

## REKABET Dergisi

Sayı: 24

### İÇİNDEKİLER

BU SAYIDA

MAKALELER

**Kayıtdışı Sektörün  
Rekabet Politikasına Etkileri**  
Burak BÜYÜKKUŞOĞLU  
Murat ÇETİNKAYA

**Organize Perakende Sektörünün  
Ekonomik Dinamikleri:  
Rekabet Politikası Açısından Değerlendirme**  
Tarkan ERDOĞAN

ULUSLARARASI GELİŞMELER

REKABET KURULU NİHAİ KARAR ÖZETLERİ  
(01.10.2005-31.12.2005)

SEÇİLMİŞ KURUL KARARLARI

	<u>Karar Tarihi</u>	<u>Karar No</u>
Ladik Çimento	20.12.2005	05-86/1188-340
Mersin Limanı	20.10.2005	05-70/967-261
Erdemir Özelleştirme	24.11.2005	05-79/1083-271
Türk Telekom UMTH Kararı	22.12.2005	05-87/1199-348
Tansaş-Migros	31.10.2005	05-76/1030-287

KESİNLEŞMİŞ DANIŞTAY KARARLARI LİSTESİ  
(01.10.2005-31.12.2005)

SEÇİLMİŞ DANIŞTAY KARARLARI	<u>Esas No</u>	<u>Karar No</u>
	1999/1253	2001/3
	1999/2611	2001/4

DUYURU

## REKABET Dergisi

### BU SAYIDA...

Bu sayımızda iki önemli makaleye yer verilmektedir. İlk makale Rekabet Kurumu Uzmanları Burak BÜYÜKKUŞOĞLU ve Murat ÇETİNKAYA tarafından kaleme alınan “*Kayıtdışı Sektörün Rekabet Politikasına Etkileri*” başlıklı çalışmadır. Anılan makalede yazarlar, kayıtdışı ekonominin rekabet ve rekabet kurallarının etkin bir şekilde uygulanması üzerindeki etkilerini çeşitli Rekabet Kurulu kararlarına atıf yaparak ortaya koymaktadır. Yazarlar rekabet otoritelerinin rekabet savunuculuğu çerçevesinde hükümete ve ilgili birimlere kayıtdışılık hakkında bilgi verebileceğini ve sektör bazında önerilerde bulunabileceğini dile getirmektedir.

İkinci makale özellikle perakende sektörüne yönelik düzenlemelerin yoğun bir şekilde tartışıldığı ve bu sektörde önemli yoğunlaşmaların yaşandığı bir dönemde dergimizde yerini almaktadır. Rekabet Uzmanı Tarkan ERDOĞAN tarafından ele alınan “*Organize Perakende Sektörünün Ekonomik Dinamikleri: Rekabet Politikası Açısından Değerlendirme*” başlıklı çalışmada; hızlı tüketim malları perakendeciliğinde yaşanan dönüşüm incelenmekte ve bu dönüşüm sonucu ortaya çıkan veya çıkması muhtemel rekabet sorunları ortaya konmaktadır. Yazar ayrıca büyük mağazaların sınırlandırılmasına yönelik yasa taslağını rekabet politikası çerçevesinde eleştirel bir bakış açısıyla irdelemekte ve anılan tasarının yasalaşması durumunda pazara girişi zorlaştırarak başta tüketiciler olmak üzere sektörde yer alan bir çok aktöre zarar vereceğini vurgulamaktadır. Yazar son olarak sektörde sadece alım gücüne yönelik bir düzenleme yapılması gerektiğini savunmaktadır.

Uluslararası gelişmeler bölümünde, bir dizi güncel konuda özet bilgiler sunuyoruz.

Dergimizin “*Seçilmiş Kararlar*” bölümünde ilk olarak, Ladik Çimento'nun TMSF tarafından satış ihalesinde en yüksek iki teklifi veren Akçansa Çimento ile Türkerler Tic. ve San. A.Ş.'den herhangi birine izin verilmesi talebine yönelik Kurul kararına yer verilmektedir. Anılan kararda Rekabet Kurulu en yüksek teklifi veren Akçansa'nın Ladik Çimentoyu

## **REKABET Dergisi**

devralması durumunda, işlemin çimento pazarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında hakim durum yaratılmasına ve rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açacağına hükmetmiştir. Bu kararın ardından İskenderun Limanı'nın ve Erdemir'in özelleştirilmelerine yönelik iki ayrı karar sunulmaktadır. Rekabet Kurulu Türk Telekomünikasyon A.Ş.'nin uzak mesafe telefon işletmecilerinin iktisadi faaliyetlerini zorlaştırdığına yönelik iddialara ilişkin diğer bir kararında ise önaraştırma yapılmasına ya da soruşturma açılmasına gerek olmadığına hükmetmiştir. Son olarak bu bölümde, 2005 yılı içerisinde perakende sektöründe yaşanan en büyük yoğunlaşma olan Migros'un Tansaş'ı devralmasına ilişkin karar yer almaktadır. Rekabet Kurulu anılan işlemin Kanun'un 7. maddesi kapsamında hakim durum yaratmadığı sonucuna varmıştır.

Bu sayımızın son bölümünde Ege Bölgesinde çimento pazarında faaliyette bulunan teşebbüslerin anlaşma suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlâl ettikleri gerekçesiyle verilen idari para cezası ile cezalandırılmalarına ilişkin Rekabet Kurulu kararının iptali istemiyle açılan davaya ilişkin Danıştay kararı yer almakta, bu kararda, davacılara tebliğ edilen dava konusu kurul kararında ve Resmi Gazete'de yayımlanan kararda karşı oy yazılarının bulunmamasının esası etkileyen bir şekil noksanlığı olduğu vurgulanmaktadır.

Dergimizin bu sayısının da ilgililer için önemli bir kaynak olacağına inanıyoruz.

Saygılarımızla...

**KAYITDIŞI SEKTÖRÜN  
REKABET POLİTİKASINA ETKİLERİ**

Burak BÜYÜKKUŞOĞLU\*  
Murat ÇETİNKAYA\*

**1. GİRİŞ**

Ekonomik faaliyetlerin önemli ve artan bir bölümünün resmi ekonomi dışında gerçekleştiğine dair yaygın bir kanaat vardır. Bu kanaat yalnızca gelişmekte olan ve geçiş sürecinde bulunan ekonomiler için değil, aynı zamanda yüksek gelirli ekonomiler için de geçerlidir. Bu tür resmiyet dışı faaliyetler dünyada tüm ülkeler tarafından kabul edilmiş bir standart olan milli gelir muhasebe sistemine kaydedilmeyen aktivitelerdir (Frey ve Schneider, 2000:1).

Ekonomik hayatı bozan neden yalnızca gayri resmi ekonominin varlığı değildir. Esasen kayıtdışı ekonomi bir takım mali, siyasal, sosyal ve ekonomik aksaklıklar nedeniyle ortaya çıkan bir sonuçtur. Bu “sonuç” da aynı zamanda başkaca problemlere neden olmakta ve ekonomik hayatta öncelikle gelişmekte olan ülkeler için düzeltilmesi zorunlu olan bir kısır döngünün ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Gayri resmi ekonomi ile ilgili sorular ve sorunlar son zamanlarda akademisyenlerin, politika yapımcıların ve sivil toplum temsilcilerinin dikkatini çekmiştir. Konu ile ilgili sorunların çözömlenmesine yönelik yanıtlar ve öneriler belirli spesifik bilim alanlarının yanı sıra içinde farklı bakış açılarını da barındıran disiplinler arası çalışmalardan da gelmektedir. Bu çalışmaların ortak noktası ise gayri resmi ekonominin herkesin gündelik hayatının bir parçası olduğu gerçeğidir (Belev, 2003:3).

---

\* *Rekabet Uzmanı. Bu çalışmadaki görüşler yazarlara ait olup Rekabet Kurumu'nun resmi görüşlerini yansıtmaz. İsmi bilmediğimiz sayın hakeme ve çalışmaya yapıcı eleştirileri ile katkıda bulunan Rekabet Uzmanları Pelin Erdoğan ve Fatma Gözlükaya Anđı'ya teşekkürü borç biliriz.*

## **REKABET Dergisi**

Gayri resmi ekonomi bütün dünyada var olan ve her geçen gün artan bir gerçektir. Bu faaliyetleri gerçekleştirenler kendilerinin tespit edilmesini istemedikleri için, söz konusu faaliyetler hakkında bilgi toplamak oldukça zordur. Ancak, şu da bir gerçektir ki, bir ülkedeki kaynakların ne kadarlık bir kısmının gayri resmi ekonomide yer aldığına yönelik doğru istatistiki bilgilere ulaşılması, ekonomi politikalarının etkin bir şekilde uygulanabilmesi için gerekli ve önemlidir. Bu nedenle, kimlerin gayri resmi ekonomi içinde bulunduğu ve bu faaliyetlerin ne sıklıkta ve ne büyüklükte gerçekleştiğinin bilinmesi oldukça hassasiyet arz etmektedir (Schneider ve Enste, 2000: 77).

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de kayıtdışı ekonomi oldukça önemli bir husus olarak ortaya çıkmaktadır. Farklı oranlar olmakla birlikte, Işık ve Acar (2003: 127) ülkemizdeki kayıtdışı ekonominin boyutları ile ilgili yapılan çalışmalarda GSMH'nın %1.91'i ile %137.8'i arasında değişen tahmin sonuçlarına ulaşıldığını belirtmektedirler<sup>1</sup>.

Bu bilgilerden hareketle üzerinde durulması gereken husus rekabetin ekonomik yapı üzerindeki önemidir. Stiglitz'in (2001) de son derece haklı ve yerinde bir şekilde ifade ettiği gibi, sıkı bir rekabet politikası yalnızca gelişmiş ülkelerin uygulayacağı bir lüks olmaktan ziyade, demokratik bir piyasa ekonomisi kurmak için çabalayan ülkelerin de uygulaması gereken bir politikadır.

Bu çerçevede, rekabet politikasının etkin ve sıkı bir şekilde uygulanmasını engelleyecek her türlü piyasa aksaklığının ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bu bağlamda, gayri resmi ekonomi de ülkelerin mücadele etmesi gereken bu çeşit sorunlar arasında sayılabilir.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Gayri resmîlik, resmen kayıtlı olmayan firmaların çıktıkları ve işgücü ile birlikte, kayıtlı firmaların faaliyetlerinin ve işgücünün bildirilmediği durumları kapsayan ortak bir terimdir (Palmade, 2005: 1).

Bahse konu olgu, literatürde çok farklı isimler kullanılarak tartışılmakta ve bilinmektedir. Bu isimlerden bazıları şunlardır: gayri resmi (*informal, unofficial*), kural dışı (*irregular*), paralel ikinci yeraltı (*parallel second underground*), yeraltı (*subterranean*), gizli (*hidden*), resmi hesaplarda görülmeyen (*invisible*), kaydedilmemiş (*unrecorded*), gölge (*shadow*) ve ayıışığı (*moonlighting*) ekonomi (Frey ve Schneider, 2000: 2).

---

<sup>1</sup> Söz konusu alt ve üst limit arasında bu kadar fark olmasının nedenleri arasında gayri resmi ekonominin tanımından ve ölçüm yöntemlerinden kaynaklanan farklılıklar bulunmaktadır.

## REKABET Dergisi

Söz konusu olgu için tüm amaçlara hizmet edecek tek bir tanım bulunmamaktadır. Kullanılacak kavram veya kullanılan kavramın kapsamı yapılacak olan çalışmanın amacı ve izlenecek yaklaşıma bağlıdır (Gümüş, 2000: 2; Frey ve Schneider, 2000: 2).

Kullanılan sıfat ne olursa olsun bütün kayıtdışı ekonomik faaliyetlerde ortak olan husus bu faaliyetlerle ilgili olarak devletin bilgilendirilmemiş olmasıdır (Gümüş, 2000: 3).

Işık ve Acar (2003)'a göre söz konusu olguyu ifade eden tanımların önemli ortak noktaları; faaliyetlere ilişkin belge bulunmaması, bir takım konularda gerekli otoritelerin bilgilendirilmemesi, söz konusu ekonomik faaliyetin büyüklüğünün olağan hesaplama yöntemleri ile tespit edilememesi şeklinde sıralanabilir.

