağıtma uygulamaları, rekabet hukukuna aykırı olduğu gerekçesiyle muafiyet verilmeye uygun bulunmamıştır. Bununla beraber Kurum tarafından, verilerin toplanması ve dağıtılması aşamasında hangi ilkelere göre hareket edilmesi gerektiği Mayıs 1998'de TÇMB'ye bildirmiştir. TÇMB aynı ay içinde gerekli koşulları yerine getirerek durumu üyelerine bildirmiştir. Rekabet Kurumunca belirlenen ilkeler göre TÇMB yalnızca miktara ilişkin aylık verileri coğrafi bölgeler düzeyinde derleyerek, iki ay gecikmeyle yayınlamaktadır (RKK, 2002: 25-26).

yalnızca düşük fiyatlı ürünlerin yüksek fiyatlı ürün bölgelerine girmesinin engellenmesi değil aynı zamanda pazarın yapay olarak paylaşılması olduğunu ortaya koymaktadır. Dikey kısıtlamalarla, bir yandan fiyat farklılaştırmasının başlıca koşulu olan piyasaların ayrımı amaçlanmış bir yandan da bayilerin çimento piyasasına getirebileceği rekabet engellenmeye çalışılmıştır (RKK, 2002: 31). Rekabet Kurumunun faaliyete başlamasının ardından, dikey anlaşmalara ilişkin muafiyet mevzuatına uyumlu olmayan bayilik sözleşmeleri değiştirilerek mevzuatla uyumlu hale getirilmeye çalışılmışsa da uygulamada muafiyet mevzuatına uyum sağlanmamış ve bayiler üzerinde muafiyeti aşan kısıtlamalar sürdürülmüştür (RKK, 2002: 35-38).<sup>59</sup>

Soruşturma sonucunda İç Anadolu, Akdeniz ve Marmara bölgesinde faaliyet gösteren on altı çimento üreticisinin bayilik anlaşmaları ve uygulamaları yoluyla bayilerin bölgeler arası ticaretini engellediklerine, Ankara torbalı çimento pazarında faaliyet gösteren dört üreticinin fiyat tespiti konusunda, Güney Marmara torbalı çimento pazarında faaliyet gösteren üç üreticinin ise pazar paylaşımı konusunda anlaşma içinde olduklarına karar verilmiştir. Ayrıca OYAK topluluğu ile Sabancı topluluğunun ortak girişimleri olan OYSA Niğde fabrikası ve OYSA İskenderun öğütme tesisinin, gerek kurucu taraflar olan Çimsa ve Adana Çimento arasında gerekse de kurucu taraflarla kendileri arasında rekabetçi davranışların eşgüdümüne yol açan, rekabeti sınırlayıcı amaç ve etkilere sahip bir ihlal oluşturduğu belirlenmiştir (RKK, 2002: xii-xiii).<sup>60</sup>

### **2.3.3. 04-77/1108-277 ve 04-77/1109-278 Sayılı Rekabet Kurulu Kararları**

Çeşitli şikâyetler üzerine Ege bölgesinde faaliyet gösteren beş çimento üreticisi ile beşi çimento üreticilerine bağlı toplam dokuz hazır beton kuruluşu hakkında eş zamanlı olarak soruşturma başlatılmıştır.

Çimento soruşturması kapsamında şikâyetlerin yoğun olduğu illerin ve ilçelerin satış fiyatları üzerine yapılan incelemeler sonucunda, soruşturma konusu üreticilerin

---

<sup>59</sup> Soruşturma döneminde dikey anlaşmalara ilişkin muafiyeti düzenleyen yürürlükteki mevzuat 1997/3 sayılı Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği ile 1997/4 sayılı Tek Elden Satın Alma Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliğidir.

<sup>60</sup> OYAK ve Sabancı Holding, Oysa Niğde çimento fabrikasını ve Oysa İskenderun öğütme tesisini 1992 yılında özelleştirmeden ortaklaşa satın almışlardır. Ayrı olarak faaliyet gösteren iki şirket 2003'te Oysa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. adı altında birleştirilmiştir. Rekabet Kurulu, Akdeniz Bölgesi çimento pazarına yönelik 2006 yılında tamamlanan başka bir soruşturma sonucunda, OYSA Çimento konusunda RKK'nin 4. Maddesine aykırılığın ortadan kaldırılmasına yönelik karar (06-69/930-267) almıştır. Karara uygun olarak 2007 yılında ortak girişim sonlandırılmıştır.

2002 yılı Nisan ve 2003 yılı Haziran aylarında yakın zamanlı ve benzer oranlı fiyat artışları gerçekleştirdikleri, bu artışların maliyetlerdeki artışlarla ilgili olmadığı ve maliyetlerin çok üzerindeki fiyatlarla satış yapıldığı anlaşılmıştır. 2002 yılı Nisan – Ekim döneminde enflasyon oranı % 21, kurlardaki yükseliş ise % 23 civarında olmasına karşın bazı üreticilerin torbalı çimento fiyatlarında iki kata yakın artış olmuştur. Benzer biçimde kurların gerilediği ve enflasyon oranının yaklaşık % 2 olduğu Haziran – Aralık 2003 döneminde torbalı çimento fiyatlarında % 50 artış yaşandığı belirlenmiştir (RKK, 2004a: 17-32). Diğer yandan Ankara fiyatlarıyla yapılan karşılaştırmada, maliyet farkı sınırlı olmasına karşın aynı türdeki ürünün Ege bölgesinde kimi zaman % 65 oranında yüksek fiyatlarla satıldığı anlaşılmıştır (RKK, 2004a: 33-37).

Yerinde incelemelerde elde edilen iki belge rakipler arasında eşgüdüm olduğuna ilişkin işaretler olarak değerlendirilmiştir. Bu belgelerden birinde bölge içinde rekabeti kısıtlamaya yönelik önlemlerden ve bu önlemlerin uygulanma sürecinin hangi üretici tarafından takip edileceğinden söz edilmektedir. Diğer belge ise çimento üreticilerinin bölgesel toplantılar düzenlediklerini ve bu toplantılara bölgede faaliyet gösteren üreticilerin katıldıklarını ortaya koymaktadır (RKK, 2004a: 37-38).

Üreticiler tarafından makul ve iktisadi gerekçelerle açıklanamayan koşut ve yüksek fiyat artışları tespit edilmesi ve rakipler arası eşgüdüme işaret eden belgeler bulunması sebepleriyle Ege Bölgesindeki çimento üreticilerinin torbalı çimento pazarında uyumlu eylem halinde fiyat tespit ettiklerine karar verilmiştir (RKK, 2004a: 59-60).

Öte yandan soruşturma kapsamında, bölgedeki üreticilerden Çimentoş'ın şeklen mevzuata uyumlu anlaşmalarla oluşturduğu dikey yapılanmanın uygulama yönünden mevzuata aykırı olduğu belirlenmiştir. Çimentoş, aktif veya pasif satış ayrımı gözetmeksizin bayilerin kendilerine tanımlanan bölge dışına satış yapmalarını kısıtlayarak düşük fiyatlı bölgelerden yüksek fiyatlı bölgelere ürün girmesini engellemeye çalışmıştır. Dolayısıyla bu yapılanmanın satış bölgeleri arasında fiyat farklılaştırması yapabilmek amacıyla uygulandığı sonucuna varılmıştır (RKK, 2004a: 42-52).

Hazır beton sektöründe yürütülen soruşturma sonucunda ise çimento üreticilerine bağlı beş hazır beton kuruluşunun rekabeti kısıtlayıcı eylemler içinde

olduklarına karar verilmiştir. Yerinde incelemelerde ele geçirilen belgeler ve fiyat çözümlenmeleri soruşturma konusu hazır beton kuruluşlarının, 2000 ile 2002 yılları arasında çeşitli zamanlarda pazar paylaşımı ve fiyat belirleme konusunda anlaşmalarını ve 2002 yılında uyumlu eylem halinde fiyatlarını artırdıklarını ispatlamaya yeterli görülmüştür (RKK 2004b: 40-41).

#### **2.3.4. 05-05/42-17 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı**

Antalya’da yer alan bağımsız çimento ve hazır beton üreticisi öğütme tesisi Özgür Çimento’ya klinker satmayı reddeden Akdeniz ve Ege bölgelerindeki dört çimento fabrikası hakkında soruşturma açılmıştır. Soruşturma sürecinde yapılan incelemelerde Göлтаş Çimento ile Denizli Çimento Fabrikalarının, Antalya’daki iki öğütme tesisinin (Ado ve Özgür) önceki yıllarda karşıladıkları klinker taleplerini 2003 yılından itibaren reddetmeye başladıkları belirlenmiştir. Söz konusu iki çimento fabrikasının, kapasite, üretim ve stok bakımından müsait olmalarına rağmen klinker taleplerini uyumlu eylem halinde karşılamadıkları, bunun sebebinin ise çimento ve hazır beton pazarında kendilerine rakip konumda olan öğütme tesislerini pazar dışına çıkarmak istemeleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır (RKK, 2005: 40).

#### **2.3.5. 06-49/653-182, 06-68/926-265 ve 06-68/927-266 Sayılı Rekabet Kurulu Kararları**

Rekabet Kurulu, Ege Bölgesi çimento ve hazır beton pazarına yönelik 2003 yılındaki ön araştırma kapsamında elde edilen bir belgeye dayanarak İç Anadolu, Karadeniz ve Marmara bölgeleri çimento ve hazır beton pazarlarında rekabet ihlalleri olup olmadığını belirlemek üzere ön araştırma yapılmasına karar vermiştir. Ön araştırma sonucunda hazırlanan rapor doğrultusunda söz konusu bölgelerdeki çimento ve hazır beton sağlayıcılarından bazılarına yönelik soruşturmalar başlatılmıştır.

İç Anadolu ve Karadeniz bölgesinde faaliyet gösteren soruşturma kapsamındaki çimento ve hazır beton üreticilerinin rekabeti sınırlayıcı bir anlaşma içinde olduklarına dair yeterli delil bulunamamıştır (RKK 2006a)

Marmara bölgesiyle ilgili olarak, çimento pazarındaki üreticilerin birlikte fiyat tespit ettikleri iddialarını ispatlamaya yeterli delil olmadığına, ancak Bursa Çimento’nun bayilerin bölgeler arası ticareti engelleyici uygulamalarda bulunduğu karar verilmiştir (RKK 2006b). Eş zamanlı olarak yürütülen hazır beton pazarındaki

soruşturmada ise çimento üreticilerine bağlı üç hazır beton şirketinin fiyat tespiti yapmak suretiyle rekabeti sınırlayıcı bir anlaşma içinde oldukları sonucuna varılmıştır (RKK 2006c) .

### **2.3.6. 06-69/930-267 ve 06-69/931-268 Sayılı Rekabet Kurulu Kararları**

Antalya Ticaret ve Sanayi Odasının şikâyeti üzerine yapılan ön araştırmanın ardından Akdeniz bölgesi çimento ve hazır beton pazarlarına yönelik soruşturmalar açılmıştır. Çimento pazarına ilişkin soruşturma sonucunda Doğu Akdeniz çimento pazarıyla ilgili olarak, bölgede bir öğütme tesisi bulunan OYSA Çimentonun, kurucu taraflar arasında eşgüdüm sağlayan ve rekabeti sınırlayıcı amaç ve etkilere sahip bir işbirliği olduğuna, söz konusu işbirliğinin kurucu tarafların bölgedeki fabrikaları arasındaki rekabeti tamamen ortadan kaldırdığına karar verilmiştir. Batı Akdeniz çimento pazarında ise yatay anlaşmalar yoluyla rekabetin sınırlandırıldığına dair yeterli bilgi ve belge bulunamamıştır (RKK 2006d). Hazır beton pazarındaki soruşturmada ise Antalya il merkezi ve çevresinde faaliyet gösteren ikisi çimento üreticilerine bağlı, beşi bağımsız olmak üzere toplam yedi hazır beton şirketinin, yaptıkları toplantılar ve görüşmelerle pazar paylaştıkları, pazar paylarını bilgi değişimi yoluyla takip ettikleri, fiyat ve satış koşullarını birlikte belirledikleri sonucuna varılmıştır (RKK 2006e).

