

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2008-3-204 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 09-09/181-53
Karar Tarihi : 5.3.2009

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN,
Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE

B. RAPORTÖRLER: Ali Fuat KOÇ, Erdem AKTEKİN

C. BAŞVURUDA

BULUNANLAR : Yusuf YÜREKLİ
132 Sok. No:5 Zeytinalanı Urla / İzmir

20

Erol GÜL
No:95A Dikilitaş Beşiktaş / İstanbul

Abubekir ARAS
Mahfesiğmaz Mah. 79021 Sok. No:1-A, Adana

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILANLAR:

Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş.
Pak İş merkezi Prof. Dr. Bülent Tarcan Sk. No:5/5
34349 Gayrettepe / İstanbul

30

Özmaya San. A.Ş.
Eski Adana Yolu Üzeri PK:50 01960 Ceyhan / Adana

Mauri Maya San. A.Ş.
Aksakal Köyü PK:101, 10200 Bandırma

Akmaya San. ve Tic A.Ş.
E-5 Karayolu Kavsağı Evrensekiz Yolu Üzeri
PK: 15 Lüleburgaz / Kırklareli

40

E. DOSYA KONUSU: Maya üreticisi firmaların ortak hareket ederek yaş ekmek mayasında yapılacak fiyat artışlarını birlikte belirledikleri iddiası

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Şikayet dilekçelerinde özetle; yaş ekmek mayası üreticilerinin yaş ekmek mayası fiyatını aralarında anlaşarak arttırdıkları iddia edilmektedir.

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 21.10.2008 tarih, 6844 sayı ve 10.11.2008 tarih, 7336 sayı ile giren başvurular üzerine hazırlanan 27.11.2008 tarih, 2008-3-

50

204/İİ-08-ÜG sayılı İlk İnceleme Raporu Rekabet Kurulu'nun 18.12.2008 tarih ve 08-73/1175-M sayılı toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde bir soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 26.2.2009 tarih ve 2008-03-204/ÖA-09-AFK sayılı Önaraştırma Raporu 26.2.2009 tarih, REK.0.07.00.00-110/57sayılı Başkanlık önergesi ile 09-09 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

- 60 **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;
Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş., Özmaya San. A.Ş., Mauri Maya San. A.Ş. ve Akmaya San ve Tic A.Ş. hakkında maya fiyatlarını birlikte belirledikleri ve fiyat tekeli oluşturdukları iddialarıyla ilgili olarak, önaraştırma döneminde elde edilen bilgi ve bulguların ilgili teşebbüsler hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılması için yeterli olmadığı ve dolayısıyla şikayetlerin reddinin gerektiği, sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

70 I.1.İlgili Pazar

I.1.1. İlgili Ürün Pazarı

- 80 Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş., Özmaya San. A.Ş., Mauri Maya San. A.Ş., Akmaya San. ve Tic. A.Ş.'nin başlıca faaliyet alanları ekmek mayası üretimi ve dağıtımıdır. Ancak ekmek mayası türleri arasında yaş ekmek mayasının endüstriyel pazarda ağırlıklı olarak kullanılması, sayılan firmaların faaliyetlerinin çok büyük bölümünün yaş ekmek mayası ile ilgili olması ve özellikleri itibarıyla yaş ekmek mayasının diğer tür mayalardan ayrılması dikkate alınarak, ilgili ürün pazarı "yaş ekmek mayası" olarak belirlenmiştir.

I.1.2. Pazarın Genel Yapısı

Önaraştırmaya konu olan pazar, homojen bir ürün olan yaş ekmek mayasının az sayıdaki satıcılar tarafından, endüstriyel alıcı olarak nitelendirilebilecek çok sayıdaki tek tip müşteriye arz edildiği oligopolistik bir yapı sergilemektedir.

- 90 İlgili ürün olan yaş ekmek mayasının kullanıcısı olan fırınlar, yaş ekmek mayasının kendileri için bir ara mal olmasının da etkisiyle üretimde kullandıkları maya markaları arasında herhangi bir fark gözetmemekte, birçoğu birden fazla markayı aynı anda üretimde kullanabildikleri gibi bir markadan diğerine rahatlıkla geçebilmektedirler. Marka bağımlılığının oldukça düşük seviyede olduğu yaş ekmek mayası pazarında, kullanıcılar açısından homojen bir ürün olan mayanın satışlarının arttırılmasında reklam, tanıtım, ürün çeşitlendirme gibi faaliyetler fazla etkili olamamakta ve maya üreticisi firmalar için "fiyat" tek rekabet aracı olarak kalmaktadır.