Konuya kurumsal iktisat perspektifinden yaklaşan Feige'e göre (1990: 5-10) resmi ve gayri resmi faaliyetleri birbirinden ayıran kritik ölçüt oyunun belirlenmiş geçerli kurumsal kurallarına bağlıdır. Şöyle ki; farklı tiplerdeki yeraltı faaliyetleri ihlal etmiş oldukları belirli kurumsal kurallara göre birbirlerinden ayrılırlar. Bu çerçevede Feige (1990) yeraltı ekonomisi ile ilgili olarak 4 ayrı kategori belirlemektedir. Bunlar; yasadışı ekonomi (*illegal economy* - suç ekonomisi), bildirilmeyen ekonomi (*unreported economy*), kaydedilmeyen ekonomi (*unrecorded economy*) ve gayri resmi ekonomidir (*informal economy*).

Belev (2003: 4) de benzer şekilde, literatürde ve kamuoyunda aşağı yukarı aynı olguyu belirtmek için farklı ifadelerin kullanıldığını, ancak "gayri resmi" kavramının en genel ve farklı terimlerle ifade edilen içeriği kapsadığını belirtmektedir. Aynı nedenle bu çalışmada da gayri resmi ekonomi kavramı kayıt dışı ekonomi kavramı ile birlikte tercih edilecektir.

Bu çerçevede ekonomik faaliyetler bir ucunda tamamen resmi ve her şeye uygun olanlardan başlayıp, diğer ucunda da tamamen gayri resmi ve kanun dışı olan faaliyetlere kadar uzanmaktadır. Bu pozitif ve negatif iki uç arasında bir dizi gayri resmi faaliyet bulunmaktadır. Çalışmanın amacı açısından kanun dışı faaliyetler, yani suç ekonomisi, bu çalışma içerisinde değerlendirilmeyecektir.

Çalışmada, gayri resmi ekonomi kavramı ile herhangi bir şekilde ulusal istatistiklerde yer almayan, ancak piyasalarda resmi olarak faaliyet gösteren teşebbüslerin rekabetçi davranışlarını etkileyen tüm yasal ekonomik aktiviteler kastedilmektedir.

## **REKABET Dergisi**

### **3. GAYRİ RESMİ EKONOMİYİ ORTAYA ÇIKARAN NEDENLER**

Gayri resmi ekonomide faaliyet gösteren teşebbüsler, gayri resmi faaliyetten elde ettikleri faydaların resmi olarak faaliyet göstermenin maliyetlerini dengelediğini düşünmektedirler. Bütün gayri resmi faaliyetlerin ortak özelliği budur (Djankov *et al.*, 2003: 63).

Schneider (2002: 25-32) gayri resmi ekonomideki artışın belirleyici unsurları olarak vergi ve sosyal güvenlik yüklerinin artışı, düzenlemelerin yoğunluğu ve kamu hizmetlerinin miktar ve kalitesinin azalmasını göstermektedir.

Gayri resmi ekonominin büyümesine yol açan birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerden en önemlileri ve en çok bahsedilenleri şöyle sıralanabilir: Vergi ve diğer sosyal güvenlik katkı paylarındaki artış, resmi ekonomideki özellikle emek piyasalarındaki artan düzenleyici işlemler, haftalık çalışma saatlerindeki zorunlu düşüşler, erken emeklilik, işsizlik ve vergi ahlakının yanı sıra kamu kurumlarına karşı kentsel avantajların ve bağlılıkların azalması. Bunların yanı sıra, ekonomik faktörler gayri resmi ekonomideki artışların nedenlerini kısmen belirleyebildiği için konunun ayrıca psikolojik ve ahlaki boyutunu ele alan disiplinler arası bir yaklaşımla da analiz edilmesi gerekmektedir (Schneider ve Enste, 2000: 82).

Benzer şekilde aralarında önemli katkıları olan De Soto ile birlikte birçok yazar, gayri resmi ekonominin artış nedenleri arasında, özellikle fakir ülkelerde ağır vergi yükünü, rüşvet ve bürokratik güçlükleri belirtmektedirler (Azuma ve Grossman'dan naklen, 2002: 1).

Gayri resmi ekonomiyi ortaya çıkaran veya bu sektörün varlığını tetikleyen hususları kısa başlıklar altında şu şekilde belirtebiliriz:

#### **a. Ülkelerin Sahip Olduğu Ekonomik Sistem**

Ülkelerin sahip olduğu ekonomik sistem ve buna bağlı yapısal özellikler kayıtdışılığa zemin oluşturabilmektedir. Bu kapsamda özellikle istihdam açısından tarım ve hizmetler sektörüne dayalı küçük işletmelerin yaygın olduğu yapı kayıtdışılığa ortam hazırlayan önemli bir faktördür. Bunun gerekçesi ise bu sektörlerin izlenme ve denetlenmesinin zor olmasıdır (DPT, 2001:2,3). Diğer yandan üretim ve tüketimin aile içinde yapıldığı, pazar ekonomisine geçmemiş, para kullanımının sınırlı olduğu tarım ekonomilerinde ekonomik işlemlerin kaydının tutulması gereklilik arz etmeyebilmektedir (Toptaş, 1998:19). Ancak sanayileşmenin artmasıyla birlikte kayıt altına alınma hususu ağırlık kazanmaktadır. Teknolojik yeniliklerle birlikte işin basit parçalara ayrılabilirdiği

## **REKABET Dergisi**

ölçüde ücretli emek kullanımını artmakta ve ekonomik birimlerin ölçekleri büyümekte ve böylece tüm girdi ve çıktılarının kaydedilmesi zorunluluğu hasıl olmaktadır (DPT, 2001:3). Bu noktada halka açılma ve anılan kapsamda menkul kıymet borsalarına kote olunması suretiyle borsalarda işlem görülmesi teşebbüslerin faaliyetlerinin kayıt altına alınması için önemli bir husustur.

### **b. Ekonomik Tercihler ve Uygulanan Politikalar**

Sermaye birikiminin sağlanması ve özel girişimciliğin oluşması sürecinde alınan bir takım önlemlerin zamanla kayıtdışı ekonominin oluşmasında ve gelişmesinde etkili olduğu bir gerçektir. Sermaye birikimini sağlamak amacıyla kayıtdışılığa göz yumulması bu sonucu doğuran nedenler arasında gösterilebilmektedir. Bu bağlamda sermaye birikiminin sağlanması, finans piyasalarının geliştirilmesi, döviz girdisinin sağlanması, özel girişimcilerin güçlendirilmesi amacıyla yapılan bazı düzenlemelerin kayıtdışı ekonomiyi kayda alma amacıyla çelişebildiği söylenebilmektedir (Toptaş, 1998: 19).

### **c. Kamu Kesiminden Kaynaklanan Nedenler**

Kamu kesiminden kaynaklanan nedenlerin başında vergi sistemi ve vergi sisteminin yapısı gelmektedir. İyi bir vergi sisteminin kurulması ve bunun denetiminin etkin bir şekilde yapılmasının sıkıntıları en aza indirme konusunda yardımcı olacağı belirtilmelidir.

### **d. Devlet tarafından Yapılan Düzenlemelerin Yoğunluğu<sup>2</sup>**

Kayıtlı ekonomide faaliyet gösteren bireylerin özgürlüklerini kısıtlayan (yasa, lisans alma gibi) düzenlemelerin yoğunluğu bir başka önemli unsurdur. Schneider (2002: 28) tarafından Johnson, Kaufmann ve Shleifer'e atıfta bulunularak, genel nitelikli ekonomik düzenlemelerin daha fazla bulunduğu ülkelerde kayıtdışı sektörün GSYİH verilerinde daha çok yer edinme eğiliminde olduğunun ampirik olarak ortaya konulduğu belirtilmektedir. Bu kapsamda yine aynı çalışmada, regülasyon indeksinde 1 puanlık bir artışın<sup>3</sup> kişi başına GSMH verileri dikkate alındığında, kayıtdışı sektörde %8.1 oranında bir artışa sebep olduğu vurgulanmaktadır. Schneider (2002) tarafından 76 adet gelişmekte, gelişmiş ve geçiş ekonomisi kapsamında olan ülkeler bağlamında yapılan araştırmada regülasyon indeksinde 1 puanlık bir artışın kayıtdışı sektörde %10'luk bir artışa sebep olduğu ileri sürülmektedir. Bu çerçevede yapılması gereken yeni

---

<sup>2</sup> (Schneider, 2002: 28).

<sup>3</sup> Söz konusu indeks 1'den 5'e doğru sıralanmakta olup 5 en çok düzenlemesi olan ülke anlamına gelmektedir. Bu çalışmaya göre düzeleme oranı arttıkça kayıtdışı ekonomi büyümektedir.



## **REKABET Dergisi**

yasa ve düzenlemeler koymaktan çok mevcut yasa ve düzenlemelerin uygulanmasının geliştirilmesidir<sup>4</sup>.

### **e. Kamu Sektörü Hizmetleri**

Bir ülkede kayıtdışı sektör büyüdükçe kamu gelirlerinin azalması sebebiyle kamu tarafından sunulan hizmetlerin niceliği ve niteliğinde bir azalma meydana gelecektir. Bu ise sonucunda kayıtlı ekonomide yer alan işletme ve bireylerin vergi oranlarını artıracaktır, bu da söz konusu ekonomik aktörlerin kayıtdışına yönelmeleri için güçlü bir teşvik unsuru yaratabilecektir. Bu noktada görece düşük vergi oranı ve yükümlülükle yasaların iyi uygulandığı ülkelerde, daha düşük oranda kayıtdışı ekonomi görüldüğü ifade edilmelidir (Schneider, 2002: 32). Ancak, yasaların daha iyi işlediği ülkelerde daha az oranda kayıtdışı ekonomi olacağı hususuna bir daha vurgu yapmak önemlidir.

### **f. Değişen Üretim Yapısı**

1970'li yılların ikinci yarısı ve özellikle 1980'li yıllardan itibaren pazarların büyümesi ve talebin çeşitlenmesi nedeniyle şiddetlenen rekabet koşulları sonucunda ortaya çıkan ve üretimde esnekliğe ve enformasyona dayalı yeniden yapılanma, kayıtdışılığı artıran bir diğer unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bilindiği gibi üretimde esnekliği elde etmenin yollarından biri firma ölçeğinin küçültülmesidir. Bu yapıda ana firmalar ürün tasarımı ve üretimin organizasyonu ile uğraşan yüksek nitelikli bir çekirdek kadro dışında sürekli eleman istihdam etmeyip, mal üretimini küçük üretici firmalara aktarmaktadır. Küçük olmaları nedeniyle kuruluş maliyetleri çok yüksek olmayan bu teşebbüsler talep azaldığında işçi çıkarabilme veya toplu sözleşme düzeninin dışında kalarak ücretleri düşük tutabilme şansını yakalayabilmekte, ayrıca kuruluş maliyetinin düşüklüğünün yanı sıra kolayca tasfiye imkanına da sahip olmaktadır. Enformasyon olanaklarının gelişmesi, ana firmaların mal üretimini aktaracakları fason imalat yapan küçük firmaları herhangi bir ülkeden seçmelerini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda gerek firma ölçeklerinin küçülmesi, gerekse sermayenin bu hareketliliği tüm ülkelerde kayıtdışı ekonominin payını büyütmeyle birlikte, özellikle küçük işletmelerin halen yaygın bir biçimde varlığını sürdürdüğü yüksek işsizlik oranına sahip ve toplu sözleşme, sosyal güvenlik gibi kurumların tam yerleşmediği az gelişmiş ülkelerde fason üretimin ve kayıtdışı ekonominin payını gelişmiş ülkelerinkinden daha büyük oranda artırmaktadır (DPT, 2001: 3-4). Büyük işletmeler belli mal üretimlerini küçük işletmelere vermekle birlikte küçük firma büyük firmaya mal üretmekte, bunun sonucunda belki bir noktaya kadar,

---

<sup>4</sup> Bu noktada mevcut yasaların etkin olduğunun varsayılması gerekmektedir. Aksi takdirde yeni yasanın daha etkin olması durumunda bu yorumların yapılması güçleşecektir.

belki bütünüyle büyük teşebbüse ekonomik anlamda bağlı olmaktadır (Toptaş, 1998:32).

**g. Vergi Muafiyeti ve İstisnaları**

Gelişmekte olan ülkelerde sermaye birikiminin sağlanması ve özel girişimciliğin oluşması sürecinde alınan bir takım önlemlerin ya da vergi muafiyeti veya istisnası yoluyla sağlanan teşviklerin kayıtdışı ekonominin oluşmasında ve gelişmesinde etkisi olabilmektedir. Temel ekonomik tercihlerin sonucunda ortaya çıkan uygulamalar, özel girişimcilerin sermaye biriktirme ve büyüme sürecinde gelirlerini kayıtdışına çıkarma eğilimlerine hoşgörü ile yaklaşılması sonucunu doğurabilmektedir (DPT, 2001: 4). Ayrıca istisnalardan yararlanamayanlar kendilerinin de daha az vergi verebileceklerini düşünerek vergi kaçırma yoluna gidebilmektedirler (Kildiş, 2005: 8).