### **2.3.7. 12-17/499-140 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı**

Kurum'a yapılan şikâyetler üzerine Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri ile Akdeniz ve Karadeniz Bölgelerinin doğu kesimlerinde faaliyet gösteren on çimento üreticisi hakkında soruşturma açılmıştır.

Bölgedeki üreticilerden Kars Çimento'da yapılan yerinde incelemede ilgili coğrafi pazarda yer alan çimento fabrikalarının satış ve pazarlama bölümlerinde çalışan on yedi personelin katılımıyla 2010 yılı Mart ayında Ankara'da bir toplantı gerçekleştirildiğine dair belge ele geçirilmiştir. Ayrıca söz konusu belgede adı geçen kişilerden yedisinin toplantı tarihinde Ankara'da iş seyahatinde olduklarını gösteren belgelere de ulaşılmıştır. Toplantıya ilişkin belgenin incelemesi sonucunda başta dökme çimento fiyatlarının artırılması olmak üzere çeşitli konularda kararlar alındığını ortaya koyan ifadeler yer aldığı tespit edilmiştir. Alınan kararların uygulamaya konulup konulmadığını belirlemek için üreticilerden sağlanan fiyat ve satış verileri incelenmiştir. Toplantının hemen ardından bazı üreticiler tarafından fiyat artışlarını içeren yeni fiyat

listelerinin yayınlandığı, toplantı tarihinden sonraki ay içinde Doğu ile Güneydoğu Anadolu'daki illerden bazılarında ortalama çimento satış fiyatlarının yükseldiği belirlenmiştir. Ayrıca belgede yer alan fiyat artışı dışındaki kararlarının büyük bir bölümünün uygulamaya konulduğu sonucuna varılmıştır (RKK, 2012: 35-36)

Soruşturma kapsamındaki diğer bir üretici olan Yurt Çimento'da yapılan yerinde incelemede ise Yurt Çimento'nun kendi coğrafi pazarında yer alan rakipleri Limak, Çimentaş Elazığ ve Aşkale Çimento ile 2010 yılı Nisan - Kasım ayları arasında iletişim ve bilgi paylaşımı içinde olduğunu gösteren belgeler elde edilmiştir. Belgeler, söz konusu üreticilerin fiyatların belirlenmesi amacıyla toplantı yapılması, müşterilerin birlikte dolaşılması ve müşterilerin paylaşılması gibi faaliyetlerde bulduklarını, Yurt Çimento'nun bu faaliyetlere öncülük ettiğini ortaya koymaktadır. Üreticilerin birlikte faaliyet gösterdikleri illerdeki ortalama çimento satış fiyatları incelendiğinde, iletişimin başlamasının ardından önemli oranda koşut fiyat artışları yaşandığı belirlenmiştir (RKK, 2012: 47-54).

Kararda yer alan belgelere ilişkin tarihsel sürecin iç içe geçmiş olması, ilgili coğrafi pazarın kesişmesi ve söz konusu belgelerin birbirinden bağımsız iki ayrı davranışı göstermemesi nedeniyle Türkiye'nin doğusunda faaliyet gösteren çimento üreticilerinin tamamının 2010 yılında anlaşma yoluyla tek bir ihlalde bulduklarına karar verilmiştir (RKK, 2012: 77).

### **2.3.8. 13-54/756-316 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı**

Kurum'a yapılan bir ihbar üzerine Göller Bölgesinde faaliyet gösteren dört çimento üreticisi hakkında ön araştırma başlatılmış, ardından söz konusu üreticilerin bağımsız hazır beton üreticilerine yönelik çimento satış koşullarını birlikte belirlemek suretiyle ihlalde bulunup bulunmadıklarını tespit etmek için soruşturma açılmıştır.

Ön araştırma sürecindeki yerinde incelemelerde, soruşturmaya konu üreticilerden üçünün üst düzey yetkililerinin Ekim 2010'da İstanbul'daki Çimento Endüstrisi İşverenleri Sendikasında yapılan bir toplantıda bir araya geldiklerini gösteren bir belge ele geçirilmiştir. Üreticilerden, belgede adı geçen kişilerin şirket kaynaklarıyla yaptıkları seyahatlerin dökümleri istenmiş, cevap olarak gönderilen bilgilerle bu kişilerin toplantı tarihinde İstanbul'da iş seyahatinde oldukları doğrulanmıştır. Toplantıya ilişkin belgeden, üç üreticinin çimento ve hazır beton ürünlerinde

uygulanacak ortak bir satış ve pazarlama davranışı izlemek üzere uzlaşmaya vardıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ancak yapılan diğer incelemeler sonucunda uzlaşmanın uygulamaya konulduğunu gösteren herhangi bir bulgu elde edilememiştir. Bununla birlikte uygulamaya konulmamış olsa dahi üç üretici arasındaki uzlaşımın ihlal niteliğinde olduğuna karar verilmiştir (RKK, 2013: 4-6).

### **2.3.9. 16-02/44-14 Sayılı Rekabet Kurulu Kararı**

Kurula yapılan şikâyetlerin yanı sıra Alanya Ticaret ve Sanayi Odası, Manisa Valiliği ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığının başvuruları üzerine Ege Bölgesi ile Göller Bölgesinde yerleşik altı çimento üreticisi hakkında ön araştırma başlatılmış, yapılan incelemenin ardından soruşturma açılmıştır.

Soruşturma kapsamında elde edilen bilgi ve belgelerden ulaşılan bulgular doğrultusunda iddia konusu rekabet ihlallerinin, 2013 yılı birinci çeyreğinde (Ocak – Mart 2013) başlayıp 2014 yılının son çeyreğine (Ekim – Aralık 2014) kadar sürdüğü belirlenmiştir (RKK, 2016: 7). Kurulun bu sonuca varmasına sebep olan başlıca etkenler ihlalin başladığı dönemde üreticiler arasında gerçekleşmiş olan toplantılar ile ihlal döneminde üretici davranışlarında ve piyasa başarımında görülen değişimdir.

Yerinde incelemelerde, soruşturma konusu üreticilerin çalışanları ve üst düzey yöneticilerinin katılımıyla Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği bünyesinde Aralık 2013 ve Şubat 2014’de olmak üzere iki toplantı gerçekleştirildiğini gösteren belgeler ele geçirilmiştir (RKK, 2016: 12). Söz konusu belgelerden, toplantıların konusunun geçmiş tarihli piyasa gelişmeleri ve geleceğe yönelik satış stratejileri olduğu anlaşılmıştır. Toplantılarda stok miktarları ve değişken maliyetler gibi bilgilerin paylaşıldığı, bu bilgilerin rakip üreticilerin gelecek davranışlarını uyumlaştırmalarını sağlayabilecek nitelikte olduğu belirlenmiştir (RKK, 2016: 15).

Rakip çimento üreticileri arasında çimento ve klinker alışverişi yapıldığını ortaya koyan belgeler bulunmuştur. Bu tür alışverişler, hazır beton satışı yapan çimento üreticilerinin maliyet üstünlüğü sebebiyle satışın yapıldığı konuma yakın rakip üreticiden mal temin etmesi, yeni tesis kurulumu veya üretimin aksamaması gibi gerekçelerle yapılabilmektedir. Ancak söz konusu soruşturma kapsamında, pazar paylaşımında ortaya çıkan dengesizlikleri giderme amacı taşıdığı şeklinde



değerlendirilmiştir (RKK, 2016: 15). Pazar paylaşımı iddiaları ile ilişkilendirilen bir başka tespit iki çimento üreticisinin rakiplerinin bulunduğu illerdeki hazır beton tesislerini kiraya vermeleridir. Bu durum karşılıklı çıkar ilişkileri doğrultusunda rakip pazarlardan çekilme olarak değerlendirilmiştir (RKK, 2016: 18).

İhlal döneminin piyasa başarımına ilişkin veriler ile ihlal öncesi dönemin piyasa başarımı verilerinin karşılaştırılması sonucunda ihlal döneminde, akılcı ve makul gerekçelerle açıklanamayan olağandışı değişimler yaşandığı belirlenmiştir. İhlal döneminde, önceki döneme göre çok yüksek fiyat artışları olduğu, söz konusu fiyat artışlarının talep veya maliyetlerdeki artıştan kaynaklanmadığı anlaşılmıştır. Maliyetlerdeki artışın çok üzerindeki fiyat artışı üreticilerin karlılıklarına yansımış, ortalama karlılık oranlarında ürün türüne göre bir buçuk ile yedi kat artış gerçekleştiği tespit edilmiştir (RKK, 2016: 54-55). Diğer yandan ihlal döneminde üreticilerin satış yaptıkları bölgeler ve bu bölgelere yaptıkları satışların yoğunluğunun değiştiği belirlenmiştir. Fiyat artışlarının yaşandığı dönemde soruşturma kapsamındaki illerde bu illere daha önce satış yapmakta olan kimi üreticilerin payı azalmış, her il ve yakın çevresi orada kurulu olan üreticilere bırakılmıştır. Fiyat artışların sona erdiği ve fiyatların gerilemeye başladığı dönemde üreticiler çekilmiş oldukları pazarlara yeniden satış yapmaya başlamışlardır (RKK, 2016: 43-45).

Elde edilen iletişim bilgilerinin yanı sıra üretici davranışları ve piyasa başarımına yönelik çözümler sonucunda, soruşturmaya konu üreticilerin uyumlu eylem halinde bölge paylaşmak ve fiyatları yükseltmek suretiyle ihlalde bulduklarına karar verilmiştir (RKK, 2016: 55).

### **2.3.10. Kurul Kararlarına İlişkin Genel Değerlendirme**

Ele alınan kararlardan anlaşılacağı üzere sektörde görülen yatay rekabet ihlalleri genelde pazar paylaşımı ve fiyat tespitine yöneliktir. Soruşturmalarda elde edilen bilgi ve belgeler üreticiler arasında iletişim ve bilgi paylaşımının yoğun olduğuna işaret etmektedir. Satış koşullarının birlikte belirlenmesi, üs noktası fiyatlandırması, arz fazlasının ihracı, müşterilerin paylaşılması ve rakip üreticiler arasında ürün alışverişleri gibi uygulamalar uyumlu eylem veya anlaşmaların sürdürülmesinde kullanılan araçlar arasındadır.

Torbalı çimento satışlarının daha fazla olduğu 2000’li yılların başına kadar uzayan dönemde rekabeti kısıtlayıcı uygulamalar torbalı çimento pazarı üzerine yoğunlaşmıştır. Bu dönemde, bulunduğu coğrafi pazarda egemen olan üreticiler torbalı çimento satışına aracılık eden bayilerin sektöre getirebileceği rekabeti, mevzuata göre münhasır bölge dışına yapılması serbest olan pasif satışları önlemek suretiyle engellemişlerdir. 2000’li yıllarda ise hazır beton kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte dökme çimento ve hazır beton pazarlarında rekabeti kısıtlayıcı davranışlar görülmeye başlanmıştır.