- 100 Yaş ekmek mayası kolay bozulduğu için, maya firmalarının veya bayiilerinin satış elemanları fırınları sıkça ziyaret etmekte ve maya bırakmaktadırlar. Bu ziyaretler sırasında fırınlar, satış elemanlarına rakip maya üreticilerinin fiyatlarına ilişkin olarak bilgiler vermekte ve ucuz maya alabilmek amacıyla rakip maya üreticilerinin satış

110 elemanlarından daha ucuza ürün alabildiklerini ifade edebilmektedirler. Böylece, maya üreticilerinin satış fiyatları hakkında bilgiler birbirlerine rahatlıkla aktarılabildiği gibi, ekmek fırınları tarafından maya üreticilerinden önemli indirimler alınabilmektedir. Maya üreticilerinin fırınlar ile uzun süreli iş ilişkisi kurarak kendi müşteri kitlelerini oluşturamamaları ve satış elemanları tarafından aynı müşteri kitlesine homojen bir ürünün satılmaya çalışılması sonucu pazar şeffaf hale gelmekte ve maya üreticileri Türkiye'nin bir bölgesindeki herhangi bir fırına rakiplerinin hangi fiyatla mal sattıklarını rahatlıkla takip edebilmektedirler. Rakiplerin faaliyetleri hakkında bilgiye erişimin kolay olduğu şeffaf pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüslerin birbirlerinin hareketlerine kısa sürede tepki gösterebilme olanağına sahip olduklarını ifade etmek mümkündür.

Türkiye yaş ekmek mayası pazarında Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş. (Pakmaya), Özmaya San. A.Ş. (Özmaya), Mauri Maya San. A.Ş. (Mauri Maya), Akmaya San. ve Tic. A.Ş. (Akmaya) olmak üzere 4 adet üretici firma faaliyet göstermektedir. Bu firmalara ait 2005-2008 dönemi satış miktarlarına (kg olarak) Grafik 1'de yer verilmiştir.

120 **Grafik 1 – Yaş Ekmek Mayası Satış Miktarları (2005 – 2008 yılları)**

(.....TİCARİ SIR.....)

130

Dosya mevcudu bilgi ve belgelerden, söz konusu firmalardan (.....TİCARİ SIR.....) takip ettiği anlaşılmıştır.

140 Yaş ekmek mayası pazarının özelliklerini özetlemek gerekirse, pazar 4 teşebbüsün faaliyet gösterdiği, homojen ve standard yapıda bir ürünün yer aldığı, rakiplerin birbirlerinin hareketlerini kısa zaman aralıklarıyla takip edebilecekleri kadar şeffaf ve uzun süredir yeni girişlerin yaşanmadığı bir pazardır.

I.1.3. İlgili Coğrafi Pazar

150 İlgili ürün pazarında faaliyet gösteren Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş., Özmaya San. A.Ş., Mauri Maya San. A.Ş. ve Akmaya San. ve Tic. A.Ş.'nin ürettikleri ürünleri tüm Türkiye'ye ulaştırabilmeleri ve satışlarını tüm Türkiye çapında gerçekleştirmeleri nedeniyle coğrafi pazar olarak "Türkiye" kabul edilmiştir.

I.2. Taraflar

I.2.1. Pak Gıda Üretim ve Pazarlama Anonim Şirketi (Pakmaya)

İstanbul Ticaret Sicili Memurluğunda 141460-88943 Sicil Numarası ile kayıtlı, Pakmaya'nın faaliyet konusu her türlü ekmek mayası üretimi, pazarlaması ve satışlarıdır. (.....TİCARİ SIR.....)

160

(.....TİCARİ SIR.....)

Pakmaya 1973 yılında kurulmuş ve İzmit'te üretim faaliyetine başlamıştır. Daha sonraki yıllarda kurulan İzmir ve Düzce fabrikaları ile Türkiye'de fabrika sayısını üçe yükseltmiştir. Fabrikalar ve yıllık maya üretim kapasiteleri Tablo-1'de, Pakmaya'nın yıllara göre iç piyasadaki yaş ekmek mayası satış miktarları ise Tablo-2'de sunulmaktadır.