**h. İktisadi Kriz ve Durgunluk Dönemleri**

İktisadi kriz ve durgunluk dönemlerinde işsiz kitleler kayıtlı ekonomide bulamadıkları istihdam imkanlarını kayıtdışı faaliyetlerde arayabilmektedir. Müteşebbisler ise kriz ve durgunluğun etkilerini minimuma indirmek ve özellikle istihdam ve üretim açısından esnek davranabilmek gayesiyle kayıtdışı faaliyetlere yönelmektedirler (Işık ve Acar, 2003). Ayrıca müteşebbislerin kriz dönemlerinde artan maliyet baskısını bu şekilde hafifletmeye çalıştıklarını söylemek mümkündür.

**i. Vergi Oranlarının Yüksekliği**

Vergi oranları ile kayıtdışı ekonomi arasında doğru yönlü bir ilişkinin varlığından söz edilebilmektedir. Vergi oranlarının gelişmiş ülkelere göre nispeten fazla olduğu gelişme yolundaki ülkelerde kayıt dışı ekonominin boyutları da büyüktür. Nitekim bu kapsamda Arthur Laffer tarafından oluşturulan vergi oranları ile vergi gelirleri arasındaki ilişkiyi gösteren çalışmaya atıf yapmak yerinde olacaktır. Bu çalışmada vergi oranının belli bir seviyesinden sonra vergi gelirlerinin düşeceği, diğer bir deyişle vergi oranının optimal düzeyin üzerine çıktığı zamanlarda vergi gelirlerinin azalacağı ifade edilerek bunun gerekçesi olarak insanların çalışma yerine vergisiz para kazanma yollarını arar hale geleceği gösterilmektedir. Başka bir ifadeyle, vergi oranları artmaya başladığında ekonomik faaliyetlerde aslında bir azalma olmamakta, yüksek vergi oranları nedeniyle kayıtlı ekonomiden kayıtdışılığa yönelme söz konusu olmaktadır (Kildiş, 2005: 7).

Cebula tarafından A.B.D. ekonomisi için yapılan araştırmada gelir vergisi oranında %1'lik bir artışın kayıtdışı sektörü %1.4 oranında büyüteceği belirtilmektedir. Ancak bu görüşe karşı çıkan Johnson, Kaufmann ve Zoido-Lobaton yüksek vergi oranlarının *per se* kayıtdışı ekonomiyi artırdığı söylenemese

## **REKABET Dergisi**

de hükümet tarafından yapılan düzenlemelerin, etkinsiz vergi uygulamalarının bu kapsamda önemli olduğu belirtilmektedir. Ancak kurumsal vergilerin yüksekliği ile gayri resmi ekonomi arasında pozitif korelasyon bulunmuş, sonuçta da kayıtdışı ekonomiye sirayet açısından doğrudan vergilerle kurumsal vergiler arasında fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Schneider, 2002' den naklen).

### **j. Vergi Mevzuatı**

Ülkede uygulanan vergi mevzuatı ülkenin ekonomik, sosyal, mali ihtiyaçlarına yanıt vermiyorsa, sade, kolay anlaşılır bir yapıda değilse, sürekli değiştirme ihtiyacı gösteriyorsa ve istikrarlı bir yapı arz etmiyorsa vergi kaçağı bununla bağlantılı olarak da kayıtdışı işlemler artmaktadır. Bu nedenle vergilemede basitlik ilkesi büyük önem taşımaktadır (Kildiş, 2005: 7).

### **k. Elektronik Ticaret ve Uluslararası İşlemler<sup>5</sup>**

İletişim ve telekomünikasyon alanında meydana gelen değişiklikler ve internet kullanımı ticaretin boyutunu değiştirmiş, ticaretin ulaştığı bu yeni nokta ülkeler açısından ciddi vergisel sorunları gündeme getirmiştir. Bu sorunlardan bazıları; çeşitli ülkelerdeki vergi oranları ile matrahlarındaki farklılıkların üretim ya da ticaret sapmalarına neden olması, vergilendirme yetkisinin hangi ülke tarafından kullanılacağına belirlenmesi güçlüğü ve vergi idaresinin vergilemede temel aldığı fatura gibi belge izleme imkanının zayıflamasıdır. Ayrıca sunucu ya da “web” sitesinin işyeri sayılıp sayılmaması konusunda da tartışmalar netlik kazanmış değildir. Bunlara şirket ve müşterilerin farklı ülkelerde olması nedeniyle farklı vergisel düzenlemelere tabi bulunmalarını ve işlemleri gerçekleştirenlerin yerinin tespit edilmesindeki güçlüklerin de eklenmesi mümkündür. Bu gibi sorunlar ise kayıtdışı sektörün büyümesine yol açabilecek niteliktedir.

### **l. Ülke İçi ve Dışı Rekabetin Yoğun Olması**

Ülkelerarası bütünleşme ve küreselleşme eğilimleri ile birlikte dış ticaretteki rekabet, firmaları maliyet avantajları aramaya ve ucuz emek gücüne yöneltmektedir. Kayıtdışı faaliyetler böyle bir imkanı sunabilmesi açısından da cazip olabilmektedir. Benzer şekilde, ülke içinde rekabet belli sektörlerde yoğun olarak yaşanmaktaysa, söz konusu yapı teşebbüslerin kayıt dışına yönelmelerine yol açabilmektedir.

---

<sup>5</sup> (Gonca, 2005).

## **REKABET Dergisi**

Bunlara ilave olarak kayıtdışı ortaya çıkaran nedenler arasında ülkedeki gelir dağılımı dengesizlikleri ve adaletsizlikleri, hızlı nüfus artışı ve büyük kentlere göç, enflasyonist yapı, vergi ödemeye karşı direnç, vergi yükü dağılımında adaletsizlik, vergi kanunlarında sık yapılan değişiklikler, sıkça çıkarılan vergi afları, ek vergiler ve siyasi istikrarsızlık sayılabilir.

Dura (1997: 6) da kayıt dışı ekonomiyi ortaya çıkaran sebepleri ele alırken kamu kaynaklı, piyasa kaynaklı ve sosyolojik kaynaklı olmak üzere üçlü bir ayrım altında değerlendirme yapmaktadır. Dura'nın söz ettiği üçlü ayrım altındaki sebepler genel itibarıyla burada bahsedilen nedenlerle benzerlik göstermektedir.

### **4. GAYRİ RESMİ EKONOMİNİN YARAR VE ZARARLARI**

#### **a. Yararları**

Gümüş'e (2000) göre bazı bakımlardan gayri resmi ekonomiyi savunmak olanaklıdır. Örneğin;

- i. Aksi takdirde işsiz kalacak olan pek çok kişi kayıt dışı ekonomi sayesinde (verimsiz çalışma ve düşük ücret pahasına da olsa) istihdam edilmiş olmaktadır. Bu işlev bir tür toplumsal sigorta gibi düşünülebilir. Bir başka deyişle kayıt dışı ekonomi yarattığı istihdam olanaklarıyla "mutlak" yoksulluğun azalmasında etkili olabilir.
- ii. Yapılmamasında devlet bürokrasisinin önemli rol oynadığı işler gerçekleştirilmiş olmaktadır.
- iii. Kamu personeline ikinci bir işle iştigal etmeleri sebebiyle ek gelir olanağı sağlanmış olmaktadır.
- iv. Vergi ve sosyal güvenlik primi gibi ödemelerin yapılmaması nedeniyle önemli bir maliyet avantajı olduğundan, bu durumun iç ve dış piyasalarda rekabet avantajı sağlayacağından söz edilebilir.

Altuğ (1994) ise gayri resmi ekonominin yararlı yönlerini ele alırken, üretim maliyetlerinin ve satış fiyatlarının düşük gerçekleşmesi, bu durumun da kayıtdışı ekonomiye iç ve dış pazarlarda rekabet gücü kazandırması; daha fazla iş olanağının sağlanması; devlet tarafından etkin bir şekilde kullanılmayan vergi gelirlerinin özel kesim tarafından devletten kaçırılarak kaynakların daha etkin kullanılması hususlarına atıf yapmaktadır. Yine, Altuğ aynı çalışmasında, devletin bastığı para ve aldığı borçların kayıtlı ekonomiden kayıtdışı ekonomiye transfer edildiğinde, çoğaltan etkisi yaratarak tasarrufların yatırıma dönüşme hızını, oranını ve büyüme hızını artırdığını, kayıtdışı ekonomide yaratılan gelirlerin kayıtlı sektöre aktararak kayıtlı ekonomiye kaynak sağladığını da belirtmektedir.

## **REKABET Dergisi**

Diğer taraftan Toptaş (1998: 77-78) gayri resmi ekonominin yararlarını şu şekilde belirtmektedir:

- Ekonomiye rekabet gücü kazandırması, ekonomide canlılık yaratarak istihdamı artırması, ekonomiye dinamizm kazandırarak sermaye birikimi ve büyümeyi hızlandırması, ekonomide supap işlevi görerek sosyal patlamaları engelleyici istikrar unsuru taşıması,
- Üretim maliyeti düşük olması nedeniyle satış fiyatının düşük gerçekleşmesi ve ürünlerin yurtiçi ve yurtdışında rekabet gücü kazanması,
- Üretimin artış göstermesi nedeniyle ekonominin arz kapasitesini olumlu etkilerken, üretimin ucuz olmasının da genel talebi olumlu etkilemesi,
- Kayıt dışı üretim resmi ekonomiye paralel olarak faaliyet gösterdiğinden resmi sektörde oluşacak olumsuz konjonktürel dalgalanmaların etkilerinin de kayıtdışı sektör yardımıyla minimuma indirgenmesi,
- Kayıt dışı ekonomide kullanılan fonların yaratacağı çoğaltan etkisinin, kamusal düzenlemelerin olmaması nedeniyle kayıtlı ekonomiden daha fazla olması ve bunun da tasarrufların yatırıma kayma hızını ve oranını artırması sonucunda ekonominin canlılık kazanarak büyüme hızının yükselmesi,
- İstihdam yaratıcı unsurlar taşıdığından kayıt dışı ekonominin yoksulluğu hafifletmesi ve gelir dağılımına olumlu katkıda bulunması, bunun sonucunda da sosyal patlamaların engellenmesi.

Bunlara ilave olarak gayri resmi sektörün kayıtlı sektörü disipline edici bir yönü olabileceği ve fiyatların fazla artmasını önleyebildiği belirtilmektedir.

### **b. Zararları**

Büyük ve hızla genişleyen bir gayri resmi ekonomi işsizlik oranları, tasarruf oranları, üretim ve fiyat seviyesi gibi ekonomik parametrelerin tahminlerinde sistematik sapmalara yol açabilir. Bireylere, firmalara ve politika yapıcılara yayılan sistematik sapmalı bilgi yalnızca ekonomik faaliyetin algılanışını çarpıtmayacak aynı zamanda gerçekleşecek davranışlarını da etkileyecektir. Ekonomik ajanların, kendi kararlarını kamunun kullanıma açılmış bilgilere dayandırmaları durumunda, yanlış bilgiler ekonomik ajanların kusurlu davranışlar sergilemelerine neden olabilir. Benzer şekilde, makroekonomik politikaların bu tip sapmış bilgilere dayanması durumunda, iyi niyetli politikalar beklenmeyen sonuçlara yol açabilir. Bu tip bilgileri kullanan ampirik çalışmaların sonuçları da bilgilerdeki sapmalardan etkilenecektir (Feige, 1990: 8-9).

## REKABET *Dergisi*

Gayri resmi ekonominin varlığı ve giderek genişlemesi 3 önemli sorunun ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Frey ve Schneider, 2000: 1):

- i. Resmi istatistiklerin kullanılması durumunda bireylerin, hane halkının ve ülkelerin ekonomik ve sosyal durumları sapmalı bir şekilde değerlendirilmiş olur. Sonuç olarak makro ekonomik ve sosyal politikalar gereğinden fazla genişletici olabilir.
- ii. Gayri resmi faaliyetler vergilendirilemediği için vergi gelirlerinde bir kayıp ortaya çıkar.
- iii. Son olarak da, gayri resmi ekonominin varlığı, devlet ile bireyler arasında sağlıksız bir durumun ortaya çıkmasına yol açar. Vergi mükelleflerine sağlanan kamu hizmetleri ile bu mükelleflerin yapmış oldukları katkının orantısız olması mükellefleri tatmin etmeyerek onları da gayri resmi alana itebilir. Böyle bir reaksiyon sonucunda ise ekonomi ve toplum için gerekli olan kamu mallarının finansmanında devletin zor duruma düşmesinden korkulmaktadır.