## SONUÇ

İktisadi aktörler arasındaki rekabet sağlıklı işleyen piyasa ekonomilerinin temel özelliklerinden biridir. Rekabetçi olmayan piyasalar toplumsal refahın en çoklaşmasına engel teşkil ederler. Bu sebeple rekabet birçok ülkede yasalar ile koruma altına alınmıştır. Ne var ki rekabetin önündeki en önemli engellerden birisi olan rekabeti yatay olarak kısıtlayan uygulamalar diğer bir deyişle karteller gizli olarak varlıklarını sürdürmeye devam etmektedir. Türkiye’de en sık kartel görülen piyasalardan birisi çimento piyasasıdır. Bu çalışmanın amacı Türk çimento sanayindeki rekabet sorunlarını ele almaktır.

Birinci bölümde öncelikle rekabet kavramı üzerinde durulmuş, rekabetin işlevleri ve farklı yaklaşımlar açısından rekabet kavramı ele alınmış, ardından çalışmanın rekabetin kısıtlanması konusunda temel aldığı piyasa yapısı olan oligopole yer verilmiştir. Daha sonra örtük anlaşmaların oluşumu ve işleyişinden söz edilmiştir. İkinci bölümde kartel anlaşmalarının yapısal özellikleri ve zararlarının ortaya konulmasının ardından karteller ile mücadele yöntemlerine yer verilmiştir. Devamında ABD, AB ve Türkiye’de kartellerle mücadelenin fiili boyutlarına değinilmiştir. Son bölümde ise Rekabet Kurulunun sektöre yönelik olarak almış olduğu kararlar çerçevesinde çimento sanayinde gözlemlenen rekabeti kısıtlayıcı uygulamalar ele alınmıştır.

Rekabetçi piyasalardaki firmalar karlarının veya piyasa paylarının rakipleri tarafından ele geçirilmesini önlemek için tüketicilerin beklentilerini karşılamak, fiyatlarını dolayısıyla maliyetlerini azaltmak ve ürünlerinin kalitesini artırmak zorundadır. Firmaların tüketici beklentilerini karşılama çabası kaynakların talep edilen mal ve hizmetlerden gereken miktarda üretmek üzere tahsis edilmesini sağlar. Maliyetlerini azaltmayı amaçlayan firmalar, en az girdi ile en çok çıktıyı elde etmenin yani verimli çalışmanın ve israfı önlemenin yanı sıra üretim tekniğinin geliştirilmesine de katkıda bulunurlar. Ürün kalitesinin artırılması ise daha fazla yenilik yapıldığı anlamına gelir. Bu bağlamda rekabetin statik ve dinamik etkinlik yaratarak toplumsal refahı en çoklaştırması beklenir. Nitekim rekabetin başta verimlilik artışı olmak üzere

toplumsal refah üzerinde olumlu etkilere sahip olduğu farklı yaklaşım ve yöntemlerin kullanıldığı araştırmalarla da tespit edilmiş bulunmaktadır.

Oligopol piyasalarda rekabetin mi yoksa işbirliğinin mi daha genel bir durum olduğu iktisat kuramı yazınında uzun yıllar tartışılmıştır. Önceleri yaygın olarak kabul edilen görüş, anlaşma koşullarına karar verilmesindeki zorluklar ve aldatma güdüsünün varlığı sebebiyle kartellerin dahi istikrarsız olduğudur. Fakat oligopol piyasalardaki rekabetin tekrarlanan oyunlar biçiminde yeniden yorumlanması, bağımsız firmalar arasında örtük bir anlaşmayı sürdürebilmenin ihtimal dahilinde olduğunu kuramsal düzeyde açıklama imkanı sağlamıştır. Tekrarlanan oyunlar yaklaşımıyla sürekli etkileşim içindeki firmaların, ileriye yönelik tehditler ve vaatlerde bulunmak suretiyle bir anlaşma olmaksızın karlarını Nash dengesinde elde edilenin üzerine çıkarabilecekleri ortaya konulmuştur. Örtük anlaşma yazılı olmamanın da ötesinde üzerinde görüşme dahi yapılmaksızın geliştirilen bir işbirliğidir. Ancak örtük olarak işbirliği geliştirmek her firmanın piyasa ve rakipleri hakkında bilgiye sahip olmasını gerektirmektedir. Bilgi eksikliğinden kaynaklanan zorlukları aşmayı amaçlayan firmalar kolaylaştırıcı uygulamalar adı verilen bir takım yöntemlere başvurmaktadır.

Günümüzde kartel anlaşmaları pek çok ülkede rekabeti korumayı amaçlayan kanunlarla yasaklanmış durumdadır. Dolayısıyla bağlayıcı sözleşmeler, yazılı anlaşmalar gibi açık yöntemlerle kartel kurulması mümkün olmamaktadır. Ne var ki kartellerin yasaklanması, firmaların aralarındaki rekabeti sınırlama yönündeki gayretlerinin sonunu getirememiştir. Firmalar gizli ve dolaylı yöntemlerle aralarındaki rekabeti sınırlamayı halen sürdürmektedir.

Karteller, eşgüdümü kırılğan hale getiren çeşitli sorunlarla baş edebilmek için örgütlenmeye ihtiyaç duymaktadır. Karteller hakkında derlenen veriler pazar paylaşımı ve bilgi değişiminin en sık kullanılan örgütlenme yöntemleri olduğunu ve birden çok yöntemin aynı anda kullanıldığını ortaya koymaktadır. Ticaret birlikleri özellikle yoğunlaşmanın düşük olduğu piyasalarda, çok üyeli kartellerin yürütülmesinde etkili olmaktadır. Kuramsal çalışmalar kartel anlaşmalarının kırılğan olduklarına işaret etmesine karşın gözlemler kartellerin kırılğan ve kısa ömürlü örgütlenmeler olmadıklarını göstermektedir. Firmaların birbirlerini aldatması, pazarın ya da makro ekonominin değişen koşulları veya pazara yeni firmaların girmesi kartel anlaşmalarının kendiliğinden sona ermesine yol açabilmektedir. Ancak son yıllarda kartel anlaşmalarını

sonlandıran başlıca sebepler arasında rekabet otoritelerinin soruşturma faaliyetleri ve kartel üyelerinin pişmanlık başvuruları gibi doğal olmayan nedenler yer almaktadır. Kartellerle mücadeleye verilen önemin artması, gelecek dönemlerde daha fazla kartelin rekabet hukuku uygulamaları ve özellikle pişmanlık başvuruları sebebiyle sonlanacağına işaret etmektedir.

Görgül çalışmalar kartellerin ortalama olarak %20 ile %25 düzeyinde fiyat artışına neden olduğu ortaya koymaktadır. Kartellerin fiyat etkisi kadar belirgin olmayan zararları da bulunmaktadır. Bir endüstride kartelin varlığı, kartel üyesi olmayan firmaların da rekabetçi fiyat üzerinde fiyatlar belirleyebilmesine sebep olan şemsiye etkisine yol açabilmektedir. Firmaların ürün ve süreç yeniliği yapma güdülerinin zayıflamasına neden olan karteller uzun dönemli etkinsizliklere zemin hazırlamaktadır. Bu nedenlerle karteller en zararlı rekabet ihlalleri olarak kabul edilmektedir.

Günümüzde özellikle gelişmiş ülkelerde kartellere karşı ağır yaptırımlar uygulanmaktadır. Yaptırımlar hem firmalara hem de bireylere uygulanabilmektedir. Firmalara uygulanan yaptırımlar para cezaları ve tazminatlar, bireylere uygulanan yaptırımlar ise para cezaları, hapis veya yöneticilikten alıkoyma cezalarıdır. Hâlihazırda kartellere karşı en ağır yaptırımların ABD’de uygulandığını söylemek mümkündür. Çünkü hem yüksek miktarda para cezaları hem de kısa sayılmayacak sürelerde hapis cezaları uygulanmaktadır. ABD’de kartellere karşı açılan tazminat davaları yaptırımlar arasında önemli bir yere sahiptir. Öte yandan son dönemde Avrupa Komisyonunun uyguladığı para cezalarının ABD’de verilen cezaların üzerine çıktığı görülmektedir.

Ne var ki para cezaları ne kadar ağır olursa olsun, bu cezaların kartelleri önlemekte yeteri kadar etkin olup olmadığı tartışmalıdır. Para cezalarının caydırıcı olabilmesi için en azından kartelden elde edilmesi beklenen kazancı ortadan kaldıracak büyüklükte olması gereklidir. Yakalanma ve ceza alma olasılığı dikkate alındığında para cezalarının, kartelden elde edilen kazancın bir kaç katına yükseltilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Ancak bu boyuttaki cezalar firmaları mali sıkıntılar içine düşürebileceği gibi hukuktaki cezanın orantılılığı ilkesine de aykırıdır. Tüm bunlar ise kartellerin yakalanma ve ceza alma olasılığını yükseltmenin yanı sıra tazminatlar ve bireysel yaptırımlar gibi para cezaları dışındaki yaptırımların kartellerle mücadeledeki önemini ortaya koymaktadır.

Türkiye’de kartellere verilen para cezalarının tutarında son yıllarda belirgin bir artış yaşanmıştır. Ne var ki bu artışa karşın kartellere uygulanan yaptırımların ağırlaştığını ve caydırıcılığın yükseldiğini söylemek mümkün değildir. Ceza tutarlarındaki artış, genelde ceza oranlarının yüksek belirlenmesinden değil kartele taraf olan teşebbüslerin yıllık gayrisafi gelirlerinin yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Nitekim Ceza Yönetmeliğinin yürürlüğe girdiği 2009 yılından günümüze kadar geçen döneme ait kartel kararları incelendiğinde, ceza oranlarının çoğunlukla yönetmelikte karteller için öngörülen başlangıç oranı olan yıllık gayrisafi gelirin %2’sinin altında kaldığı görülmektedir. Para cezalarının caydırıcılıktan uzak olduğunun bir başka göstergesi sınırlı sayıda kalan pişmanlık başvurularıdır.

Çimento üretimi sabit maliyetlerin yüksek olduğu sermaye yoğun bir sanayi dalıdır. Üretim teknolojisi açısından olgun bir sektördür. Çimento yüksek taşıma maliyetleri sebebiyle sınırlı bir coğrafi alanda satılabilen türdeş bir üründür. İnşaat sektörünün başlıca girdilerinden biri olmasına karşın inşaat maliyetleri içindeki payı yüksek değildir. Çimentonun yakın bir ikamesi bulunmamaktadır. Bu nedenle çimentonun talep esnekliği düşüktür. Tüm bunlar çimento sanayini rekabeti kısıtlayıcı yatay anlaşmalara diğer bir ifadeyle kartelleşmeye eğilimli hale getirmektedir.

Türk çimento sanayi 1980’li yılların sonuna kadar önemli ölçüde devlet müdahalesine konu olmuştur. Bu dönemde devlet çimento üretim kapasitesinde yarıya yakın bir paya sahipti ve çimento fiyatları devlet tarafından belirlenmekteydi. 1980’lerde başlayan ekonomik serbestleşme ve özelleştirme süreciyle birlikte çimento sanayine devlet müdahalesi zamanla tamamen ortadan kalkmıştır. 1985’de çimento fiyatları serbest bırakılmış, 1998’de özelleştirme süreci tamamlanmıştır. Devlet müdahalesinin sona ermesiyle çimento piyasasının rekabetçi bir yapıya kavuşması beklenmiştir. Ancak çimento üreticilerinin rekabeti kısıtlayıcı davranışlar içine girmesi beklentileri boşa çıkarmıştır. Çimento üreticileri pek çok kez rekabeti kısıtlayıcı uygulamalarda buldukları gerekçesiyle Rekabet Kurulu soruşturmalarına konu olmuşlar ve para cezasına çarptırılmışlardır. Çimento üreticileri arasındaki rekabeti kısıtlayıcı davranışlar fiyatları birlikte belirlemek ve coğrafi pazar paylaşımı içine girmek şeklinde kendini göstermektedir.