170 Tablo-1 Pakmaya Fabrikaları ve Yıllık Üretim Kapasiteleri

Fabrika	Yaş Ekmek Mayası (Ton)	Aktif Kuru ve Instant Maya (Ton)
İzmir	(.....)	(.....)
İzmit	(.....)	(.....)
Düzce	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)

Tablo-2 Pakmaya İç Piyasaya Satış Miktarları

Yıl	2005	2006	2007	2008
Yaş ekmek mayası (Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

I.2.2. Özmaya Sanayii Anonim Şirketi (Özmaya)

Ceyhan Ticaret Sicili Memurluğunda 4423/5740 sicil numarası ile kayıtlı Özmaya maya, ekmek ve unlu gıdaların katkı maddelerinin üretimi alanında çalışmak üzere kurulmuştur.

180 Özmaya'nın bünyesinde bulunduğu Lesaffre grubu 1853 yılından itibaren hububat ve şeker pancarı alanında faaliyet göstermektedir. 1872 yılında Fransa'da ilk defa yaş ekmek mayası üretimine başlayan aile zamanla bu alandaki ürün yelpazesini genişleterek günümüzde dünya maya sektöründe hatırı sayılır bir konuma gelmiştir. Şirket maya, maya türevleri, ekmek katkı maddeleri ve malt üretiminde dünyada önde gelen büyük sanayi gruplarından biridir.

Lesaffre Grubu'nun Türkiye ekmek mayası pazarındaki faaliyetlerini, biri Adana Ceyhan'da kurulu, diğeri Amasya'da kurulu iki fabrikada üretim gerçekleştiren Özmaya aracılığı ile gerçekleştirilmektedir.

190

Özmaya; 1987 yılında bir İspanyol şirketi olan SGA (Sociedad General Azucarera De Espana S.A.) ile Garipoğlu ailesinin oluşturduğu joint-venture şeklinde kurulmuş ancak taraflar arasında çıkan anlaşmazlıklar neticesinde 1990 yılında SGA firmasının Özmaya'ya ait bütün hisseleri satın alması ile ortaklık sona ermiş ve 1992 yılında şirket SGA tarafından Lesaffre Grubuna satılmıştır. Safmaya (Amasya Fabrikası) ise

1992 yılında Garipoğlu ailesine ait olan bütün hisseleri satın alınarak grup bünyesine katılmıştır. Safmaya San. A.Ş. grup bünyesinde ayrı bir şirket olarak 2000 yılına kadar faaliyet göstermiştir. Safmaya San. A.Ş.'nin 1.1.2000 tarihinde, aynı grup içindeki Özmaya tarafından devralınması neticesinde Lesaffre Grubu Türkiye ekme mayası pazarındaki faaliyetlerini tek şirket bünyesinde toplamıştır.

Şirketin mevcut ortaklık yapısına Tablo-3'te yer verilmiştir.

Tablo-3 – Özmaya Ortaklık Yapısı

Pay Sahibi	Pay Oranı (%)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
Toplam	100

Şirket yönetim kurulu üyeleri; (.....TİCARİ SIR.....).

Şirket yaş ekme mayası üretimini Ceyhan'da bulunan fabrikasında, kuru maya üretimini ise Amasya fabrikasında gerçekleştirmektedir. Bu fabrikalara ilişkin kapasite bilgilerine Tablo-4'te yer verilmiştir.

Tablo-4 Özmaya Yıllık Üretim Kapasitesi

Maya Türü	Miktar (Ton)
Yaş ekme mayası (Ceyhan)	(.....)
Kuru maya (Amasya)	(.....)
Toplam	(.....)

Şirketin iç piyasadaki yaş ekme mayası satışları yıllara göre Tablo-5'de sunulmuştur.

Tablo-5 Özmaya İç Piyasaya Satış Miktarları

Yıl	2005	2006	2007	2008
Yaş ekme mayası (Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

I.2.3. Akmaya Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Akmaya)

Lüleburgaz Ticaret Sicili Memurluğu'nda 2370 sicil numarası ile kayıtlı, Akmaya ana sözleşmesinin değişik 3. maddesinde belirtildiği üzere yaş ve kuru ekme mayası, ekme katkı maddeleri ve pastacılık ürünleri ile Elektrik ve Buhur üretimi gerçekleştirmek amacıyla kurulmuştur.

Akmaya'nın ortaklık yapısına Tablo-6'da yer verilmiştir.

Tablo-6 Akmaya Ortaklık Yapısı

Pay Sahibi	Pay Oranı (%)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)

(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
Toplam	100,00

Şirket yönetim kurulu üyeleri; (.....TİCARİ SIR.....) dan oluşmaktadır.

230

Şirketin kapasite bilgilerine Tablo-7'de yer verilmiştir.