Gayri resmi ekonominin zararları konusunda Altuğ (1994) ve Toptaş'ın (1998) çalışmalarında da benzer hususlara değinilmektedir.

Bu zararlı yönleri ek olarak Kırbaş (1995: 24) gayri resmi ekonominin optimum büyüklükte işletme oluşumunu engellendiğinden bahsederek, küçük işletmelerin kayıtdışıya daha elverişli olduklarından, dolayısıyla optimum, ekonomik çalışabilecek birimlerin gereksiz yere küçülmeye sevk edileceğinden ve kayıtdışıya uygun bir ortam yaratılacağından söz etmektedir.

Ayrıca kayıtdışı ekonomide, vergi ödenmesi ve diğer kamusal düzenlemelere uyulmaması nedeniyle daha ucuza üretim yapılması, ekonomiye canlılık kazandırmakla birlikte kayıtlı işlemlerle kayıtdışı işlemler arasında haksız rekabete neden olmaktadır. Zamanla kayıtlı işletmelerin ya üretimden çekilmesi ya da üretimlerini kayıtdışıya kaydırmasına neden olan bu gelişme ise kayıtdışı ekonominin boyutlarının büyümesi anlamına gelmektedir. Kayıtdışı ekonominin kamusal fonlara katkısı yalnızca dolaylı vergiler ya da enflasyon vergisi yoluyla olmaktadır ki bu vergileri kayıtlı işletmeler de ödemektedirler. Oysa, kayıtdışı sektör de kamusal fonların oluşumuna katkısı çok az olmakla birlikte, devlet tarafından üretilen hizmetlerden yararlanmaktadır.

Kayıtdışı ekonomideki önemli maliyet unsurlarından biri olan sosyal güvenlik primlerinin kayıtdışı sektörde ödenmemesi de bu firmalara önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu durum kayıtlı firmalarla kayıtdışı firmalar arasındaki haksız rekabeti artıran bir unsur olduğu gibi, sosyal güvenlik sisteminde

## **REKABET Dergisi**

de bozulmalara yol açmaktadır. Bunun yanı sıra, etik değerler üzerinde erozyon meydana getirildiği de konuyla ilgili olarak ayrıca belirtilmesi gereken bir husustur.

### **5. GAYRİ RESMİ EKONOMİ VE REKABET**

Bu bölümde kayıt dışı ekonominin piyasalardaki rekabet ve rekabet kurallarının etkin bir şekilde uygulanması üzerindeki etkileri, piyasaları yakından takip eden Rekabet Kurulu'nun çalışmada yer verilen kararları göz önünde bulundurularak, literatüre atıflar yapılmak suretiyle ele alınacak ve değerlendirilecektir.

Gayri resmi sektörün çok dinamik bir sektör olması sebebiyle devlet kurumlarınca bu tip faaliyetlerde bulunanlar güçlükle tespit edilebilmektedir. Nitekim tarafların ilişkilerinde yazılı kayıt kullanmamaları, genelde alım satım ilişkilerini yazıya dökmekten çok sözlü olarak yapmaları söz konusu tespit güçlüğünü artıran etkenler arasındadır. Mikro ekonomik bakımdan, gayri resmi ekonomide yer alanlar görece girdi ve çıktı fiyatları ile farklı şekillerde karşılaştıkları için, resmi ekonomide yer alan firmalara göre farklı dönüşüm ve işlem maliyetleri ile karşılaşır. Bunun sonucunda da, kaynak tahsisi ve dağılımı etkilenecektir. Raporlanmayan gelirin boyutu ve büyüklüğü hakkında ampirik bilginin bulunmadığı bir ortamda ekonomik politika değişikliklerinden gerçekte yararlanan ve zarar görenlerin tespit edilmesi zordur (Feige, 1990: 7).

Vergi gelirlerindeki yetersizlikler kamu harcamalarının finansmanında borçlanma ve para basımı yollarına gitmeyi zorlamakta bu da enflasyonist açığı sürekli genişletmektedir. Özellikle borçlanma yoluyla özel sektörün üretken yatırımlarına gidebilecek fonlarını kamu kesimine aktarmak ve bunları özel sektörden daha verimsiz kullanmak, büyüme hızlarını sürekli düşürmekte ve ekonomik istikrarsızlıklara yol açmaktadır (Kıldış, 2005: 1). İstikrarsız bir ekonomik yapıda da yatırım ortamı belirsizdir. Bu durum, aynı zamanda rekabetçi olmayan piyasa yapılarının ortaya çıkmasına da yol açmaktadır. Sonuçta, rekabet otoritesi yapısal bozuklukları bulunan bir ekonomik yapıda rekabet politikasından beklenen etkinliği sağlamaya çalışmak zorunda kalmaktadır.

Hükümetler, yüksek vergi oranlarının etkisini hafifletmek için vergi muafiyeti ve istisnası uygulamasına giderler. Bu durumda da vergi adaleti gittikçe bozulur. İstisnalardan yararlanamayanlar kendilerinin de daha az vergi verebileceklerini düşünerek vergi kaçakçılığı yoluna gidebilirler. Doğal olarak istisna ve muafiyet uygulamaları rekabet eşitsizliğine de sebep olmaktadır (Kıldış, 2005: 5). Dolayısıyla devlet yardımlarının (vergi teşvik ve indirimleri de dahil olmak üzere), piyasalardaki rekabetçi yapıyı bozmayacak şekilde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu sayede, firmalar arasındaki rekabetçi yapı

## **REKABET Dergisi**

bozulmadığından, firmaların kendileri arasındaki rekabetçi yapıyı tesis etmek için gayri resmi sektöre kaymaları önlenmiş ve piyasaların rekabetçi yapısını bozabilecek yeni bir durumun içine girilmemiş olacaktır.

Esasen kayıt dışı ekonominin ekonomik manada sebep olduğu en önemli sorunlardan birisi rekabet ile ilgilidir. Kayıt dışı ekonomi kapsamında faaliyet gösteren birimler diğerlerine oranla daha az veya hiç vergi vermedikleri için rekabet üstünlüğüne sahip olmakta ve işlerini büyütme imkanını bulmaktadır. Bu durum, rekabet eşitsizliğini doğurmaktadır. Daha da önemlisi vergilerini tam ödeyen mükellefler de rekabet edebilmek için diğerlerini takip etmek zorunda kalmaktadır. Bu durumun da kayıtdışı gün geçtikçe artırdığı bir gerçektir (Kildiş, 2005: 21).

Özel İhtisas Komisyonu Raporunda da belirtildiği gibi, kayıtdışı ekonominin faaliyet alanları yasal alanlar olsa dahi, genel olarak gelişmesi amaçlanmayan faaliyetler olduğundan kaynakların arzulanmayan sektörlerle yönelmesine yol açarak ekonomik verimliliğin düşmesine neden olmakta, yarattığı sosyal sorunların yanında vergilendirilmeyen bir alan olması nedeniyle de kamu gelirlerine bir katkı sağlamamaktadır. Ayrıca, benzer mal ve hizmet üretiminde bulunan kuruluşlar arasında kayıt içi – kayıt dışı kesimde faaliyet göstermelerine bağlı olarak da haksız rekabete yol açmakta, rekabetçi bir piyasa yapısının oluşmasını olumsuz yönde etkilemektedir. (DPT, 2001: 1)

Gayri resmi ekonomiye ait bilgiler resmi istatistiklerde yer almadığı için rekabet otoriteleri tarafından bu verilerin kullanılması bir takım sorunlara yol açabilmektedir. Şöyle ki; piyasada yer alan teşebbüslerin kimliği ve faaliyetlerinin büyüklüğü hakkında kesin veriler elde etmeden hesaplanan pazar payları piyasanın gerçeklerini yansıtmayacaktır (Kovacic, 2005: 7). Nitekim hakim durumda olmayan bir teşebbüsün kayıtdışı sektörün hesaba katılmadığı bir pazarda hakim durumda olduğu değerlendirilmesi yapılabilecektir.

Diğer yandan gayri resmi ekonominin bulunduğu sektörlerde faaliyet gösteren ve kayıt içinde çalışan teşebbüsler, içinde buldukları haksız rekabet uygulamalarına karşı bir araya gelmek suretiyle fiyat anlaşmaları yapabilmektedir. Yine benzer şekilde bu kapsamdaki haksız rekabet uygulamaları nedeniyle teşebbüslerin bağlı oldukları meslek örgütleri fiyat anlaşmalarına ön ayak olabilmekte veya tavan ya da taban fiyat açıklayabilmektedir. Bu gibi durumlar ise rekabet otoritelerinin karar alma süreçlerinde sıkıntıya girmelerine neden olabilmektedir. Nitekim anılan duruma benzer bir durum olsun ya da olmasın teşebbüs temsilcileri sıklıkla savunmalarında piyasadaki kayıtdışılığın kayıt içinde olan teşebbüslerin pazar davranışlarını etkilediğini belirtmektedirler.



## **REKABET Dergisi**

Ayrıca rekabet otoriteleri tarafından ceza takdir edilirken dikkate alınan cironun içerisinde kayıtdışı yapılan işlerin olmaması rekabet ihlali sonucunda verilen cezanın caydırıcılığını ortadan kaldırabilecektir. Bunun doğal bir neticesi olarak yaptırımın etkisinin olmaması, teşebbüslerin benzer yeniden eylemler içinde yer alması sonucunu doğurabilecektir.

Yine benzer şekilde, pazar paylarının ve ciroların eşik olarak belirlendiği birleşme/devralma gibi incelemelerde, kayıt dışı ekonominin varlığı, rekabet otoritelerinin sağlıklı sonuçlara ulaşması yönünde engel teşkil edebilecektir. Şöyle ki; kayıt dışı ekonomi nedeniyle pazar payı düşük görülen teşebbüsler arasında gerçekleşen bir birleşme/devralma işlemi pazardaki yoğunlaşmayı görünenden daha fazla etkileyebilecektir. Aynı şekilde, esasında pazardaki kayıtdışılık nedeniyle piyasada etkisi olmayacak olan bir birleşme - devralma pazarı önemli oranda etkileyecekmiş gibi gözükülebilecektir. Ancak belli bir ölçüğe ulaşan teşebbüslerin genellikle kurumsallaşması ve kayıtdışılığı terk etmesi değerlendirmeler açısından olumlu bir durumdur.

Yapılan incelemelerde kayıt dışı ekonominin marka bağımlılığı ve imajı düşük, arz fazlası ve atıl kapasitesi yüksek olan ve düşük sermaye yatırımı gerektiren sektörlerde daha sık görüldüğü gözlemlenmiştir. Nitekim bir görüşe göre; kayıt dışı ekonomi, giriş engellerinin olmadığı pazarlarda ortaya çıktığı için (düşük sermaye yoğunluğu ihtiva etmesi nedeniyle) tam rekabet pazarlarına yakın piyasaların oluşmasını ve fiyatların aşağıya doğru çekilmesini sağlamaktadır (Elkan, 2005). Halbuki, kayıt dışı ekonominin aynı zamanda arz fazlasının ve atıl kapasitenin yüksek olduğu pazarlarda görülüyor olmasından hareketle, mümkün olduğu kadar fazla sayıda teşebbüsün pazarda olması değil, optimum sayıda teşebbüsün piyasada rekabetçi bir şekilde davranması sağlanmalıdır. Aksi takdirde kayıt dışı üretime yönelim eğilimi artabilmektedir.

Diğer yandan kayıtdışı üretim yapan ve yasal olan ürünleri üreten teşebbüsleri, kayıtlı olmakla birlikte sosyal güvenlik, fatura gibi yükümlülüklerini yerine getirmeyen teşebbüsler ve hiçbir kaydı olmayan teşebbüsler olarak ayırdığımızda özellikle ikinci grup teşebbüsler tarafından üretilen ürünlerin kayıtlı firmalarca üretilen ürünlere karşı önemli bir fiyat avantajına sahip olduğu söylenebilecektir. Ancak fiyatının daha düşük olmasına ve tüketicilerin bundan yararlanıyor olmasına karşın ürünle ilgili bir sorun çıkması durumunda tüketicilerin muhatap olabilecekleri bir merciinin bulunmaması olayın başka bir boyutunu ortaya çıkarmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde uygun rekabet politikalarının uygulanmasının, bu ülkelerin ekonomik gelişmelerine olumlu katkılarda bulunacağı yadsınamaz bir

## **REKABET Dergisi**

gerçektir. Ancak, bu ülkelerde büyük bir gayri resmi ekonominin varlığı etkin bir rekabet politikasının uygulanması sonucunda elde edilmesi beklenen potansiyel faydaların sınırlandırılmasına yol açar (Cernat, 2004: 15).