Üreticilere verilen para cezalarına karşın çimento piyasasında rekabet ihlallerinin tekrarlanması cezaların caydırıcı olmaktan uzak olduğunu ortaya

koymaktadır. Cezaların caydırıcı olmaktan uzak olduğunun bir başka göstergesi pişmanlığa ilişkin hükmün yürürlüğe girdiği 2008 yılından sonraki çimento pazarına yönelik soruşturmalarda hiç pişmanlık başvurusu yapılmamış olmasıdır. Bu durumda cezaların yükseltilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Ancak başka tedbirlerin de uygulanıp uygulanamayacağı tartışılabilir. Bu noktada RKHK'nin 16. maddesinin dördüncü fıkrası cezaların caydırıcılığına katkı sunabilecek niteliktedir. İlgili fıkra göre ihlalde belirleyici etkisi saptanan teşebbüs veya teşebbüs birliği yöneticilerine ya da çalışanlarına teşebbüs veya teşebbüs birliğine verilen cezanın yüzde beşine kadar idari para cezası öngörülmektedir. Fakat söz konusu hükmün yürürlüğe girdiği 2008 yılından bu yana sektörle ilgili alınan kararların hiçbirinde bu yaptırım uygulanmamıştır. Firmalara yönelik yaptırımların yanı sıra bireysel para cezalarının da uygulanması çimento kartelleri konusunda caydırıcılığın artmasını sağlayabilir.

Çimento kartellerini caydırmaya yönelik başka bir tedbir açılacak tazminat davalarını kolaylaştırmaya yönelik düzenlemelerin yapılması olabilir. Bu noktada Rekabet Kurumunun çimento kartellerine karşı açılacak tazminat davalarına bilgi ve belge desteği sağlaması önem taşımaktadır. Rekabet Kurumunun bilgi ve belge desteğiyle açılacak tazminat davaları kartel oluşturmaya teşebbüs eden çimento üreticileri için ilave maliyet anlamına gelecektir.

## KAYNAKÇA

- ABRANTES-METZ R. M. – L. M. FROEB – J. F. GEWEKE – C. T. TAYLOR (2006) “A Variance Screen for Collusion”, *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 24, Issue 3, pp. 467-486.
- ABRANTES-METZ, R. – BAJARI, P. (2009) “Screens for Conspiracies and Their Multiple Applications”, *Antitrust*, Vol. 24, No.1, pp. 66-71.
- ABREU, D. (1986). Extremal Equilibria of Oligopolistic Supergames. *Journal of Economic Theory*, 39(1), pp. 191-225.
- ACS, Z. J. - AUDRETSCH, D. B. (1988). Innovation in Large and Small Firms: An Empirical Analysis. *American Economic Review*, 78(4), 678-690.
- AGHION, P. - BLOOM, N. - BLUNDELL, R. - GRIFFITH, R. - HOWITT, P. (2005) “Competition and Innovation: An Inverted U Relationship”, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 120, No. 2, pp. 701-728.
- AHN, S. (2002) “Competition, Innovation and Productivity Growth: A Review of Theory and Evidence”, *OECD Economics Department Working Papers*, No. 317.
- ANTONIELLI M. – MARINIELLO, M. (2014) “Antitrust Risk in EU Manufacturing: A Sector-Level Ranking”, Bruegel Working Paper 2014/7.
- ARMSTRONG, T. (2013) “An Overview of Global Cement Sector Trends Insights from Global Cement Report 10th Edition”, XXX Technical Congress FICEM-APCAC, Peru, 2 September 2013.
- ARROW, K. (1962) “Economic Welfare and the Allocation of Resources to Invention” *The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors* içinde (609-626). National Bureau of Economic Research. Princeton, Princeton University.
- ARSLAN, B. (2015) *Rekabet Hukuku Uygulamalarında Karşılgusal Analiz*, Ankara, Rekabet Kurumu
- ASLAN, Y. İ. (2010) *Rekabet Hukuku Dersleri*, 3. Baskı, Ekin Kitabevi.
- BACKHOUSE, R. E. (1990) “Competition”, *Foundations of Economic Thought* (Ed. John Creedy), Oxford: Basil Blackwell, pp. 58-86.
- BAKER, J. B. (1993) “Two Sherman Act Section 1 Dilemmas: Parallel Pricing, the Oligopoly Problem, and Contemporary Economic Theory”, *Antitrust Bulletin*, Vol. 38, pp. 143-219.
- BAŞKÖY T. (2002) “Karl Marx’s Theory of Market Competition”, *Problematique*, No.8. pp. 4-23.
- BARON, D. P. (2006) *Business and its Environment*, 5th Edition, New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- BAUMOL, W. J. (1982) “Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure”, *American Economic Review*, Vol. 72, No. 1, pp. 1-15.



- BAYE, M. R. – KOVENOCK, D. (2008) “Bertrand Competition”, *The New Palgrave Dictionary of Economics*, 2nd Edition, (Eds. S.N. Durlauf - L.E. Blume), Palgrave Macmillan.
- BECKER, G. (1968) “Crime and Punishment: An Economic Approach”, *Journal of Political Economy*, Vol. 76, No.2, pp. 169-217.
- BERNHEIM, D. B. - WHINSTON, M. D. (1990) “Multimarket Contact and Collusive Behavior” *RAND Journal of Economics*, 21(1), 1-26.
- BERTRAND, J. ([1883] 1988) “Review of Walras’s *Theorie mathematique de la richesse sociale* and Cournot’s *Recherches sur les principes mathematiques de la theorie des richesses*”, (Ed. A. Daughtey), Cournot Oligopoly, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 73-81.
- BLACKENBURG, K. v. – GEIST A. (2009) “How Can a Cartel Be Detected?”, *International Advances in Economic Research*, Vol. 15, Issue 4, pp. 421-436.
- BLAIR, R. D. – KASERMAN, D. L. (2008) *Antitrust Economics*, Second Edition, Oxford University Press.
- BLAUG, M. (2001) “Is Competition Such a Good Think? Static Efficiency versus Dynamic Efficiency”, *Review of Industrial Organization*, Vol. 19. No. 1, 37-48.
- BLUNDELL, R. - GRIFFITH, R. - VAN REENEN, J. (1999) “Market Share, Market Value and Innovation in a Panel of British Manufacturing Firms” *Review of Economic Studies*, Vol. 66, No. 3, pp. 529-554.
- BOLOTOVA, Y. – CONNOR, J. M. –MILLER, D. J. (2008) “The Impact of Collusion on Price Behavior: Empirical Results from Two Recent Cases”, *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 26, Issue 6, 1290-1307.
- BOLOTOVA, Y. V. (2009) “Cartel Overcharges: An Empirical Analysis”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 70, pp. 321-341.
- BOLOTOVA, Y. – J. M. CONNOR – D. J. MILLER (2009) “Factors Influencing the Magnitude of Cartel Overcharges: An Empirical Analysis of the U.S. Market”, *Journal of Competition Law and Economics*, Vol. 5, No.2, pp. 361-381.
- BOS, A. M. (Iwan) (2009) “Incomplete Cartels and Antitrust Policy: Incidence and Detection”, Doctor of Philosophy, Universiteit van Amsterdam, <http://hdl.handle.net/11245/2.71076> (26.11.2013)
- BOULDING, K. (1966) *Economic Analysis*, New York, Harper and Row.
- BOYER, M. – KOTCHONI, R. (2015) “How Much Do Cartel Overcharge?”, *Review of Industrial Organization*, Vol. 47, Issue 2, pp. 119-153.
- BRYANT, P. G. – ECKARD, E. W. (1991) “Price Fixing: The Probability of Getting Caught”, *Review of Economics and Statistics*, Vol. 73, No. 3, pp. 531-536.
- BSTB (2015) *Çimento Sektörü Raporu (2015/1)*, T. C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü.

- BSTB (2013) *Çimento Sektörü Raporu (2013/1)*, T. C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü.
- BUCCIROSSI, P. (2008) “Facilitating Practices”, ed. Paolo Buccirossi, *Handbook of Antitrust Economic* (305-351). MIT Press, pp. 305-351.
- BUCCIROSSI, P. – CIARI, L. – DUSO, T. – SPAGNOLO, G. – VITALE, C. (2009) “Deterrence in Competition Law”, Berlin Social Science Research Center Discussion Paper, SP II 2009 – 14, <https://bibliothek.wzb.eu/pdf/2009/ii09-14.pdf> (18.03.2014).
- BUCCIROSSI, P., - CIARI, L. - DUSO, T. - SPAGNOLO, G. - VITALE, C. (2011) “Competition policy and productivity growth: An empirical assessment”, DICE Discussion Papers, No. 22. <http://www.dice.hhu.de/forschung-dice/dice-discussion-papers.html>, (06.08.2012).
- BUDZINSKI, O. “Monoculture versus Diversity in Competition Economics”, *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 32, pp. 295-324.
- CAMILLI, E. L. (2005) “Optimal and Actual Fines in Cartel Cases: The European Challenge”, *Remedies and Sanctions in Competition Policy*, Amsterdam Centre for Law and Economics, Amsterdam 17–18 February 2005.
- CARLTON, D. W. (1983) “A Reexamination of Delivered Pricing Systems” *Journal of Law and Economics*, 26(1), pp. 51-70.
- CARLTON D. W. – PELTZMAN, S. (2010) “Introduction to Stigler’s Theory of Oligopoly”, *Competition Policy International*, Vol. 6, No. 2, pp. 237-251.
- CEMBUREAU (1997) *Alternative Fuels in Cement Manufacture*, The European Cement Association.
- CEMBUREAU (2011) *Activity Report 2010*, The European Cement Association.
- CENGİZ, D. (2005) “Türk Rekabet Hukukunda Uyumlu Eylem ve Bu Eylemin Hukuki Sonuçları” (Yayımlanmamış doktora tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- CHAMBERLIN, E. H. (1929) “Duopoly: Value Where Sellers are Few” *Quarterly Journal of Economics*, 44(1), pp. 63-100.
- CHAMBERLIN, E. H. (1933) *The Theory of Monopolistic Competition*, Massachusetts, Harvard University Press.
- CHURCH, J. - WARE, R. (2000) *Industrial Organization: A Strategic Approach* New York: Irwin McGraw Hill.
- CLARK, J. M. (1940) “Toward a Concept of Workable Competition”, *American Economic Review*, Vol. 30, No. 2, pp. 241-256.
- COHEN, M. A. – SCHEFFMAN, D. T. (1989) “The Antitrust Sentencing Guideline: Is the Punishment Worth the Costs?”, *Journal of Criminal Law*, Vol. 27, pp. 331-366.