Tablo-7 Akmaya Yıllık Üretim Kapasitesi

Maya Türü	Miktar (Ton)
Yaş ekmek mayası	(.....)
Kuru Maya	(.....)
Toplam	(.....)

Tablo-8 Akmaya İç Piyasaya Satış Miktarları

Yıl	2005	2006	2007	2008
Yaş ekmek mayası (Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

I.2.4. Mauri Maya Sanayi A.Ş. (Mauri Maya)

Bandırma Ticaret Sicili Memurluğu'nda 6356 Sicil numarası ile kayıtlı Mauri Maya, yaş hamur mayası ve ekmek katkı maddesi üretimi alanında faaliyet göstermek amacıyla kurulmuştur. Mauri Maya'nın ortaklık yapısı Tablo-9'da sunulmuştur.

240

Tablo-9 Mauri Maya Ortaklık Yapısı

Pay Sahibi	Pay Oranı (%)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
Toplam	100,00

Mauri Maya yönetim kurulu üyeleri (.....TİCARİ SIR.....) den oluşmaktadır.

Mauri Maya'nın yıllık toplam yaş ekmek mayası üretim kapasitesi (.....) ton/yıldır. Şirketin iç piyasada gerçekleştirdiği yıllık yaş ekmek mayası satışlarına Tablo-10 'da yer verilmiştir.

250

Tablo-10- Mauri Maya İç Piyasaya Satış Miktarları

Yıl	2005	2006	2007	2008
Yaş ekmek mayası (Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

I.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

I.3.1. Yerinde İnceleme

Önaraştırma döneminde raportörlerce Pakmaya, Özmaya, Akmaya ve Mauri Maya şirketlerinde yerinde incelemelerde bulunulmuştur. Yerinde incelemeler sırasında

260

şirketlerin ekmek mayası ile ilgili tüm yazışmaları, dosyaları ve konuyla ilgili diğer evrakı incelenmiştir. Söz konusu şirketlerde yapılan yerinde incelemelerde şikayetlerde belirtilen, maya üreticilerinin maya fiyatlarını aralarında anlaşarak birlikte arttırdıkları iddialarını destekleyici herhangi bir bilgi veya belgeye rastlanılmamıştır. Diğer taraftan şirketlerden Ocak 2005 - Mayıs 2008 dönemine ait ortalama aylık fiyatları ve ortalama aylık maliyetleri elde edilmiştir. Ayrıca, eğer mevcut ise firmaların bayileri ile yaptıkları standart bayilik sözleşmelerinden örnek talep edilmiş, şirketler tarafından bu belgeler Kurumumuza ulaştırılmıştır.

270 **I.3.2. Fiyat Hareketleri**

Yaş ekmek mayası pazarındaki fiyat artışına yönelik iddiaları değerlendirmek üzere, pazarda faaliyet gösteren Pakmaya, Özmaya, Akmaya ve Mauri Maya firmalarının Ocak 2005 – Aralık 2008 dönemindeki fiyatlama stratejileri incelenmiştir. Pazardaki firmalardan Pakmaya, Mauri Maya ve Özmaya aylık fiyat listeleri bildirmediğini belirtmişlerdir. Fiyat listesi ilan ettiğini belirten tek firma Akmaya olmuştur. Pazarda sadece tek bir firma fiyat listesi ilan ettiğinden, şirketlerin gerçekleşen aylık ortalama yaş ekmek mayası fiyatlarının karşılaştırılması uygun görülmüştür. Firmaların aylık ortalama yaş ekmek mayası fiyatları ve bu fiyatlardan elde edilmiş grafiğe aşağıda yer verilmiştir.

280

290

300

310

09-09/181-53

ablo 11 - 2005-2008 arası aylık ortalama yaş ekme  mayası satış fiyatları (kg/TL)

	Akmaya	Pakmaya	Mauri Maya	Ozmaya
Ocak 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
řubat 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
řubat 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 06	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
řubat 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 07	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
řubat 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

09-09/181-53

310 Grafik-2- 2005 – 2008 Yılları Arasında Gerçekleşen Aylık Ortalama Yaş Ekmek Mayası Satış Fiyatı

320 (.....TİCARİ SIR.....)

330

340

350

310 Grafik 2'den, dört firmanın yaş ekmek mayası fiyatlarının ufak sapmalar gözlemlense de genel olarak birbirlerine paralel bir seyir izledikleri görülmektedir. Akmaya, Özmaya ve Mauri Maya'nın fiyatları incelenen dönem süresinde hemen hemen birebir örtüşürken, Pakmaya'nın fiyatları bu üç firmanın fiyatlarının yaklaşık (...) kr üzerinde seyretmiştir.