Bu bağlamda, kayıtdışı sektörle ilgili bir başka boyut uluslararası örgütlerden gelişmekte olan ülkelere yapılan kayıtdışı ekonomiyi küçültme çağrılaridir. Ticaretin serbest olarak yaşandığı günümüzde gelişmekte olan ülkelere ait teşebbüslerin çok uluslu dev teşebbüslerle aynı pazarda rekabet edebilmesine olanak sağlayan unsurlardan bir tanesi kayıtdışına yönelme olabilmektedir. Bu ise tartışılması gereken bir olgu olarak görülmektedir. Bir yandan milli ekonomi çerçevesinde ulusal şirketlerin piyasada var olması hususu, diğer yandan pazardaki rekabetçi yapıyı canlandırmak için yabancı sermayenin çekilmesi için kayıtdışılığın en aza indirilmesi olgusu ikili bir yapıyı gündeme getirmektedir.

Ayrıca söz konusu unsurun yatırım ortamının iyileştirilmesi olgusu ile de doğrudan bir ilişkisi bulunmaktadır. Bir sektöre yatırım yapacak olan teşebbüslerin pazara girme kararlarında dikkate alacakları hususlar arasında o piyasadaki kayıtdışılık gelmektedir. Özellikle halka açık veya uluslararası şirketlerin kayıt içinde kalmaya özen gösterdikleri ve bu teşebbüsler tarafından yapılan yatırımlarda söz konusu noktanın göz önünde bulundurulduğu görülmektedir. Nitekim sektörde kayıtdışı üretim olması teşebbüslerin üretim planlarında belirsizlikler meydana getirebilmektedir.

Kayıtdışı sektörle ilgili olarak öne sürülebilecek görüşlerden biri de kayıtdışı faaliyet olan pazarların düşük sermaye yatırımı gerektirmesi ve giriş engelleri olmamasından hareketle bu piyasalarda hakim durumdaki bir teşebbüsün faaliyet göstermeyeceğidir. Her ne kadar teorik olarak bu görüş tutarlı olsa da ülkemiz uygulamalarında hakim durumda olan teşebbüslerin bulunduğu pazarlarda çeşitli gerekçelerle kayıtdışı üretimin olduğu ya da yurtdışından kaçak yollarla ürün sağlandığı görülmektedir. Dolayısıyla kayıtdışı uygulamalar birçok pazar yapısında ortaya çıkabilmektedir.

Karlinger (2003: 2-3) çalışmasında, gayri resmi ekonomide faaliyet gösteren bir firmanın girdileri daha düşük bir fiyata edinebileceğini, böylece resmi ekonomide faaliyet gösteren bir firmaya nazaran değişken maliyetlerini düşüreceğini belirtmektedir. Çalışmada ayrıca gayri resmi olarak faaliyet gösteren bir firmanın bu maliyet avantajlarını tüketicilere yansıtacağı ve bu durumun da piyasa fiyatını ve rakiplerinin karını düşüreceği ifade edilmektedir. Bütün bunların sonucu olarak da resmi ekonomide faaliyet gösteren firmanın ya piyasadan çıkması ya da onun da gayri resmi ekonomiye geçmesi beklenebilir. Belirtilen bu

## **REKABET Dergisi**

iki sonuç da rekabet politikasının etkin bir şekilde uygulanmasını engelleyebilecek sorunlardır.

### **6. REKABET KURULU KARARLARINDA GAYRİ RESMİ SEKTÖR**

Bu bölümde Rekabet Kurulu'nun gayri resmi / kayıt dışı ekonomiye yer vermiş olduğu kararlarına yer verilecektir. Kararlar incelendiğinde, Rekabet Kurulu'nun bazı kararlarda kayıtdışı ekonomiyi dikkate alarak değerlendirme yaptığı, bazı kararlarda ise kayıtdışıyla yalnızca değinmekle yetindiği görülmektedir.

#### ***ATAŞ Öneruşturması<sup>6</sup>***

Anadolu Tasfiyehanesi A.Ş. (ATAŞ) ortaklarının, Akaryakıt Ana Dağıtım Şirketi bünyesindeki akaryakıt dağıtım şirketlerine ürün arzını reddetmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği iddiasına yönelik olarak yapılan incelemede, akaryakıt pazarında otomatik fiyatlandırma mekanizmasının yürürlüğe girmesi ve fiyatların uluslararası fiyat hareketlerine bağlanmasının ardından kârlılık ile ilgili sorunun halledilmiş olmasına karşılık son yıllarda hızla artan sınır ticareti ve LPG kullanımının rafinelerin üretim planlamaları ile ilgili büyük sorunlar ortaya çıkardığı tespit edilmiştir. Ayrıca dağıtım sektörünün %20'lere kadar ulaşan bir bölümünün sınır ticareti<sup>7</sup> ve çeşitli depo uygulamaları nedeniyle **kayıtdışı** hale gelmesinin rafinelerin üretim planlarında belirsizlikler meydana getirdiği, bunun da girişimcilerin yeni rafineri kurmasına ya da mevcut rafinerilerin daha etkin bir hale getirilmesine yönelik yatırımları engellediği görülmüştür. Sonuç olarak bu durum pazarın daha rekabetçi bir yapıya ulaşması önünde bir engel oluşturmaktadır.

#### ***Bodrum Su Kararı<sup>8</sup>***

Bodrum ilçesinde faaliyet gösteren içme suyu satıcılarının 5.4.2000 tarihli toplantı ile almış oldukları kararlar sonucu tüketici aleyhine tekelleşmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'a aykırı faaliyetlerde buldukları iddia edilmiştir. Bu kapsamda ilgili ilçede faaliyette bulunan teşebbüslerin bir araya gelmek suretiyle imzaladıkları protokolde, beldelerdeki ve ilçe merkezindeki bayilerin hangi bölgelerde ne şartlarla satış yapacaklarını düzenleyen 2. ve 3. maddeleri ile su satışını düzenleyen 7. maddenin teşebbüsler arası bir fiyat ve pazar paylaşımı

<sup>6</sup> 19.9.2000 tarih ve 00-35/384-214 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

<sup>7</sup> Komşu ülkelerin sınır yörelerinde karşılıklı olarak zorunlu ihtiyaçlarını karşılamak üzere gerçek kişiler aracılığıyla yapılan ticarettir. Söz konusu ticaret şekli tıpkı bavul ticareti gibi kayıt dışı ekonomi kapsamında değerlendirilebilmektedir.

<sup>8</sup> 22.1.2002 tarih ve 02-04/39- 20 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

## REKABET Dergisi

anlaşması niteliğinde olduğu kanısına varılmıştır. Ancak protokolün diğer maddeleri ve genel amacı da kararda göz önüne alınmıştır. Bu çerçevede, kayıt dışı çalışanları tespit edebilmeyi ve diğer bazı benzer maddelerle protokolün ortak bir takım amaçlara ulaşmayı ve piyasayı düzenlemeyi öngören hükümler ihtiva ettiği ortaya çıkmaktadır. Nitekim söz konusu madde şu şekildedir:

*“...Hiçbir mükellefiği olmayan, sermayesi sadece arabası olan insanların korsan su satışlarını engellemek için, kiralık araç kullanılmaması uygun görülmüştür. Bu tür uygulamalara meydan veren bayiler deşifre edilecek ve görevli mercilere şikayette bulunulacaktır...”*

Bu çerçevede teşebbüs savunmalarında protokolün tek amacının **kaçak ve sağlıksız su satışının engellenmesi** olduğu ifade edilmiş, Rekabet Kurulu da ceza takdir ederken teşebbüslerin piyasayı düzenleme amaçlarının bulunmasını ve **pazardaki kayıt dışı yapıyı** dikkate almıştır. Bu kapsamda diğer başka hafifletici nedenlerle birlikte anlaşmaya katılan 14 teşebbüsün tüzel kişiliği olmayan bir teşebbüs birliği olduğundan hareketle Kurul asgari oranda cezayı söz konusu teşebbüs birliğine vermiştir.

### **Karbogaz Kararı**<sup>9</sup>

Karbogaz Karbondioksit ve Kurubuz San. A.Ş.’nin (Karbogaz) 4054 sayılı Kanun’u ihlal edici nitelikte, müşterileriyle uzun dönemli münhasırlık hükümleri içeren sözleşmeler akdetmek suretiyle ilgili pazarda rekabeti ortadan kaldıracı faaliyetlerde bulunduğu iddiasına yönelik olarak yapılan değerlendirmede, pazarda hakim durumda olduğu tespit edilen Karbogaz bu tespite itiraz amacıyla pazar payının %50’ler civarında ve belirlenen miktardan daha düşük olduğunu savunmuştur. Bu farkın ise ülkemizde **kayıtdışı ekonominin** önemli bir sorun olmasından bahisle, rakip şirketlerin **faturasız olarak gerçekleştirilen satışlarının** gerçek rakamlara yansımamasından ve bu nedenle **rakiplerin pazar payının olduğundan daha düşük** seviyelerde görünmesinden kaynaklandığı ileri sürülmüştür.

### **Turkuaz Öneraştırması**<sup>10</sup>

Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş. tarafından su pazarında rakiplerin pazara girişini engellemek ve faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Kanun’u ihlal edildiği iddiasına yönelik olarak yapılan öneraştırmada özellikle nihai satış noktalarında yapılan incelemelerde su pazarında, gazlı içecekler pazarına

<sup>9</sup> 23.8.2002 tarih ve 02-49/634-257 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

<sup>10</sup> 23.1.2003 tarih ve 03-06/59-21 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

## **REKABET Dergisi**

oranla marka imajı ve bağımlılığının yüksek olmadığı gözlemlenmiştir. Ayrıca su pazarında rekabetin yoğun olarak yaşandığı, bununla birlikte piyasada **kayıtdışı faaliyet gösteren firmaların** bulunduğu ve bunun da sektöre özel bir sorun olarak gündeme geldiği ifade edilmiştir.

### **Seramik Soruşturması<sup>11</sup>**

Seramik kaplama malzemeleri ve/veya seramik sağlık gereçleri pazarlarında faaliyet gösteren 32 teşebbüsün, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin tespit edilmesine yönelik yapılan soruşturmada, teşebbüs temsilcilerinin bir araya gelmek suretiyle yaptıkları toplantılarla ilgili belgelerden birinde, seramik sağlık gereçlerinin dünyada kapasite fazlası olan bir sektör olduğu, Uzak Doğu ve Rusya'daki krizlerin talep daralması yarattığı, Avrupa Birliği ülkelerinin doymuş pazarlar olduğu, Türkiye'de yatırımların bu koşullara rağmen devam ettiği, ihracat fiyatlarının düşük, iç piyasalarda vadelerin çok yüksek olması nedeniyle net fiyatların ihracat fiyatlarına geldiği, artan kapasitelerin pazar daralması nedeniyle fiyatları devamlı aşağı çektiği, bu koşullarla baş edebilmek için **kayıtdışı çalışarak haksız rekabet yaratan kuruluşlarla** yoğun mücadelenin sürdürülmesi ve yatırım kararlarının daha sağlıklı olarak alınmasının gerekli olduğu belirtilmiştir.

Yine bir başka belgede ise sektörde **kayıtdışı ekonomiyi kullanarak büyüyen** önemli bir kesimin bulunduğu, bunun yasalara uygun, ekonominin kurallarına göre yaşamını sürdüren kuruluşları zor durumda bıraktığı, bu nedenle haksız rekabet ile mücadelenin kurulan birliğin en önemli konusu olduğu ve üyeleri koruyarak haksız rekabeti önleyecek yöntemlerin gereken uzlaşma sağlanarak belirlenebileceği ifade edilmiştir.

### **Arçelik A.Ş.–Sony Eurasia Pazarlama A.Ş. Menfi Tespit/Muafiyet Bildirimi<sup>12</sup>**

Arçelik A.Ş. ile Sony Eurasia Pazarlama A.Ş. arasındaki satış sözleşmesine menfi tespit verilmesi veya muafiyet tanınması talebi ile yapılan başvuruda ilgili pazar değerlendirmesinde Sony markalı çeşitli ürünlerin **kayıtdışı yollardan** Türkiye pazarında satıldığı belirtilmektedir.

### **Turkcell Kararı<sup>13</sup>**

<sup>11</sup> 24.2.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

<sup>12</sup> 19.11.2004 tarih ve 04-72/1049-261 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

<sup>13</sup> 8.4.2004 tarih ve 04-25/272-59 sayılı Rekabet Kurulu kararı

## REKABET Dergisi

Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. tarafından Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. ile Turkcell Abone Merkezleri ve Turkcell Abone Noktaları arasında yapılan bayilik sözleşmelerinde 20.7.2001 tarih, 01-35/347-95 sayılı Rekabet Kurulu kararı ile münhasırlığa ilişkin hükümlerin kaldırılmasını öngören düzenlemelerin yerine getirilmemesi nedeniyle Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.'ye süreli para cezası tahakkuk ettirilmesi kararında da ülkeye kaçak yollarla cihaz girişinin sağlıklı bir pazar payı verilmesinin önünde engel teşkil ettiği teşebbüs temsilcilerince dile getirilmiştir.