- COLE, H. L. – OHANIAN, L. E. (2004) “New Deal Policies and the Persistence of the Great Depression: A General Equilibrium Analysis”, *Journal of Political Economy*, Vol.112, No. 4, pp. 779-816.
- CONNOR, J. M. (2006) “Effectiveness of Antitrust Sanctions on Modern International Cartels”, *Journal of Industry, Trade and Competition*, Vol. 6, pp. 195-223.
- CONNOR, J. M. – BOLOTOVA, Y. (2006) “Cartel Overcharges: Survey and Meta-analysis”, *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 24, pp. 1109-1137.
- CONNOR, J. M. – LANDE, R. H. (2006) “The Size of Cartel Overcharges: Implications for US and EU Fining Policies”, *Antitrust Bulletin*, Vol. 51, No. 4, pp. 983-1022.
- CONNOR, J. M. (2007) *Global Price Fixing*, Second Edition, Springer, New York.
- CONNOR, J. M. – LANDE, R. H. (2008) “Cartel Overcharges and Optimal Cartel Fines”, *Issues in Competition Law and Policy Volume 3*, ABA Book Publishing, pp. 2203-2218.
- CONNOR, J.M. (2014) “Cartel Overcharges”, *Research in Law and Economics*, Vol. 26, pp. 249-387.
- COMBE, E. – MONNIER, C. – LEGAL, R. (2008) “Cartels: the Probability of Getting Caught in the European Union”, Bruges European Economic Research Paper, No: 12. <https://www.coleurope.eu/paper-type/bruges-european-economic-research-papers-beer> (02.10.2011).
- COMBE, E. – MONNIER, C. (2010) “Cartels in Europe: Main Features”, *Concurrences*, Vol. 2, pp. 23-31.
- COMBE, E. – MONNIER, C. (2011) “Fines against Hard Core Cartels in Europe: The Myth of Overenforcement”, *Antitrust Bulletin*, Vol. 56, No.2, pp. 235-275.
- COURNOT, A. ([1838] 1988) “Of the Competition of Producers”, (Ed. A. Daughtey), Cournot Oligopoly, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 63-72.
- COWLING, K. – MUELLER, D. (1978) “The Social Cost of Monopoly Power”, *Economic Journal*, Vol. 88, No. 352, pp. 727-748.
- ÇELENK, A. (1995) “Türkiye Çimento Sektörünün Dünü, Bugünü ve Yarını”, TMMOB Çimento Sempozyumu, Ankara, 16-17 Kasım 1995.
- ÇELENK, A. – PEKER, S. (1999) *Çimentonun Tarihçesi ve Türkiye Çimento Sektörü (1912 - 1999)*, H. Ö. Sabancı Holding Çimento Grubu Yayını.
- ÇŞB (2016) “ Entegre Çevre İznine (EÇİ) Tabi Çimento Üretim Tesislerinin Uyum Durumları Ve Gerekliliklerinin Belirlenmesi Projesi: Çimento Sanayi İçin Mevcut En İyi Teknikler (MET) Ulusal Kılavuzu”, T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, [https://www.csb.gov.tr/db/cygm/edotordosya/cimento\\_Ulusal\\_MET\\_Kilavuzu.pdf](https://www.csb.gov.tr/db/cygm/edotordosya/cimento_Ulusal_MET_Kilavuzu.pdf) (05.02.1017)
- DAMGAARD, M. T. – RAMADA, P. – CONLON, G. – GODEL, M. (2011) “The Economics of Cartels: Incentives, Sanctions, Stability, and Effect”, *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol. 2, Issue 4, pp. 405-413.

- D'ASPREMONT, C. - ENCAOUA, D. - PONSSARD, J. P. (2000) "Competition policy and game-theory: reflections based on the cement industry case", *Market Structure and Competition Policy: Game-Theoretic Approaches*, ed. G. Norman – J. F. Thisse, Cambridge University Press.
- D'ASPREMONT, C. –GABSZEWICZ, J. J. – THISSE, J. J. (1979) "On Hotelling's "Stability in Competition"", *Econometrica*, Vol. 47, No. 5, 11145-11150.
- D'ASPREMONT, C. – JACQUEMIN, A. – GABSZEWICZ, J. J. – WEYMARK, A. J. (1983) "On the Stability of Collusive Price Leadership", *Canadian Journal of Economics*, Vol. 16, No. 1, pp. 17
- DAVIS, P. – GARCES, E. (2009) *Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis*, Princeton University Press.
- DAVIS, J. P. – LANDE, R. H. (2013) "Toward an Empirical and Theoretical Assessment of Private Antitrust Enforcement", *Seattle University Law Review*, Vol. 36, 1269-1335.
- DE, O. (2010) "Analysis of Cartel Duration: Evidence from EC Prosecuted Cartels", *International Journal of the Economics of the Business*, Vol. 17 No.1, pp. 33-65.
- DICK, A. R. (1996) "When Are Cartels Stable Contracts?", *Journal of Law and Economics*, Vol. 39, No.1, pp. 241-283.
- DIMAND, R. W. – DORE, M. H. I. (1999) "Cournot, Bertrand and Game Theory: A Further Note", *Atlantic Economic Journal*, Vol. 27, No. 3, pp. 325-333.
- DISNEY, R. - HASKEL, J. - HEDEN, Y. (2003) "Restructuring and Productivity Growth in British Manufacturing" *Economic Journal*, Vol. 113, No. 489, pp. 666-694.
- DPT (1996) *VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Madencilik İhtisas Komisyonu Endüstriyel Hammaddeler Alt Komisyonu Çimento Hammaddeleri ve Yapı Malzemeleri Çalışma Grubu Raporu: Çimento Hammaddeleri ve Yapı Malzemeleri Cilt-1 Çimento Hammaddeleri*, Yayın No: DPT: 2434 – ÖİK: 491.
- DPT (2000) *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Taş ve Toprağa Dayalı Ürünler Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu (Çimento Ve Hazır Beton)*, Ankara.
- DPT (2008) *Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyon Raporu: Taşa ve Toprağa Dayalı Sanayiler*, Ankara.
- DUTZ, M. A. - HAYRI, A. (2000) "Does More Intense Competition Lead to Higher Growth?", *World Bank Policy Research Working Papers*, No.2320.
- EC (2002) "Glossary of Terms Used in EU Competition Policy", European Commission Directorate General for Competition, Brussels.
- EDGEWORTH (1925) "The Pure Theory of Monopoly", *Papers Relating to Political Economy*, Vol. II, London, Macmillan, pp. 111-142.
- EIDE, E. – RUBIN, P. H. – SHEPHERD, J. M. (2006) "Economics of Crime", *Foundations and Trend in Microeconomics*, Vol. 2, No.3, pp. 205-279.

- EINAV L. – LEVIN, J. (2010) “Empirical Industrial Organization: A Progress Report”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 24, No.2, pp. 145-162.
- EKİZ, C. (2010) *Türkiye’de Rekabet Yönetimi: Tekelci Düzenlemenin Ekonomi Politikası*, Ankara, Siyasal Kitabevi.
- ENGİN, Y. – TARHAN, M. (2012) “TS EN 197-1: 2012 Standardı’ndaki Değişiklikler”, *Hazır Beton*, Sayı 110, s. 67-71.
- ERDOĞAN A.(2008) *İklim Değişikliği ile Mücadele Faaliyetlerinin Çimento Sanayiine Etkileri*, Ankara, DPT Uzmanlık Tezi.
- ERDOĞAN, S. T. – ERDOĞAN, T. Y. (2007) *Bağlayıcı Malzemelerin ve Betonun Onbin Yıllık Tarihi*, Ankara, ODTÜ Yayıncılık.
- FELLNER, W. (1949) *Competition among the Few: Oligopoly and Similar Market Structures*, New York, Alfred A. Knopf.
- FELLNER, W. (1949) “Collusion and its Limits under Oligopoly”, *American Economic Review*, Vol.40, No. 2, pp. 54-62.
- FEUERSTEIN, S. (2005) “Collusion in Industrial Economics – A Survey”, *Journal of Industry, Competition and Trade*, 5(3/4), 163-198.
- FINK, N. – FRÜBING, S. (2015) “Legal and Illegal Cartels in the European Cement Industry” ZEW Discussion Paper No: 15-066.
- FORCHHEIMER, K. ([1908]1983) “Imperfect Monopoly: Some Theoretical Considerations”, (çev. W. E. Khun), *Journal of Economics and Business*, Vol. 22, No. 2, pp.65-77.
- FRAAS, A. G. – GREER, D. G. (1977) “Market Structure and Price Collusion: An Empirical Analysis”, *Journal of Industrial Economics*, Vol. 26, No.1, pp. 21-44.
- FRIEDMAN, J. (1971) “A Non-cooperative Equilibrium for Supergames”, *Review of Economic Studies*, 38(1), pp. 1-12.
- FRIEDMAN, J. W. (1983) *Oligopoly Theory*, Cambridge, Cambridge University Press.
- FREIDERISZICK, H. W. – RÖLLER, L. H. (2010) “Quantification of Harm in Damages Actions for Antitrust Infringements: Insights from German Cement Cartel Cases”, *Journal of Competition Law and Economics*, Vol. 6, No.3, pp. 595-618.
- FUDENBERG, D. – MASKIN, E. (1986) “The Folk Theorem in Repeated Games with Discounting or with Incomplete Information”, *Econometrica*, Vol. 54, No. 3, pp. 533-554.
- FUDENBERG, D. - TIROLE J. (1989) “Noncooperative Game Theory for Industrial Organization: An Introduction and Overview”, ed. R. Schmalensee - R. Willig, *Handbook of Industrial Organization Volume I*, Amsterdam: North-Holland Publishing Company, pp. 259-327.

- GABSZEWICZ, J.J. - THISSE J. F. (1999) "Introduction" J.J. Gabszewicz and J. F. Thisse (Ed.), *Microeconomic Theories of Imperfect Competition* (xiii-lxii). UK: Edward Elgar Publishing.
- GALLO, J. C. - DAU-SCHMIDT, K. – CRAYCRAFT, J. L. – PARKER, C. J. (2000) "Department of Justice Antitrust Enforcement: 1995-1997 an Empirical Study", *Review of Industrial Organization*, Vol. 17, Issue 1, pp. 75-133.
- GEORGE, K. – JOLL, C. – LINK, E. L. (1992) *Industrial Organization: Competition, Growth and Structural Change*, London and New York, Routledge.
- GEROSKI, P. A. (1990) "Innovation, Technological Opportunity and Market Structure" *Oxford Economic Papers*, Vol. 42, No.3, pp. 586-602.
- GIBBONS, R. (1992) *A Primer in Game Theory*, New York: Harvester Wheatsheaf.
- GINSBURG, D. H. – WRIGHT, J. D. (2010) "Antitrust Sanctions", *Competition Policy International*, Vol. 6, No.2, pp. 3-39.
- GIOCOLI, N (2005) "The escape from conjectural variations: the consistency condition in duopoly theory from Bowley to Fellner", *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 29, pp. 601-618.
- GOWINDA, H. – KHUMALO, J. – MKHWANAZI, S. (2016) "Estimating the Benefits of Anti-cartel Interventions: The Case of the South African Cement Cartel", *Competition Law Enforcement in the BRICS and in Developing Countries*, ed. F. Jenny – Y. Katsoulacos, Switzerland, Springer, pp. 309-336.
- GREEN, E. J. - PORTER R. H. (1984) "Noncooperative Collusion under Imperfect Price Information" *Econometrica*, 52(1), pp. 87-100.
- GRIFFIN, J. M. (1989) "Previous Cartel Experience: Any Lesson for OPEC?", *Economics in Theory and Practice: An Eclectic Approach*, ed. Lawrence R. Klein - Jamie Marquez, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, pp. 179-206.
- GÜLEN, Ş. – YALAP, H. (2003) "Çimento Sektörüne Genel Bir Bakış", *Madencilik Bülteni*, Haziran 2003, s. 41-45.
- GÜNDÜZ, H. (2012) "Fines in Turkish Competition Law: Has The Lottery Ended?", *Rekabet Dergisi*, Cilt 13, Sayı 4, s. 45-96.
- GÜNDÜZ, H. (2014) *Rekabet Hukukunda Uygulanan İdari Para Cezaları*, Ankara, Rekabet Kurumu.
- GÜNSTER, A. – CARREE, M. – van DIJK, M. A. "Do Cartels undermine Economic Efficiency?", ASSA Annual Meeting 2012, American Economic Association, Chicago, 6-8 January 2012.
- GÜVEN, P. (2008) *Rekabet Hukuku*, 2. Baskı, Ankara, Yetkin Yayınları.
- HALL, R. L. – HITCH, C. J. (1939) "Price Theory and Business Behaviour", *Oxford Economic Papers*, No. 2, pp. 12-45.