2005-2008 döneminde Pakmaya'nın fiyatları %(...), Akmaya'nın fiyatları %(...), Özmaya ve Mauri Maya'nın fiyatları ise %(...) artmıştır. Aynı dönemde ÜFE endeksinde %31,73 TÜFE endeksinde ise %40,13 artış gözlenmiştir. Maya pazarındaki 2005-2008 dönemi fiyat hareketleri içinde en dikkat çekici artışlar 2008 yılında gerçekleşmiştir. 2008 yılı içinde yaş ekmek mayası fiyatlarının iki dönemde yukarı sıçrama yaptığı görülmektedir. Bu sıçramalardan ilki Haziran-Ağustos ayları arasında yaşanmıştır. Bu dönemde Akmaya, Pakmaya ve Mauri Maya'nın fiyatları yaklaşık %(...), Özmaya'nın fiyatları ise yaklaşık %(...) artmıştır. 2008 yılında gerçekleşen ikinci büyük artış ise şikayetçilerin de şikayetlerinde yer verdiği Eylül-Aralık döneminde yaşanmıştır. Bu dönemde Akmaya ve Mauri Maya'nın fiyatları %(...), Pakmaya'nın %(...) ve Özmaya'nın fiyatları ise %(...) artmıştır. Her ne kadar artış oranları firmadan firmaya farklılık gösterse de fiyatların genel seyrine de uygun olarak bu artışlar aynı dönemde gerçekleşmiştir. Bu iki artışla yaş ekmek mayası fiyatları 2008 yılında Ocak ayından yıl sonuna kadar Akmaya'da %(...), Pakmaya'da %(...), Mauri Maya'da %(...) ve Özmaya'da %(...) artış göstermiştir.

330 Firmaların 2008 yılında gerçekleştirdikleri fiyat artışlarının firmaların üretim maliyetlerindeki bir artıştan kaynaklanabileceği dikkate alınarak firmaların bu dönemdeki maliyetleri incelenmiştir.

Yaş ekmek mayası üretiminde kullanılan en önemli hammadde melastır. Firmanın üretim tekniğine göre değişmekle birlikte melas maliyeti yaş ekmek mayası üretim maliyetinin yaklaşık %50'sini oluşturmaktadır. Bu çerçevede firmaların Aralık 2007-Aralık 2008 döneminde bir kg yaş ekmek mayası üretmek için üstlendikleri melas maliyetleri incelenmiştir. Bu dönemde Pakmaya'nın bir kg yaş ekmek mayası üretmek için üstlendiği melas maliyeti %(...) artmıştır. Bu artış Akmaya'da %(...), Özmaya'da %(...), Mauri Maya'da ise %(...) oranında gerçekleşmiştir. Yine bu dönemde elektrik ve doğalgaza yapılan zamlar sonucunda firmaların maya üretiminde kullandıkları enerji maliyetlerinde de artış gözlemlenmektedir. Son olarak firmaların bir kg yaş ekmek mayası üretmek için üstlendikleri ortalama üretim maliyetleri incelenmiştir. Birim maliyet artışı Akmaya'da %(...), Özmaya'da %(...), Pakmaya'da %(...) ve Mauri Maya'da ise %(...) olmuştur. Bu oranlar firmaların 2008 yılı fiyat artış oranlarıyla karşılaştırıldığında Akmaya'nın toplam ortalama üretim maliyet artışının üzerinde, Mauri Maya, Pakmaya ve Özmaya'nın ise ortalama üretim maliyet artışlarının altında fiyat artışına gittikleri anlaşılmaktadır. Üretim maliyeti firmaların üstlendikleri maliyet kalemlerinden yalnızca biri olup birebir fiyat artış oranlarıyla karşılaştırılması kesin bir kanıya varmak açısından yeterli olmamakla beraber firmaların fiyat hareketleri hakkında fikir vermesi açısından önemlidir.

350 Bu kapsamda, 2005-2008 yılları arasında firmaların ortalama birim satış fiyatlarına, birim üretim maliyetlerine ve fiyat değişim yüzdeleri ile maliyet değişim yüzdeleri arasındaki farka (Δ fiyat(%) - Δ maliyet(%)) aşağıdaki grafiklerde yer verilmiştir. Fiyatlar ve maliyetler sol dikey ekseninde, değişim farkları ise sağ dikey ekseninde yer almaktadır.