### Gaziantep Ekmek Soruşturması<sup>14</sup>

Gaziantep Fırıncılar Odası tarafından taahhütnameler düzenlemek yoluyla ekmek piyasasındaki rekabetin engellendiği ve TESK ile Türkiye Fırıncılar Federasyonu tarafından ekmekte taban fiyatın belirlendiği iddiasına yönelik olarak yürütülen soruşturmada elde edilen ve soruşturma kapsamında oldukça önem taşıyan belge aşağıdaki hükümleri içermektedir (29 Nolu Genelge).

*“Federasyon Yönetim Kurulu 27.2.2002 tarihinde “ekmek maliyet taban fiyatları hakkında aşağıdaki kararı almıştır. ... Söz konusu talep Konfederasyon Yürütme Kurulu’na incelenmiş ve esnaf sanatkarlarımızca üretilen mal ve hizmetin maliyet bedelinin altında satışa sunulmasının, **kayıtdışı çalışma ve çalıştırma**, düşük kaliteli ve sağlık koşullarına uygun olmayan mal ve hizmetleri oluşturma vb. nedenlerden meydana geldiği anlaşılmaktadır. Odalarımızca hazırlanan ve Birliklerimizce onaylanan ekmeğe ilişkin ücret tarifelerinde bu fiyata da yer verilmesi ilgili esnaf ve sanatkarlarımızın mağduriyetini önleyeceği gibi onları haksız rekabetten de koruyacağı için uygun mütalaa edilmiştir. Bu nedenle, yalnızca ekmek tarifeleri ile sınırlı olmak kaydıyla ekmeğin azami satış fiyatı ile birlikte ekmeğin maliyet (taban) fiyatının da tespit edilmesi ve tespit edilen bu fiyatın ekmek ücret tarifelerinde yer alması Konfederasyonumuzca uygun bulunmuştur.”*

Bu ifadeler pazardaki çalışma koşulları ve rekabetin yapısı hakkında özellikle soruşturma sürecinde raportörlerce yapılan önemli tespitlere işaret etmektedir. Kararda “...tüm Türkiye için genellenmesinde sakınca olmayacağı düşünülen bu tespitlere göre, asıl olarak **pazarda gerçek anlamda bir rekabetin varlığından** söz etmek mümkün değildir...” ifadesi yer almaktadır. Pazarda, hiçbir **kanuni yükümlülüğü yerine getirmeksizin** faaliyetini sürdüren

<sup>14</sup> 7.1.2005 tarih ve 05-02/18-9 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

## **REKABET Dergisi**

sayısız teşebbüs bulunduğunun, daha da önemlisi denetlemelerin sağlıklı bir şekilde sürdürülmediğinin bizzat denetleyici merciler tarafından dile getirildiğine yönelik tespitler yapılmıştır. Bu durum incelenmiş, fırınların hemen hepsinin atıl kapasite ile çalıştığı verisinden hareketle, pazarın ekonomik rasyonaliteden iyiden iyiye uzaklaştığına yönelik gösterge niteliği taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca söz konusu pazar yapısı ceza takdirinde hafifletici bir neden olarak değerlendirilmiştir.

### **Ülker Grubu Önarastırması<sup>15</sup>**

Ülker Grubu ve/veya distribütörleri tarafından satış noktaları ile imzalanan Özel Statü Müşteri sözleşmeleri ile ilgili pazarda rekabetin ihlal edildiği iddiası üzerine önarastırma yapılmıştır. Kararın sektöre ilişkin genel bilgiler bölümünde bisküvi, kek, çikolata, çikolata kaplamalı ürünler, şekerleme ve sakız alt başlığı altında özellikle bisküvi ve çikolata kaplamalı ürünler bakımından sektörde “**merdiven altı**” tabir edilen sağlığa uygunluk koşulları gözetilmeden **kayıtdışı olarak yapılan** üretimin oldukça yaygın olduğu belirtilmektedir. Yine benzer şekilde süt ve süt ürünleri alt başlığı kapsamında **kayıtdışı üretimin** %70 civarında olduğu ileri sürülmektedir.

### **Çilek Mobilya Muafiyet Başvurusu<sup>16</sup>**

Çilek Mobilya ile çeşitli mobilya üreticileri arasında imzalanan “Çilek Grubu Markası Kullanım Protokolü”ne menfi tespit/muafiyet tanınmasına yönelik olarak yapılan başvuruda ilgili pazar değerlendirmelerinde, çoğu küçük atölyelerden oluşan mobilya sektöründe %85’ler seviyesindeki **kayıtdışı faaliyetler** nedeniyle ayrıntılı bir envanter çalışmasının ve yapısal analiz yapılmasının istatistiksel bir güvenle rekabet koşullarını değerlendirme olanağını ortadan kaldırdığının ve yapılan değerlendirmelerin, bazı sınırlı düzeydeki bulgulara dayandığının altı çizilmiştir. Bu çerçevede atıl yatırım, kapasite kullanımı, bilgi birikim yetersizliklerinin ve branşlaşamamanın temel sorunlar olarak ortaya çıktığı, bunların da beraberinde maliyet ve kalite sorunlarını gündeme getirdiği vurgulanmıştır.

### **Monsanto/Seminis Inc. Devralma İşlemi<sup>17</sup>**

Monsanto Company’nin çeşitli sebze ve meyve tohumcuğu alanında faaliyet gösteren Seminis Inc.’in hisselerinin tümünü devralması işleminde

<sup>15</sup> 2.6.2005 tarih ve 05-38/487-116 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

<sup>16</sup> 13.6.2005 tarih ve 05-39-520-128 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

<sup>17</sup> 7.4.2005 tarih ve 05-22/260-71 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

## REKABET Dergisi

sektörün esas sıkıntısının devralma işleminden çok **kaçak üretim** olduğu iddia edilmiştir.

### LPG Kararı<sup>18</sup>

Haklarında soruşturma yapılan 7 adet teşebbüsün Adıyaman ili LPG pazarında faaliyet gösteren yerel firmaları piyasa dışına çıkarma amacıyla rekabeti sınırlayıcı anlaşma yaparak 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiklerine dair yapılan soruşturmada, ulusal çapta faaliyet gösteren LPG firmalarının anlaşmak suretiyle maliyetin altında bir fiyatla ürün satışına başladıkları, bunun ise yerel firma bayilerinin faaliyetlerini durma tehlikesi ile karşı karşıya bıraktığı ileri sürülmüştür. Yapılan incelemelerde soruşturma tarafı teşebbüslerin gerçekleştirdikleri toplantılarda aşağıdaki ifadelerin yer aldığı görülmüştür: "... illerinde faaliyet gösteren, bu illerde kazanmış oldukları paralarla yayılcılık politikasını sürekli genişleten, tebliğ ve yasalara aykırı olarak **tamamen korsan çalışan**, bölge pazarını tehdit eden yerel firmalarla mücadele etmenin, bu firmaların ekonomik açıdan bitirilmesi gerektiği görüşü hasil oldu..."

### Çaykur Soruşturması<sup>19</sup>

Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün (Çaykur) bayilik sistemi vasıtasıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ve Yekeler Gıda Ticaret San. Ltd. Şti.'nin (Çaykur bayisi) mal vermeyi reddetme eylemi ile aynı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettikleri iddiasının değerlendirilmesine yönelik soruşturmada **kaçak çayın** pazarda oldukça yaygın olduğu vurgulanmıştır. Bu kapsamda Yekeler Gıda Ticaret San. Ltd. Şti.'nin hakim durumda olmadığı bunun gerekçesinin ise **bölgede kaçak çayın tüketiminin fazla olduğu**, nitekim kaçak çayın toplam tüketimin %50'sine tekabül ettiği ileri sürülmüştür.

## 7. ÖNERİLER VE SONUÇ

Gayri resmi ekonomi sanayileşmiş ve gelişmiş ülkelerde de görülen karışık bir olgudur. Kayıtdışı ekonominin bir takım yararları olsa dahi pazarların yapısını olumsuz bir şekilde etkilediği de bir gerçektir. İnsanlar, başta devletlerin

<sup>18</sup> 26.11.1998 tarih ve 93/750-159 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.

<sup>19</sup> 30.9.2004 tarih ve 04-63/930-222 sayılı Rekabet Kurulu Kararı.



## **REKABET Dergisi**

özellikle vergi ve düzenleme faaliyetleri olmak üzere, çeşitli nedenlerle gayri resmi ekonomide yer almaktadırlar. Gayri resmi ekonomiyle mücadele etmek isteyen bir devlet, öncelikle kendi politika kararlarının karmaşık ve de sıklıkla birbiriyle çatışan sonuçlarını analiz etmelidir (Schneider, 2002:44).

Kayıt altına alınmamış ekonomik faaliyetler ya da vergilerin az ödenmesi farklı bir şekilde ele alınmalıdır. Gayri resmi sektörde faaliyet gösteren insanlar bir gecede resmi sektöre geçemezler. Kurumsal yapı bir günde düzeltilemeyeceği gibi, demokratik sağlama zaman ister. Yeni kuralların anlaşılması ve uygulanması bir öğrenme sürecini gerektirir. Bu nedenle, “etkin bir şekilde işleyen resmi bir ekonomi yaratma” stratejik hedefi doğrultusunda kararlı ve sürekli bir iyileşme sağlanması şartıyla devletler müsamahalı davranmalıdırlar (Kallay, 2003:195).

Diğer yandan gayri resmi ekonomi yalnızca pazar yapısına zarar vermemekte, yine kendisini doğuran bir yapıyı ortaya çıkarmaktadır. Gayri resmi ekonominin yaygınlaşması durumunda bu daha fazla kayıtdışılık için bir teşvik unsuru olabilmektedir. İlave olarak rekabet yasalarının kayıtdışı teşebbüslere uygulanmaması, ancak bu teşebbüslerin kayıtlı olan rakiplerine uygulanması, adalet duygusu ile bağdaşmayabilecek, hatta haksız sonuçlar doğurabilecektir. Nitekim gayri resmi ekonominin bulunduğu sektörlerde rekabet yasalarının uygulanması istenen sonucu vermeyebilecektir.

Bu noktada markalaşma ve marka imajı yaratılmasının gayri resmiliği azalttığına dikkat çekmek yerinde olacaktır. Bu tip ürünlerin olduğu pazarlarda kayıtdışılığın azaldığı söylenebilmektedir. Yine benzer şekilde düşük sermaye yatırımı gerektiren veya atıl kapasitenin olduğu sektörlerde bu gibi uygulamalar daha yaygın olarak görülmektedir.

Bunların yanı sıra rekabet otoriteleri rekabet danışmanlığı (“*competition advocacy*”) kapsamında hükümete ve ilgili birimlere görüş belirtmek suretiyle inceleme yaptığı sektörlerdeki kayıtdışılık hakkında bilgi verebilir ve sektör bazında önerilerde bulunabilir. Nitekim rekabet otoritelerinin inceleme yaptığı pazarlar hakkında derin bilgilere sahip olduğu dikkate alındığında, böyle bir yöntemin kayıtdışı ekonominin azaltılması yönünde olumlu katkılar sağlayacağı öngörülebilir.