- HALTIWANGER, J. - HARRINGTON J. (1991) "The Impact of Cyclical Demand Movements on Collusive Behavior", *RAND Journal of Economics*, 22(1), 89-106.
- HARBERGER, A. (1954) "Monopoly and Resource Allocation", *American Economic Review*, Vol. 44, No. 2, pp. 77-87.
- HARKRIDER, J.D. (2009). "Lessons from Great Depression", *Antitrust*, Vol. 23 Issue 2, pp. 6-10.
- HARRINGTON, J. E. (2006) "Behavioral Screening and Detection of Cartels", 2006 EU Competition Law and Policy Workshop Proceedings.
- HARRINGTON, J. E. (2015) "Thoughts On Why Certain Markets Are More Susceptible To Collusion And Some Policy Suggestions For Dealing With Them", OECD Global Forum on Competition, DAF/COMP/GF(2015)8
- HAY, G. A. – KELLEY, D. (1974) "An Empirical Survey of Price Fixing Conspiracies", *Journal of Law and Economics*, Vol. 17, No.1, pp. 13-38.
- HAY, G. A. (1982) "Oligopoly, Shared Monopoly and Antitrust Law", *Cornell Law Review*, Vol. 67, pp. 439-481.
- HAY, G. A. (2006) "Horizontal Agreements: Concept and Proof", *Antitrust Bulletin*, Vol. 51, No.4, pp. 877-914.
- HERRON, A. M. (2002) "The Antitrust Sentencing Guideline: Deterring Crime by Clarifying the Volume of Commerce Muddle", *Emory Law Journal*, Vol. 51, No. 2, pp. 929-962.
- HIGH, J. (2001) "Introduction Split Personality: A Brief History of Competition in Economic Theory", *Competition* (Ed. Jack High), Cheltenham, Edward Elgar, pp. xiii-xlv.
- HOPMAN, C. - ROJAS-ROMAGOSA, H. (2010) "The Relation between Competition and Innovation: Empirical Results and Implementation to WorldScan", CBP Netherland Bureau of Economic Analysis, 242.
- HOTELLING, H. (1929) "Stability in Competition", *Economic Journal*, Vol. 39, No. 153, pp. 41-57.
- HUNT, E. K. (2005) *İktisadi Düşünce Tarihi*, (çev. Müfit Günay), Ankara, Dost Kitabevi.
- HÜSCHEL RATH, K. (2010) "How Are Cartels Detected? The Increasing Use of Proactive Methods to Establish Antitrust Infringements", *Journal of European Competition Law and Practice*, Vol. 1, No.6, pp. 522-528.
- HÜSCHEL RATH, K. – PEYER, S. (2013) "Public and Private Enforcement of Competition Law", ZEW Discussion Paper No. 13-029, <http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp13029.pdf> (29.12.2014).
- HÜSCHEL RATH, K. – MÜLLER, K. – VEITH, T. (2013) "Concrete Shoes for Competition: The Effect of the German Cement Cartel on Market Price", *Journal of Competition Law & Economics*, Vol. 9, Issue 1, pp. 97–123,

- HYLTON, K. N. (2003) *Antitrust Law: Economic Theory and Common Law Evolution*, New York, Cambridge University Press.
- ICN (2010) “Chapter 4: Cartel Case Initiation”, *Anti-Cartel Enforcement Manual, Cartel Working Group Subgroup 2: Enforcement Techniques*, International Competition Network, <http://www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc628.pdf>, (05.10.2012)
- IVALDI, M. - JULLIEN B. - REY P. - SEABRIGHT P. - TIROLE J. (2003) “The Economics of Tacit Collusion”, IDEI Working Paper, n.186, Final Report for Directorate General for Competition, European Commission. (12. 10. 2010), [http://ec.europa.eu/competition/mergers/studies\\_reports/the\\_economics\\_of\\_tacit\\_collusion\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/mergers/studies_reports/the_economics_of_tacit_collusion_en.pdf)
- IVALDI, M. – JENNY, F. – KHIMICH, A, (2016) “Cartel Damages to Economy: An Assessment for Developing Countries”, *Competition Law Enforcement in the BRICS and in Developing Countries*, ed. F. Jenny – Y. Katsoulacos, Switzerland, Springer, pp. 103-133.
- İMSAD (2017) *Türkiye İMSAD Aylık Sektör Raporu Şubat 2017*, Türkiye İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği.
- JACQUEMIN, A. – NAMBU, T. – DEWEZ, I. (1981) “A Dynamic Analysis of Export Cartels: The Japanese Case”, *Economic Journal*, Vol. 91, No.363, pp. 685-696.
- JANS, I – ROSENBAUM, D. I. (1997) “Multimarket Contact and Pricing: Evidence from the U.S. cement industry”, *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 15, Issue 3, pp. 391-412.
- JANUSZEWSKI, S. I. – KÖKE J. - WINTER, J. K. (2002) “Product Market Competition, Corporate Governance and Firm Performance: an Empirical Analysis for Germany”, *Research in Economics*, Vol. 56, pp. 299-332.
- JEHLE, G. A. – RENNY, P. J. (2011) *Advanced Microeconomic Theory*, Third Edition, Harlow, England, Pearson.
- JULLIEN, B. - REY P. (2007) “Resale Price Maintenance and Collusion”, *RAND Journal of Economics*, 38(4), pp. 983-1001.
- KAMERSCHEN, D. (1966) “An Estimation of “Welfare Losses” from Monopoly in the American Economy”, *Western Economic Journal*, Vol. 4, pp. 221-236.
- KAPLAN, Z. (2009) “Competition and Productivity in the Turkish Manufacturing Industry”, *Marmara Journal of European Studies*, Vol. 17, No. 1-2, pp. 175-193.
- KAPLOW, L. - SHAPIRO C. (2007) “Antitrust”, NBER Working Paper 12867.
- KAPLOW, L. (2011) “An Economic Approach to Price Fixing”, *Antitrust Law Journal*, No.2, pp. 343-449.
- KLETTE, T. J. (1999) “Market Power, Scale Economies and Productivity: Estimates from Panel of Establishment Data”, *Journal of Industrial Economics*, Vol. 47, No. 4, pp. 451-476.



- KNIGHT, F. H. (1921) "The Theory of Choice and of Exchange", *Competition* (Ed. Jack High), Cheltenham: Edward Elgar, pp. 233-245.
- KOVACIC, W. E. (1993) "The Identification and Proof of Horizontal Agreements under the Antitrust Laws", *Antitrust Bulletin*, Vol. 38, pp. 5-81
- KOVACIC, W. E. (2006) "An Integrated Competition Policy to Deter and Defeat Cartels", *Antitrust Bulletin*, Vol. 51, No.4, pp. 813-835.
- KREPS, D. M. – SCHEINKMAN, J. A. (1983) "Quantity Precommitment and Bertrand Competition Yield Cournot Outcome", *Bell Journal of Economics*, Vol. 14, No. 2, pp. 326-337.
- KÜNH, K. U. (2001) "Fighting Collusion by Regulating Communication between Firms", *Economic Policy*, 16(32), pp. 168-204.
- LANDE, R. H. – DAVIS, J. P. (2008) "Benefits from Private Antitrust Enforcement: An Analysis of Forty Cases", *University of San Francisco Law Review*, Vol. 42, pp. 879-918.
- LANDES, W. M. (1983) "Optimal Sanctions for Antitrust Violations", *University of Chicago Law Review*, Vol. 50, No.2, pp. 652-678.
- LEVENSTEIN, M. C. – SUSLOW, V. Y. (2002) "What Determine Cartel Success?", University of Michigan Working Paper 02-001, <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstractid=299415> (07.06.2012)
- LEVENSTEIN M. C. – SUSLOW V. Y. (2006) "What Determine Cartel Success?", *Journal of Economic Literature*, Vol. 44, pp. 43-85.
- LEVENSTEIN M. C. – SUSLOW, V. Y. (2011) "Breaking Up Is Hard to Do: Determinants of Cartel Duration", *Journal of Law and Economics*, Vol. 54, No.2, pp. 455-492.
- LEWIS, W. W. (2007) *Üretkenliğin Gücü: Zenginlik, Yoksulluk ve Küresel İstikrara Yönelik Tehditler*, (çev. A. O. Kılıç), İstanbul, Ledo Yayın.
- LIEBENSTEIN, H. (1966) "Allocative Efficiency vs. X-Efficiency", *American Economic Review*, Vol. 56, No. 3, pp. 392-415.
- MARKHAM, J. W. (1951) "The Nature and Significance of Price Leadership", *American Economic Review*, Vol. 41, No. 5, pp. 891-905.
- MARQUEZ, J. (1994) "Life Expectancy of International Cartels: An Empirical Analysis", *Review of Industrial Organization*, Vol. 9, No.3, pp. 331-341.
- MARSHALL, R. C. – MARKS, L. M. (2012) *The Economics of Collusion: Cartels and Bidding Rings*, Cambridge MA, MIT Press.
- MARTIN, S. (2002) *Advanced Industrial Economics*, Oxford, Blackwell.
- MARTIN, S. (2007) "Remembrance of Things Past: Antitrust, Ideology, and the Development of Industrial Economics", *The Political Economy of Antitrust*, ed. Vivek Ghosal - John Stennek, Amsterdam, Elsevier, pp. 25-57.

- MASON, R. T. – J. SHAANAN (1984) “Social Cost of Oligopoly and the Value of Competition”, *Economic Journal*, Vol. 94, No. 375, pp. 520-535.
- MATHEWSON, F. - WINTER R. (1998) “Law and Economics of Resale Price Maintenance”, *Review of Industrial Organization*, 13(1-2), pp. 57-84.
- MAYBERRY, J. P. – NASH, J. F. – SHUBIK, M. (1953) “A Comparison of Treatments of a Duopoly Situation”, *Econometrica*, Vol. 21, No. 1, pp. 141-154.
- McNULTY P. J. (1967) “A Note on History of Perfect Competition”, *Journal of Political Economy*, Vol. 74, No.4, pp. 395-399.
- McNULTY, P. J. (1968) “Economic Theory and Meaning of Competition” *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 82, No. 4, pp. 639-656.
- MCBRIDE, M. E. (1981) “The Nature and Source of Economies of Scale in Cement Production”, *Southern Economic Journal*, Vol. 48, No. 1, pp. 105-115.
- MONAGO, T. O. (2013) “Assesing Competition Policy on Economic Development”, *Economia*, Vol. XXXVI, No. 71, pp. 9-56.
- MORRISON, C. C. (1998) “Cournot, Bertrand and Modern Game Theory”, *Atlantic Economic Journal*, Vol. 26, No. 2, pp. 172-174.
- MOTTA, M. (2004) *Competition Policy Theory and Practices*, UK, Cambridge University Press.
- MOTTA, M. (2009) “Cartels in European Union: Law and Practices”, *Competition Policy in the EU*, (ed. X. Vives), Oxford, Oxford University Press.
- MYERSON R. B. (1991) *Game Theory: Analysis of Conflict*, Massachusetts, Harvard University Press.
- NASH, J. F. (1950) “Equilibrium Points in N-Person Games” *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol. 36, No. 1, pp. 48–49.
- NCA (2009) “Competition Policy and Financial Crisis”, Report from the Nordic competition authorities, No: 1/2009, <http://www.konkurransetsynet.no/en/publications-en/reports/competition-policy-and-financial-crisis---lessons-learned-and-the-way-forward/> (12.06.2010).
- NEUMAN, M. (2001) *Competition Policy*, Cheltenham, Edward Elgar.
- NICKELL, S. (1996) “Competition and Corporate Performance”, *Journal of Political Economy*, Vol. 104, No. 4, pp. 724-746.
- NORMAN, G. (1979) “Economies of Scale in the Cement Industry”, *Journal of Industrial Economics*, Vol. 27, No. 4, pp. 317-337
- OECD (1998) “Recommendation of the Council concerning Effective Action against Hard Core Cartels”, Council, C(98)35/FINAL.
- OECD (2002) “Report on the Nature and Impact of Hard Core Cartels and Sanctions against Cartels under National Competition Laws”, DAF/COMP(2002)7.