360 Grafik 3 – Pakmaya

(.....TİCARİ SIR.....).

370

Grafik 4 – Mauri Maya

380

(.....TİCARİ SIR.....).

390

Grafik 5 – Akmaya

400

(.....TİCARİ SIR.....).

Grafikler ele alındığında firmaların fiyat artışlarının genellikle maliyet artışlarıyla uyumlu olduğu, incelenen dönemde firmaların genellikle maliyetlerindeki artışlardan sonra fiyat artışına gittikleri görülmektedir.

410 Stratejik davranışlarda bulunurken rakiplerini de gözetmek zorunda olan teşebbüslerin faaliyet gösterdiği oligopolistik pazarlarda, herhangi bir anlaşma veya uyumlu eylem olmamasına rağmen özellikle fiyatlarda paralel hareketler gözlenebilmektedir. Nitekim bu tür pazarlarda, fiyat artışı yapmayı planlayan bir teşebbüsün rakiplerinin kendisini takip edeceklerinden emin olmadan bu artışı yapması oldukça zordur. Bu çerçevede özellikle ilgili ürünün homojen ve haberleşmenin kolay olduğu oligopolistik pazarlarda gözlemlenen paralel fiyat hareketlerini uyumlu eylem olarak değerlendirmek güçleşmektedir. Ancak, bu durum oligopolistik pazarlardaki paralel fiyat hareketlerinin hiç bir zaman uyumlu eylem olarak yorumlanamayacağı anlamına gelmemekte; aksine, söz konusu paralel davranışların pazarın oligopolistik yapısının mı, yoksa teşebbüslerin anlaşma veya uyumlu eylemlerinin mi sonucu olduğu konusunun değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Zira söz konusu oligopolistik pazar ne kadar şeffaf, ürün ne kadar homojen olursa olsun, fiyat artışı gerçekleştiren teşebbüsü rakiplerinin takip etmeme olasılığı her zaman bulunmaktadır.

420 Daha önce belirtildiği üzere inceleme konusu yaş ekmek mayası pazarı; 4 firmanın homojen bir ürün ürettiği, marka bağımlılığının veya ürün farklılaştırma imkanının bulunmadığı ve rakiplerin birbirlerinin hareketlerini kısa sürede takip etmelerine elverişli bir yapıdadır. Bu özellikleriyle pazar, firmalar arası oligopolistik bağımlılık nedeniyle paralel davranışların gözlemlenebileceği bir pazardır.

430 Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında, her ne kadar ele alınan dönemde maya firmalarının fiyatları birbirine paralel olarak ilerlese de; yaş ekmek mayası pazarının yukarıda belirtilen özellikleri nedeniyle oligopolistik bağımlılığa uygun bir yapı sergilemesi, yaş ekmek mayası hammadde fiyatlarının son dönemde gösterdiği artışlar ve yerinde incelemelerde firmaların anlaşarak fiyat artırdıklarına yönelik herhangi bir belge bulunamamış olması nedenleriyle, yaş ekmek mayası üreticilerinin aralarında anlaşarak maya fiyatlarını birlikte artırdıkları iddiasını destekler bir sonuca ulaşılammıştır.

440 Maya üreticilerinin yaş ekmek mayası fiyatlarını birlikte belirlediklerine ve fiyat tekeli oluşturduklarına ilişkin herhangi bir belgeye ulaşılammaması nedeniyle ekmek mayası üreticilerinin fiyat artış tarih ve oranları arasındaki paralelliklerin ekmek mayası pazarının yapısından kaynaklandığı; mayanın homojen bir ürün olması, marka bağımlılığının olmaması, fırınların birden fazla markayı aynı anda kullanabilmeleri ve bir markadan diğerine rahatlıkla geçebilmeleri, pazarda haberleşmenin kolay olması sonucu teşebbüslerin birbirlerinin hareketlerine çok kısa sürede tepki gösterebilmeleri neticesinde oluştuğu kanaatine varılmıştır

450 J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve dosya kapsamına göre; Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş., Özmaya San. A.Ş., Mauri Maya San. A.Ş. ve Akmaya San ve Tic A.Ş. hakkında maya fiyatlarını birlikte belirledikleri ve fiyat tekeli oluşturdukları iddialarıyla ilgili olarak, önaraştırma döneminde elde edilen bilgi ve

09-09/181-53

bulguların ilgili teŖebbüsler hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruŖturma açılması için yeterli olmadığına ve dolayısıyla Ŗikayetlerin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.