**KAYNAKLAR**

ALTUĞ, O. (1994), *Kayıtdışı Ekonomi*, Cem Ofset, İstanbul

AZUMA, Y., and H.I. GROSSMAN (2002), “A Theory of the Informal Sector”,  
*National Bureau of Economic Research Working Paper*, No:  
8823

BELEV, B. (2003), “The Informal Economy in Central and Eastern Europe –  
Obstacle to European Integration or Bridge Between the EU  
Member States and the Accession Countries?”, B. BELEV (der),  
*The Informal Economy In The EU Accession Countries* içinde,  
Publication of Center for the Study of Democracy

## REKABET Dergisi

- CERNAT, L. (2004), *The Role of Competition in the Promotion of Competitiveness and Development: Experiences from a Sample of Developing and Least Developed Countries*, 3<sup>rd</sup> International CRC Konferansı için hazırlanan çalışma, Cape Town, South Africa, Eylül 2004
- DJANKOV, S., I. LIEBERMAN, J. MUKHERJEE, T. NENOVA (2003), "Going Informal: Benefits and Costs, in The Informal Economy In The EU Accession Countries?", B. BELEV (der), *The Informal Economy In The EU Accession Countries* içinde, Publication of Center for the Study of Democracy
- DPT, (2001), *Sekizinci 5 Yıllık Kalkınma Planı Kayıtdışı Ekonomi Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara
- DURA, C. (1997), "Kayıt dışı Ekonomi Kavramı, Sebep ve Etkileri, Ölçülmesi, Mücadele Yolları ve Türk Ekonomisindeki Yeri", *Maliye Dergisi*, Ocak- Nisan 1997, Sayı: 124, 3-12
- ELKAN, W. (2005), *Informal Sector*, <[http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~ckieatvi/Informal\\_sector.htm](http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~ckieatvi/Informal_sector.htm)>, (giriş tarihi Ağustos 2005)
- FEIGE, E.L. (1990), "Defining and Estimating Underground and Informal Economies: The New Institutional Economics Approach", *World Development*, Vol: 18, No: 7
- FREY, B.S. and F. SCHNEIDER (2000), *Informal and Underground Economy*, <http://www.econ.jku.at/Schneider/informal.PDF> (giriş tarihi Eylül 2005)
- GONCA G. (2005), *Avrupa Birliği Ülkelerinde Vergi Kayıp ve Kaçakları*, <<http://www.bilgisayarlimuhasebe.com/yazarlarimiz/gulen/index.as>>
- GÜMÜŞ, T. (2000), "Dışsalılık ve Kayıtdışı Ekonomi Kavramına İlişkin Bir Değerlendirme", *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Vol: 2, No: 3, 63-70
- IŞIK, N., ACAR M., (2003) Kayıtdışı Ekonomi Ölçme Yöntemleri, Boyutları, Yarar ve Zararları Üzerine Bir Değerlendirme, Erciyes Üniversitesi İktisat ve İdari Bilimler Dergisi
- KALLAY, L. (2003), "Barriers to Participation: The Informal Sector in Emerging Democracies", in *The Informal Economy In The EU Accession Countries ?*, B. BELEV (der), *The Informal Economy*

## REKABET Dergisi

*In The EU Accession Countries* içinde, Publication of Center for the Study of Democracy

- KARLINGER, L. (2005), “The Underground Economy Across Countries: Evading Taxes or Evading Competition?”,  
<<http://homepage.univie.ac.at/liliane.karlinger/underground.PDF>>  
(giriş tarihi Ağustos 2005)
- KİLDİŞ, Y. (2005), *Kayıtdışı Ekonomi*, <[www.canaktan.org](http://www.canaktan.org)> (giriş tarihi Ağustos 2005)
- KIRBAŞ, S. (1995), *Kayıtdışı Ekonomi Nedenleri, Boyutları ve Çözüm Yolları*, TESAV Yayınları, No:9
- KOVACIC, W.E. (2005), *Building Institutional Foundations for Effective Competition Policy Systems*,  
<[www.pucp.edu.pe/escgrad/deremp/Kovacic\\_paper.pdf](http://www.pucp.edu.pe/escgrad/deremp/Kovacic_paper.pdf)> (giriş tarihi Eylül 2005)
- PALMADE, V. and A. ANAYIOTIS (2005), “Rising Informality”, Public Policy Journal, Ağustos 2005, No: 298, Dünya Bankası
- SCHNIEDER, F. (2002), “Size And Measurement of The Informal Economy In 110 Countries Around The World”, Australian Tax Centre Çalıştayında sunulan çalışma, ANU, Canberra, Australia.
- SCHNEIDER, F. and D.H. ENSTE (2000), “Shadow Economies: Size, Causes, and Consequences”, Journal of Economic Literature, Vol: 38, 77-114
- STIGLITZ, J.E. (2001), *Competing over Competition Policy*, <<http://www.project-syndicate.org>> (giriş tarihi Eylül 2005)
- TOPTAŞ, Ü. (1998), *Türkiye’de Kayıtdışı Ekonominin Nedenleri*, TES-AR Publications, Ankara

## ORGANİZE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN EKONOMİK DİNAMİKLERİ: REKABET POLİTİKASI AÇISINDAN DEĞERLENDİRME

Tarkan ERDOĞAN

## 1. GİRİŞ<sup>21</sup>

Hızlı tüketim malları (HTM) perakendeciliği Türkiye’de son yıllarda önemli bir yapısal dönüşüm yaşamaktadır. Hipermarketlerin, süpermarketlerin (kısaca organize perakende<sup>22</sup>) tüketici harcamaları içindeki payı artmakta; bakkal, kasap, manav olarak nitelendirilen geleneksel kanalın payı ise hızla azalmaktadır. Ayrıca 2005 yılında yaşanan birleşme/devralmalar organize perakende içinde de önemli ölçüde bir yoğunlaşmaya yol açmıştır ve bu yoğunlaşmanın önümüzdeki dönemde de devam edeceği tahmin edilmektedir. Yaşanan bu dönüşüm ve yoğunlaşmalar beraberinde çeşitli rekabet sorunlarını da gündeme getirmektedir. Bu sorunlar hem perakendeciler ile tüketiciler arasındaki perakende pazarına hem de perakendeciler ile üreticiler arasındaki tedarik (alım) pazarına yöneliktir. Ülkemizde yaklaşık 10 yıldır uygulanan rekabet hukuku kimi açılardan bu sektördeki sorunlara yetersiz kalabilmektedir. Ayrıca gündemde olan büyük mağazalar yasa tasarısı ile organize perakendenin büyümesinden kaynaklanan sorunlara çözüm bulmaya çalışıldığı da iddia edilmektedir. Bu makale ile yaşanan dönüşüm sonucunda ortaya çıkan çeşitli rekabet sorunlarını mevcut rekabet hukuku düzenlemeleri ışığında ortaya koymak, çeşitli Avrupa ülkelerindeki ek/tamamlayıcı kuralları tartışmaya açmak ve anılan yasa tasarısının muhtemel etkileri üzerine değerlendirmede bulunmak amaçlanmaktadır. Makalenin ikinci bölümünde HTM perakendeciliğinde yaşanan yapısal dönüşümden, üçüncü bölümünde alım gücü kaynaklı rekabet sorunlarından, dördüncü bölümünde bu sorunların mevcut ve ek/tamamlayıcı düzenlemeler karşısındaki durumundan bahsedilecek ve son olarak da anılan taslağın eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmesi yapılacaktır.

---

<sup>20</sup> E-posta: [terdogan@rekabet.gov.tr](mailto:terdogan@rekabet.gov.tr) Rekabet Kurumu, Bilkent Plaza B/3 Blok ANKARA Tel: (0312) 291 44 37 Faks: (0312) 266 79 44. Çalışmada yer verilen hususlar yazarın kişisel görüşleri olup Rekabet Kurumu’nun görüşlerini yansıtmaz.

<sup>21</sup> Bu makale için görüş veren Sayın Hakeme, makale taslağına katkıda bulunan meslektaşlarım Uzman Pelin Uyanık, Uzman Yardımcıları Aytül Tokatlı ve Nazlı Uğurlu’ya teşekkürü bir borç bilirim.

<sup>22</sup> Organize perakende merkezi yönetilen ve 4’ten fazla mağaza grubunu bünyesinde barındıran zincir marketleri kapsamaktadır.

## 2. HTM PERAKENDECİLİĞİNDE <sup>23</sup> YAŞANAN YAPISAL DÖNÜŞÜM

Hızlı tüketim malları (HTM) perakendeciliği birçok üretici sektörle olan bağlantıları ve tüketicilerle doğrudan ilişkisi dolayısıyla ülkemiz ekonomisi açısından büyük önem taşımaktadır. Sektörde son 15 yılda yoğun bir şekilde yaşanan dönüşümü iki yönlü olarak görebiliriz. Ayrıca 2005 yılı ile başlayan önümüzdeki yıllarda da devam edeceği tahmin edilen organize perakende içinde yaşanan yoğunlaşmayla sektörün yapısında önemli değişiklikler de yaşanmıştır.

**2.1. Geleneksel Kanaldan Organize Perakendeye Geçiş.** Bu dönüşüm süreci içinde geleneksel kesimi oluşturan bakkallar yerlerini organize perakendecilere (hiper, zincir, süpermarket) bırakmaktadır. AC Nielsen'e (2004) göre sektördeki süper/hipermarket sayısı 1998'de 2.135 iken, 2005'te 5.545'e çıkmış; aynı süre içerisinde bakkal sayısı 155 binlerden 120 binlere gerilemiştir (Tablo 1). Tablo 1'den ayrıca organize perakendede büyümenin özellikle süpermarket ağırlıklı olduğu görülmektedir. Tablo 1'den görüldüğü üzere aynı periyotta süpermarket ve küçük süpermarket sayısı yaklaşık 3 kat, hipermarket/büyük süpermarket sayısı ise sadece 2 kat artmıştır. Bu büyümenin ulusal zincirler yanında yerel zincirler ve BİM gibi indirim mağazalarının payını arttırmasından kaynaklandığı söylenebilir.

**Tablo 1. Perakendeci Sayıları ve Gelişimi**

KANALLAR	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<i>Hiper, Zincir ve Süpermarket</i>	2.135	2.421	2.929	3.640	4.005	4.242	4.809	5.545
Hipermarket >2500 m <sup>2</sup>	91	110	129	149	151	143	152	160
Büyük Süpermarket 1000-2500 m <sup>2</sup>	210	251	306	357	368	367	396	454
Süpermarket 400-1000 m <sup>2</sup>	464	567	726	835	909	968	1.082	1258
Küçük Süpermarket <400 m <sup>2</sup>	1.370	1493	1.818	2.299	2577	2764	3.179	3.673
<i>Orta market 50-100m<sup>2</sup></i>	12.192	13.247	13.232	13.210	13.555	14.537	15.197	15.076
<i>Bakkal &lt;50 m<sup>2</sup></i>	155.420	148.925	136.763	128.580	122.342	124.283	122.781	120.397

Kaynak: AC Nielsen (2004)

Ancak organize perakendenin büyümesi geleneksel kanalın ortadan kalkacağı anlamına gelmemektedir. Geleneksel kanal ile organize perakendenin, birbirlerinin rakibi değil tamamlayıcısı konumunda olan satış noktalarından

<sup>23</sup> Bu makalede perakende sektörü ile hızlı tüketim malları perakendeciliği kastedilmektedir. HTM ürünleri dışındaki ürünlere yönelik perakendecilik (elektronik eşya, yapı ürünleri vs ) makalenin kapsamı dışındadır.

## REKABET Dergisi

oluşturduğu kabul edilmelidir. Organize perakendede hipermarket ve süpermarketler tek duraklı alışveriş (*one-stop shopping*) imkanı sunarlar. Bu alışveriş türünün; ürünlerin çok çeşitli ve çoğu zaman ucuz olması, ekstra sunulan hizmetlerin varlığı, ulaşım ve taşıma için aracın şart olması, kredi kartı ile alışveriş gibi geleneksel kanalda bulunmayan özellikleri nedeniyle tüketici gözünde birbirine rakip değil, birbirini tamamlayan yerler olduğu söylenebilir. Rekabet Kurulu'nun bu sektördeki birçok kararında bu ayırım yapılarak pazarı tanımlanmıştır (bkz. Tablo 10). Anılan tamamlayıcılık ilişkisi geleneksel kanalın toplam pazardaki kaybının belli bir noktaya geldikten sonra duracağını ve stabil kalacağını göstermektedir. Nitekim birçok Akdeniz ülkesinde (İtalya, Yunanistan gibi) gelişim de bu yönde olmuştur.

Aşağıdaki tabloda ulusal organize perakendecilerin faaliyette buldukları formatlara yer verilmektedir.

**Tablo 2. Ulusal Perakendecilerin Formatları**

		Migros Grubu	BİM	CarrefourSa Grubu	Metro Grubu	Tesco Kipa	Kiler
	<i>Yüksek İndirim</i>		✓				
<i>İndirim Mağazası<sup>24</sup></i>	<i>Düşük İndirim</i>	✓		✓			
	<i>Küçük</i>	✓				✓	
<i>Süpermarket</i>	<i>Orta</i>	✓		✓		✓	✓
	<i>Büyük</i>	✓		✓			✓
	<i>Hipermarket</i>	✓		✓	✓	✓	✓
<i>Cash&amp;Carry (toptancı market)</i>					✓		

*Kaynak: Yazar tarafından şirketlerin web sayfalarından derlenmiştir.*

Migros ve Carrefour grupları indirim mağazalarından hipermarketlere kadar olan tüm formatlarda faaliyet göstermekte ve bu yönleriyle diğer rakiplerinden farklılaşmaktadır. Ayrıca bu gruplar son devralmalarla birlikte marka güçlerini de artırmış bulunmaktadır.