- OECD (2006a) *Competition, Patents and Innovation*, (DAF/COMP(2007)40), <http://www.oecd.org/daf/competition/39888509.pdf>, (15.09.2013).
- OECD (2006b) “Prosecuting Cartel without Direct Evidence of Agreement”, DAF/COMP/GF(2006)/7.
- OECD (2008a) “Facilitating Practices in Oligopolies”, Policy Roundtables. <https://www.oecd.org/daf/competition/41472165.pdf>, (05.01.2011).
- OECD (2008b) “Competition in Construction Industry”, DAF/COMP(2008)36.
- OECD (2009) “Cartels: Sanctions against Individuals”, OECD Journal: Competition Law and Policy, Vol. 9, No.3, pp. 7-33.
- OECD (2015a) “Serial Offenders: Why Some Industries Seem Prone to Endemic Collusion”, Global Forum on Competition, DAF/COMP/GF(2015)4.
- OECD (2015b) “Relationship between Public and Private Antitrust Enforcement”, Note by by the Secretariat, DAF/COMP/WP3(2015)14.
- OFT (2011) “Conjectural Variations and Competition Policy: Theory and Empirical Techniques”, A Report for the OFT by RBB Economics, OFT 1379.
- OKADA, Y. (2005) “Competition and Productivity in Japanese Manufacturing Industries”, *Journal of Japanese and International Economics*, Vol. 19, pp. 586-616.
- ORMAN, H. (2010) *Kartellerde Bireylere Uygulanacak Yaptırımlar*, Ankara, Rekabet Kurumu.
- ORMOSI, P. L. (2014) “A Tip of Iceberg? The Probability of Catching Cartels”, *Journal of Applied Econometrics*, Vol. 29, Issue 4, pp. 549-566.
- OSBORNE, D. K. (1976) “Cartel Problems”, *American Economic Review*, Vol. 66, No.5, pp. 835-844.
- OSPINA, S. - SCHIFFBAUER M. (2010) “Competition and Firm Productivity: Evidence from Firm-Level Data”, IMF Working Paper, WP/10/67.
- ÖKÇÜN, G. *Osmanlı Sanayii 1913, 1915 Yılları Sanayi İstatistikleri*, İkinci Basılış, Ankara Üniversitesi SBF Yayını No: 299.
- ÖZBİLGİN, Z. N. – KARACA, I. (2011), *Dünya Çimento Üretimi ve Tüketimine İlişkin Bazı Göstergeler*, Orta Anadolu İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği Ar-Ge Şubesi, <http://www.cimentobirlik.org/tr/dunya-cimento-uretim-ve-tuketimine-iliskin-bazi-gostergeler>, (10.01.2012).
- ÖZEKEN, A. A. (1939) “Türkiye Çimento Sanayinin İktisadî ve Malî Bünyesi”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, Cilt 1, Sayı 1, s. 478-506.
- ÖZEKEN, A. A. (1940) “Türkiye’de Çimento Sanayi Politikası”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, Cilt 2, s. 248-268.
- ÖZEL, H. (2009) *Piyasa Ütopyası*, Ankara, Bilgesu Yayıncılık.

- PAGE, W. H. (2010) "Facilitating Practices and Concerted Action under Section 1 of Sherman Act", *Antitrust Law and Economics* (ed. K. N. Hylton), Cheltenham UK, Edward Elgar, pp. 23-45.
- PATINKIN, Don (1947) "Multiple-Plant Firms, Cartels and Imperfect Competition", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 61, No. 2, pp. 173-205.
- PHILPS, L. (1995). *Competition Policy: A Game Theory Perspective*. Cambridge University Press.
- PIRAINO, T. A. (2007) "Reconciling the Harvard and Chicago Schools: A New Antitrust Approach for the 21st Century," *Indiana Law Journal*, Vol. 82, Issue 2, pp. 345-409.
- PORTER, R.H. (1983) "Optimal Cartel Trigger Price Strategies", *Journal of Economic Theory*, 29(2), pp. 313-338.
- PORTER, M. E. (2000) "The Current Competitiveness Index: Measuring the Microeconomic Foundation of Prosperity", *The Global Competitiveness Report 2000*, pp. 40-58, Geneva, World Economic Forum.
- PORTER M. E. – TAKEUCHI, H. – SAKAKIBARA, M. (2000) *Can Japan Compete?*, UK, Palgrave Macmillan.
- PORTER M. E. – SAKAKIBARA, M. (2004) "Competition in Japan," *Journal of Economic Perspectives*, Vol.18, pp. 27–50.
- POSNER R. A. (1968) "Oligopoly and the Antitrust Laws: A Suggested Approach," *Stanford Law Review*, Vol. 21, pp. 1562-1606.
- POSNER, R. (1970) "A Statistical Study of Antitrust Enforcement", *Journal of Law and Economics*, Vol. 13, pp. 365-419.
- POSNER, R. A. (2001) *Antitrust Law*, Second Edition, Chicago, University of Chicago Press.
- PRB (2010), *2010 World Population Data Sheet*, Population Reference Bureau.
- RK (2008) *9. Yıllık Rapor 2007*, Yılı Faaliyet Raporu
- RK, (2010a) *Rekabet Terimleri Sözlüğü*, Ankara, Rekabet Kurumu.
- RK, (2010b) *12. Yıllık Rapor '10*, Ankara, Rekabet Kurumu.
- RK, (2014) *15. Yıllık Rapor 2013*, Ankara, Rekabet Kurumu.
- RK, (2015) *16. Yıllık Rapor 2014*, Ankara, Rekabet Kurumu.
- RK, (2016a) *17. Yıllık Rapor 2015*, Ankara, Rekabet Kurumu.
- RK, (2016b) *Çimento Sektör Araştırması*, Ankara, Rekabet Kurumu.
- REY, P. - STIGLITZ J. (1995) "The Role of Exclusive Territories in Producers' Competition" *RAND Journal of Economics*, 26(3), pp. 431-451.
- ROBINSON, J. (1933) *The Economics of Imperfect Competition*, London, Macmillan and St. Martin's Press.

- RODGER, B. J. – MACCULLOCH, A. (2009) *Competition Law and Policy in the EC and the UK*, New York, Routledge-Cavendish.
- ROMER, C. D. (1999) “Why Did Prices Rise in the 1930s?” *Journal of Economic History*, Vol.59, No.1, pp. 167-197.
- ROMP, G. (1997) *Game Theory: Introduction and Applications*, Oxford, Oxford University Press.
- ROTEMBERG, J. J. - SALONER G. (1986) “A Supergame-Theoretic Model of Price Wars During Booms”, *American Economic Review*, 76(3), pp. 390-407.
- RÖLLER, L. – STEEN, F. (2006) “On the Workings of a Cartel: Evidence from the Norwegian Cement Industry”, *American Economic Review*, Vol. 96, No. 1, pp. 312-338.
- RTI (2009) “Regulatory Impact Analysis: National Emission Standards for Hazardous Air Pollutants from the Portland Cement Manufacturing Industry”, Research Triangle Institute.
- SANLI, K. C. – ARDIYOK, Ş. (2011) “The Legal Structure of Competition Policy in Turkey”, *The Political Economy of Regulation in Turkey*, ed. T. Çetin – F. Oğuz, New York Springer, pp 75-120.
- SCHENZLER C. – SIEGFRIED, C. – THWEATT, W.O. (1992) “The History of the Static Equilibrium Dominant Firm Price Leadership Model”, *Eastern Economic Journal*, Vol. 18, pp. 171-186.
- SCHREYER, F. M. - ROSS, D. (1990) *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Boston, Houghton Mifflin.
- SCHERER, F. M. (1996) "Heinrich von Stackelberg's Marktform und Gleichgewicht", *Journal of Economic Studies*, Vol. 23, Issue: 5/6, pp.58-70.
- SCHUMPETER, J. A. ([1942]2007) *Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi*, (çev. H. İlhan.), Ankara, Alter Yayıncılık.
- SCHWARTZMAN, D. (1960) “The Burden of Monopoly”, *Journal of Political Economy*, Vol. 68, No. 6, pp. 627-630.
- SELTEN, R. (1978) “The Chain Store Paradox”, *Theory and Decision*, 9(2), 127-159.
- SEY, Y. (2003) *Türkiye Çimento Tarihi*, İstanbul, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.
- SHAPIRO, C. (1989) “Theories of Oligopoly Behavior” R. Schmalensee - R. Willig (Ed.), *Handbook of Industrial Organization Volume I*, Amsterdam: North-Holland Publishing Company, pp. 329-414.
- SHUBIK, M. (1955) “A Comparison of Treatments of a Duopoly Situation (Part II)”, *Econometrica*, Vol. 23, No. 4, pp. 417-431.
- SHY, O. (1995) *Industrial Organization: Theory and Applications*, Cambridge, MIT Press.
- SMITH, A. (1997) *Ulusların Zenginliği*, (çev. A.Yunus – M. Bakırcı), İstanbul, Alan Yayıncılık.

- SMUDA, F. (2014) “Cartel Overcharges and the Deterrent Effect of EU Competition Law”, *Journal of Competition Law and Economics*, Vol. 10, No.2, pp. 63-86.
- SNYDER, C.M. (1996) “A Dynamic Theory of Countervailing Power”, *RAND Journal of Economics*, 27(4), pp. 747-769.
- SOSNICK, S. H. (1958) “A Critique of Concepts of Workable Competition”, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 72, No. 3, pp. 380-423.
- SOYDAŞ, O. (2015) “Türkiye’de Çimento Üretimi ve Enerji”, *Bülten*, Sayı 7, Enerji İşleri Genel Müdürlüğü, s. 54-71.
- SPAGNOLO, G. (2008) “Leniency and Whistleblowers in Antitrust”, *Handbook of Antitrust Economics*, ed. P. Buccirosi, Massachusetts, MIT Press, pp. 259-303.
- SRAFFA, P. (1926) “The Laws of Return under Competitive Conditions”, *Economic Journal*, Vol. 36, No. 144, pp. 535-550.
- STIGLER G. J. (1940) “Notes on Theory of Duopoly”, *Journal of Political Economy*, Vol. 48, No. 4, pp.521-541.
- STIGLER, G. (1957) “Perfect Competition, Historically Contemplated”, *Journal of Political Economy*, Vol. 65, No.1, pp. 1-17.
- STIGLER, G. J. (1964) “A Theory of Oligopoly”, *Journal of Political Economy*, Vol. 72, Issue 1, pp. 44-61.
- STROUX, S. (2002) “Economics of Oligopoly: An Introduction for Lawyers”, EUI Working Paper Law No. 2002/6, <http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/184/law02-6.pdf>, (02.06.2010).
- SUSLOW, V. Y. (2005) “Cartel Contract Duration: Empirical Evidence from Inter-war International Cartels”, *Industrial and Corporate Change*, Vol. 14, No. 5, pp. 705-744.
- SWEEZY, P. M. (1939) “Demand under Conditions of Oligopoly”, *Journal of Political Economy*, Vol. 47, No. 4, pp. 568-573.
- SYMEONIDIS, G. (1996), “Innovation, Firm Size and Market Structure: Schumpeterian Hypotheses and Some New Themes”, *OECD Economic Studies*, Vol. 27, pp. 35-70.
- TANYERİ, İ. (2000) “Adam Smith’in Rekabet Analizi Üzerine”, *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt 18, Sayı 1, s. 307-320.
- TAYLOR, J. E. (2002). “The Output Effects of Government Sponsored Cartels during the New Deal”, *Journal Of Industrial Economics*, Vol. 50, No. 1, pp. 1-10.
- TCMB (2017) “İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı”, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/tcmb+tr/tcmb+tr/main+menu/istatistikler/reel+sektor+istatistikleri/imalat+sanayi+kapasite+kullanim+orani> (06.08.2017)
- THERON, N. – van NIEKERK, A. (2017) “Impact of Competition Enforcement in the Cement Industry in South Africa” Paper prepared for the Biennial Conference of the Economic Society of South Africa 30 August – 01 September 2017.

- TIROLE, J. (1988) *The Theory of Industrial Organization*, Cambridge MA, MIT Press.
- TOBB (2014) *Türkiye Çimento ve Çimento ürünleri Meclisi Sektör Raporu 2012*, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği.
- TOPÇUOĞLU, M. (2001) *Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları*, Ankara, Rekabet Kurumu.
- TREMBALY, V. J. – TREMBLAY, C. H. (2012) *New Perspectives on Industrial Organization*, New York, Springer.
- TSOULFIDIS, L. (2009) “The rise and fall of Monopolistic Competition Revolution”, *International Review of Economics*, Vol. 56, No.1, pp. 29-45.
- TURNER, D. F. (1962) “The Definition of Agreement under the Sherman Act: Conscious Parallelism and Refusals to Deal”, *Harvard Law Review*, Vol. 75, No. 4, pp. 655-706.
- TÜRKKAN, E. (2001) *Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı*, Ankara, Turhan.
- UNCTAD (2005) “A Synthesis of Recent Cartel Investigations that are Publicly Available”, TD/RBP/CONF.6/4.
- USDOJ – FTC (2010) “Horizontal Merger Guidelines”, US Department of Justice and Federal Trade Commission.
- UTTON, M. A. (2011) *Cartels and Economic Collusion: the Persistence of Corporate Conspiracies*, Cheltenham UK, Edward Elgar.
- Van CAYSEELE, P. –Van den BERG, R. (2000) “Antitrust Law”, *Encyclopedia of Law and Economics*, ed. B. Bouckaert – G. De Geest, Cheltenham UK, Edward Elgar, pp. 467-497.
- VELJANOVSKI, C. (2010) “European Commission Cartel Prosecutions and Fines, 1998-2006 – An Updated Statistical Analysis of Under the 1998 Guidelines”, Case Associates Working Paper.
- VELJANOVSKI, C. (2011) “Deterrence, Recidivism and European Cartel Fines”, *Journal of Competition Law and Economics*, Vol. 7, No. 4, pp. 871-915.
- VICKERS, J. (1995) “Concepts of Competition”, *Oxford Economic Papers*, Vol. 47, No.1, pp. 1-23.
- VISCUSI, W. K. – HARRINGTON, J. E. – VERNON, J. M. (2005) *Economics of Regulation and Antitrust*, Fourth Edition, Cambridge MA, MIT Press.
- VIVES, X. (1989) “Cournot and the Oligopoly Problem”, *European Economic Review*, Vol. 33, pp. 503-514.
- VIVES, X. (2001) *Oligopoly Pricing: Old Ideas and New Tools*, Cambridge, MIT Press.
- WERDEN, G. J. – SIMON, M. J. (1987) “Why Price Fixer Should Go to Prison?”, *Antitrust Bulletin*, Vol. 32, Issue 4, pp. 917-938.

- WERDEN, G. J. (2003) "The Effect of Antitrust Policy on Consumer Welfare: What Crandall and Winston Overlook", US Department of Justice Antitrust Division Discussion Paper, EAG 03-2, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=384100](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=384100) (09.06.2012)
- WERDEN, G. J. (2004) "Economic Evidence on the Existence of Collusion: Reconciling Antitrust Law with Oligopoly Theory", *Antitrust Law Journal*, Vol. 71, No. 3, pp. 719-800.
- WERDEN, G. J. (2009) "Sanctioning Cartel Activity: Let the Punishment Fit the Crime", *European Competition Journal*, Vol. 5, No.1, pp. 19-36.
- WERDEN, G. J. – HAMMOND, S. D. – BARNETT, B. A. (2011) "Deterrence and Detection of Cartels: Using All the Tools and Sanctions", *Antitrust Bulletin*, Vol. 56, No.2, pp. 207-234.
- WILLIAMSON, O. E. (1968) "Economies as Antitrust Defense: The Welfare Tradeoffs", *American Economic Review*, Vol. 58, No.1, pp. 18-36.
- WILS, W. P. J. (2006) "Optimal Antitrust Fines: Theory and Practice", *World Competition*, Vol. 29, No.2, pp. 183-208.
- WILS, W. P. J. (2009) "The Relation between Public and Private Antitrust Enforcement and Private Actions for Damages", *World Competition*, Vol. 32, No.1, pp. 3-26.
- WORCESTER, D. A. (1973) "New Estimates of the Welfare Loss to Monopoly in the United States 1956-1969", *Southern Economic Journal*, Vol. 40, pp. 234-246.
- YAY, T. (1993) *F. A. Hayek'te İktisadi Düşünce*, Bursa, Ezgi Kitabevi.
- YEGİNOBALI, A. (2003) *Çimento: Yeni Bir Çağın Malzemesi*, Ankara, Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği.
- YILMAZ, E. (2009) *Oyun Teorisi*, İstanbul, Literatür Yayıncılık.
- YURTOĞLU, N. "Kalkınmanın Önemli Bir Unsuru, Kuruluşundan 50. Yılına Türkiye'de Çimento Sanayi (1910-1960)", *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, Cilt XXXI, Sayı 92, s. 113-164.
- YÜKSEL, O. Y. (2004) *Rekabet Hukukunda Uyumlu Eylem*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara, Rekabet Kurumu.
- ZIMMERMAN, J. E. – CONNOR, J. M. (2005) "Determinants of Cartel Duration: Cross Sectional Study of Modern Private International Cartels", Purdue University Department of Agricultural Economics Working Paper.

<http://ec.europa.eu/competition/cartels/statistics/statistics.pdf>

### **Kurul Kararları**

99-30/276-166 sayılı 17.06.1999 tarihli karar. (Anılış: RKK, 1999)

02-06/51-24 sayılı 01.02.2002 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2002)

04-77/1108-277 sayılı 02.12.2004 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2004a)



04-77/1109-278 sayılı 02.12.2004 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2004b)

05-05/42-17 sayılı 13.01.2005 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2005)

06-49/653-182 sayılı 11.07.2006 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2006a)

06-68/926-265 sayılı 02.10.2006 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2006b)

06-68/927-266 sayılı 02.10.2006 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2006c)

06-69/930-267 sayılı 03.10.2006 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2006d)

06-69/931-268 sayılı 03.10.2006 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2006e)

09-28/600-141 sayılı 16.0.2009 tarihli karar.

09-57/1393-362 sayılı 25.11.2009 tarihli karar.

11-13/243-78 sayılı 07.03.2011 tarihli karar.

11-24/464-139 sayılı 18.04.2011 tarihli karar.

12-17/499-140 sayılı 06.04.2012 tarihli karar (Anılış: RKK, 2012)


13-13/198-100 sayılı 08.03.2013 tarihli karar.

13-54/756-316 Sayılı 17.09.2013 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2013)

16-02/44-14 sayılı 14.01.2016 tarihli karar. (Anılış: RKK, 2016)

16-37/628-279 sayılı 07.11.2016 tarihli karar.

**ÖZGEÇMİŞ**

<b>Adı Soyadı</b>	Volkan GÜRSEL		
<b>Doğum Yeri ve Yılı</b>	BURSA 13.02.1981		
<b>Bildiği Yabancı Diller</b>	İngilizce		
<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Başlama - Bitime Yılı</b>		<b>Kurum Adı</b>
<b>Lise</b>	1994	1997	Bursa Cumhuriyet Lisesi
<b>Lisans</b>	1997	2001	Uludağ Üniversitesi
<b>Yüksek Lisans</b>	2002	2005	Uludağ Üniversitesi
<b>Doktora</b>	2006		Uludağ Üniversitesi
<b>Çalıştığı Kurum(lar)</b>	<b>Başlama - Ayrılma Yılı</b>		<b>Çalışılan Kurumun Adı</b>
<b>1.</b>	2002	-	Uludağ Üniversitesi
<b>Üye Olduğu Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlar</b>			
<b>Katıldığı Proje ve Toplantılar</b>			
<b>Yayınlar</b>	<p>Gürsel, V. (2009) "Perakendecilerin Ölçeğindeki Büyümenin Sebepleri ve Ekonomik Sonuçları", <i>Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi</i>, Cilt 14, Sayı 2, s.407-423.</p> <p>Gürsel V. - Tuncel C.O. (2011) "Kriz ve Rekabet Politikası: Küresel Kriz Döneminde Türkiye'deki Rekabet Politikası Üzerine Değerlendirmeler" İrfan Kalaycı (Ed) <i>Halil Seyidoğlu'na Armağan Finansal Kriz Yazıları</i>, Nobel Yay. İstanbul, s. 315-334.</p> <p>Tuncel C.O - Gürsel V. (2013) "Significance of Innovation Policies: Lessons for Countries Caught in the Middle Income Trap" B. Christiansen – M. Basilgan (Eds.) <i>Economic Behavior, Game Theory and Technology in Emerging Markets</i>, IGI Global, USA, pp. 323-334.</p>		
<b>İletişim (e-posta)</b>	gurselvolkan@gmail.com		
	<b>Tarih</b>	04.06.2018	
	<b>İmza</b>		
	<b>Adı Soyadı</b>	Volkan Gürsel	

## ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

## TEZ ÇOĞALTMA VE ELEKTRONİK YAYIMLAMA İZİN FORMU

Yazar Adı Soyadı	Volkan GÜRSEL
Tez Adı	Oligopol Piyasasında Rekabeti Kısıtlayan Uygulamalar: Türkiye Çimento Sanayi Örneği
Enstitü	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	İktisat
Tez Türü	Doktora
Tez Danışman(lar)ı	Prof. Dr. Nalan ÖLMEZOĞULLARI
Çoğaltma (Fotokopi Çekim) izni	<input checked="" type="checkbox"/> Tezimden fotokopi çekilmesine izin veriyorum <input type="checkbox"/> Tezimin sadece içindekiler, özet, kaynakça ve içeriğinin % 10 bölümünün fotokopi çekilmesine izin veriyorum <input type="checkbox"/> Tezimden fotokopi çekilmesine izin vermiyorum
Yayımlama izni	<input checked="" type="checkbox"/> Tezimin elektronik ortamda yayımlanmasına izin Veriyorum

Hazırlamış olduğum tezimin belirttiğim hususlar dikkate alınarak, fikri mülkiyet haklarım saklı kalmak üzere Uludağ Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı tarafından hizmete sunulmasına izin verdiğimi beyan ederim.

Tarih : 11.05.2018

İmza : 