<sup>24</sup> *HTM perakendeciliğinde indirim mağazaları yüksek indirim mağazaları (hard discounter) ve düşük indirim mağazaları (soft discounter) olarak iki kategoride toplanmaktadır. Yüksek indirim mağazaları perakendeci markasının ciro içindeki payının çok yüksek olması, çok düşük fiyat politikasının uygulanması ve ürün çeşidinin oldukça sınırlı olması yönleriyle düşük indirim mağazalarından ayrılmaktadır. Türkiye'de bu formatı uygulayan zincir sadece BİM'dir. Migros Grubunun ŞOK ve CarrefourSA Grubunun Dia mağazaları ise düşük indirim mağazası formatındadır.*

**2.2. Bayi / Toptancı Yerine Doğrudan Dağıtım.** Sektörde organize kesimin payını arttırması ürünlerin dağıtımında geleneksel bayi/toptancı kanalının önemini yitirmesine, buna karşılık doğrudan dağıtımın önem kazanmasına yol açmıştır. Geleneksel kanal bayi/toptancı kanalını kullanırken organize perakende her iki kanalı da birlikte kullanmaktadır. Taymaz, Erdoğan ve Çelen (2005) çalışma metninin sonuçlarına göre perakendeciler ürünlerinin %35'ini üreticilerden doğrudan almaktadır. Bu oran büyük perakendecilerde %60'a kadar çıkmaktadır. Anılan veriler Türkiye'de organize perakendenin büyümesi ile birlikte bayi/toptancı kanalının da kan kaybettiğini göstermektedir.

**2.3. Organize Perakendede Yaşanan Yoğunlaşma.** 2005 yılı organize perakendecilik açısından milat olmuştur. 2005 yılına kadarki devralmalar yoğunlaşmaya yol açmayan, yeni girişler veya özelleştirmeler yoluyla gerçekleşen, eş deyişle sadece mülkiyet değişikliğine yol açan, piyasa yapısına herhangi bir etkisi olmayan işlemlerdi<sup>25</sup>. 2005 yılındaki devralmalar önceki yıllardan farklı olarak organize perakende içinde de önemli yoğunlaşmaya yol açmıştır. 2005 yılında önce CarrefourSA Gima'yı<sup>26</sup> devralarak sektörün lideri olmuş, hemen ardından Migros Tansaş'ı<sup>27</sup> devralarak liderliği geri almıştır<sup>28</sup>. Yılın sonlarında İstanbul'da faaliyet gösteren bölgesel zincir konumunda olan Kiler Ankara'da faaliyet gösteren Canerler'i devralarak ulusal zincir olma yolunda büyük adım atmıştır<sup>29</sup>. CarrefourSa/Gima ve Migros/Tansaş devralmaları HTM perakendeciliğinin yapısında önemli değişikliklere neden olmuştur (Tablo 3 ve 4).

### **Tablo 3. Devralmalar Öncesi Pazar Payları**

<sup>25</sup> Örneğin 2003 yılında İngiliz perakende şirketi Tesco İzmir merkezli Kipa'yı devralarak Türkiye pazarına giriş yapması yoğunlaşmaya yol açmayan bir devralmadır. Rekabet Kurulu'nun 26.06.2003 tarih ve 03-45/519-230 sayılı Kararı.

<sup>26</sup> Rekabet Kurulu'nun 17.6.2005 tarih ve 05-40/557-136 sayılı Kararı.

<sup>27</sup> Rekabet Kurulu'nun 31.10.2005 tarih ve 05-76/1030-287 sayılı Kararı.

<sup>28</sup> Söz konusu devralmalar bir dönemin de sonunun geldiğini göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Zira 90'lı yıllarda holdingi ve bankası olan gruplar (Doğuş Holding (Tansaş), Fiba Holding (Gima, Endi) gibi) enflasyonist ortamdan kaynaklanan kârlılığı dikkate alarak perakende sektörüne giriş yapmışlardır. Ancak 2002 yılından itibaren makroekonomik istikrarın yakalanması ve perakendecilikteki rekabetin etkinlik düzeyinde yaşanmaya başlanmaya başlanması ile anılan gruplar HTM perakendeciliğinden çekilmişlerdir.

<sup>29</sup> Rekabet Kurulu'nun 4.5.2006 tarih ve 06-32/392-102 sayılı Kararı.



## REKABET Dergisi

Perakendeciler	Organize Perakende Payı (%)	Toplam Ticaret Payı (%)
Migros	13,4	7,3
BİM	9,6	5,3
CarrefourSA	9,2	5
Tansaş	7,6	4,1
Metro/Real	6,8	3,8
Gima	5	2,8
Diğer	53,4	71,7
CR4	39,8	21,7

Kaynak<sup>30</sup>: AC Nielsen (2004) ve Ekonomist (2005)

**Tablo 4. Devralmalar Sonrası Pazar Payları**

Perakendeciler	Organize Perakende Payı (%)	Toplam Ticaret Payı (%)
Migros/Tansaş	21	11,4
CarrefourSA/Gima	14,2	7,8
BİM	9,6	5,3
Metro/Real	6,8	3,8
Tesco/Kipa	2,8	1,5
CR4	51,6	28,3

Kaynak: AC Nielsen (2004) ve Ekonomist (2005)

Her iki devralmayla birlikte organize perakendede ilk dört firmanın yoğunlaşma oranında (CR4) 10 puanın üzerinde artış yaşanmış, toplam ticaretteki artış oranı ise 6 puan olarak gerçekleşmiştir. Ulusal oyuncu sayısı ise 6'dan 4'e düşmüştür (Migros Grubu, CarrefourSa Grubu, BİM ve Metro Grubu)<sup>31</sup>.

Organize perakendede yaşanan iki önemli devralma ile birlikte Türkiye'de ilk üç firmanın yoğunlaşma oranı (%24,5) İtalya'ya (% 26) oldukça yaklaşmıştır.

<sup>30</sup> Tablo 2 ve Tablo 3'ün hazırlanmasında AC Nielsen'in (2004) toplam ticaret büyüklüğü olan 18,1 milyar \$ verisi baz alınmıştır. Anılan büyüklük sadece semt pazarları hariç olmak ev kanalında yapılan HTM satışlarını içermektedir. Yine AC Nielsen'e (2004) göre HTM ürünlerinde toplam ticaretin yaklaşık yarısı (% 48,8) 100 m<sup>2</sup> üzeri satış noktalarından bir başka deyişle organize perakende tarafından sağlanmaktadır. Organize perakende ticaretin büyüklüğü ise 10 milyar \$ varsayımı ile hesaplanmıştır. Perakendeci cirolarında ise haftalık Ekonomist (2005) çalışmasındaki veriler kullanılmıştır. Metro Grubu'nun pazar payı ise Praktiker yapı marketinin satışları düşülerek elde edilmiştir.

<sup>31</sup> Tesco/Kipa ağırlıklı olarak Ege Bölgesinde faaliyet gösterdiğinden, İstanbul ve Ankara gibi bölgelerde mağazası bulunmadığından bölgesel bir zincir olarak kabul edilmiştir.

Tablo 5. İlk Üç Perakendeci Payı (2002)

Ülkeler	Toplam Ticaret İçindeki Payı (%)
İsveç	95
Norveç	83
Hollanda	83
Finlandiya	79
Danimarka	78
Avusturya	78
İsviçre	77
Fransa	64
Belçika	62
İngiltere	58
İrlanda	58
Almanya	55
Portekiz	52
İspanya	51
Yunanistan	35
İtalya	26
TÜRKİYE	17,6
TÜRKİYE <sup>32</sup>	24,5

Kaynak: AC Nielsen (2004) ve yazarın hesaplamaları

**2.4. Üretici-Perakendeci İlişkilerinde Gücün Yer Değiştirmesi.** Perakendeciler tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de malların tüketicilere ulaşmasını sağlayan araçların ötesinde fonksiyonlar da üstlenmiştir. Şöyle ki; perakendeciler artık üreticiler ile birlikte tüketicilerin satın aldığı mallara girdi sağlayan bir konuma gelmiştir. Üretici fiziki olarak malı üretirken, perakendeci de malın satıldığı ortamı hazırlayarak hizmet sunmaktadır (Bkz. London Economics 1997). Perakendeciler teknolojik gelişmelerle birlikte tüketicilerin hakkında ayrıntılı bilgilere ulaşmışlardır. Ayrıca perakendeciler kendi markalarını satmaya başlayarak da üreticilere rakip konumuna gelmişlerdir. Sonuç olarak tüketici alışkanlıklarının değişmesi, perakendeci markaları, bilgi teknolojilerindeki gelişmeler HTM perakendeciliğinde gücün üreticilerden perakendecilere kaymasına neden olmuştur.

Perakende sektöründe yaşanan değişim sonucunda dünya çapında en büyük şirketler artık perakende sektöründe faaliyet göstermektedir. HTM

<sup>32</sup> Migros/Tansaş ve Carrefour/Gima devralmasından sonraki durumu yansıtmaktadır.

## REKABET Dergisi

perakendeciliğinde dünya çapındaki ilk 10 firmanın ciro rakamlarına Tablo 6'da yer verilmektedir.

**Tablo 6. En Büyük 10 HTM Perakendecisi**

Sıralama	Ülke	Şirket Adı	2003 satışları (milyon \$)
1	ABD	Wal-Mart	256.329
2	Fransa	Carrefour	79.796
3	Almanya	Metro	60.503
4	ABD	Kroger	53.791
5	İngiltere	Tesco	51.535
6	Hollanda	Ahold	44.584
7	Almanya	Aldi	40.060
8	Almanya	Rewe	38.931
9	Fransa	Intermarche	37.472
10	ABD	Safeway	35.553

*Kaynak: Deloitte (2005)*

Dünya'nın en büyük gazlı içecek şirketi Coca-Cola Grubunun 2005 yılı cirosu 22 milyar \$ ile yukarıdaki tabloda yer verilen tüm perakende zincirlerinin ciro rakamının altında kalmaktadır.

Benzer bir durumu Türkiye'de de görmek mümkündür. Tablo 7'den görüldüğü üzere Türkiye'nin en büyük perakendecisi Migros'un cirosu yaklaşık 2,7 milyar YTL düzeyinde iken, en büyük HTM üreticisinin cirosu 1,6 milyar YTL'dir (Tablo 8). Migros ve Tansaş birlikte alındığında aradaki fark daha da büyümektedir (4 milyar YTL).

**Tablo 7. Perakendeci ciroları (2005)**

Organize Perakendeciler	Ciro (milyon YTL)
Migros	2.686
Tansaş	1.271
CarrefourSa	1.305
Gima	714
BİM	1.672
Metro Group	1.870
Kipa	454

*Kaynak: Capital 500*

Tablo 8. Üretici/sağlayıcı Ciroları (2005)

HTM Üreticileri	Milyon YTL
Anadolu Efes Biracılık	1.619
Unilever San. ve Tic. Türk	1.468
Coca Cola İçecek	1.184
Mey İçki San. ve Tic.	1.122
JTI Tütün Ürünleri Pazarlama	869
Atlas Gıda Pazarlama	748

Kaynak: Capital 500

Capital 500 ciro rakamlarına göre perakendeci büyüme endeksi ile üretici büyüme endeksinin karşılaştırıldığında perakendeci ciroların 2002-2005 döneminde iki kattan fazla artarken üretici ciroları artışı % 60'ta kalmıştır.

Tablo 9. Büyüme Endeksleri

Endeksler	2002	2003	2004	2005
Perakendeci Endeksi <sup>33</sup>	100	148	180	211
Üretici Endeksi <sup>34</sup>	100	131	147	161

Kaynak: Capital 500

Sonuç olarak hem mutlak ciro hem de ciro artış hızı verileri dikkate alındığında, gücün üreticilerden perakendecilere kaymaya başladığı söylenebilir.

### 3. PERAKENDE SEKTÖRÜNDE REKABET SORUNLARI

Perakende sektöründe yaşanan dönüşüm ile birlikte alım gücü ve perakendeci markalarıyla (PM) ilişkili sorunlar ortaya çıkmaktadır.

**3.1. Alım Gücü.** Perakende sektörü çerçevesinde, perakendeci A'nın sağlayıcı B'nin malını satmama kararı, A'nın kârında %0,1'lik azalmaya neden olurken, B'nin kârında %10'luk azalmaya sebep oluyorsa A, B üzerinde alım gücüne sahip demektir (bkz. OECD 1998). Alım gücü genel olarak rekabet hukuku analizlerinde sıkça kullanılmaktadır<sup>35</sup>. Güçlü alıcıların varlığı piyasa gücü yüksek sağlayıcıların fiyatlandırma politikalarını disipline edebilmekte, bir başka deyişle ilgili pazarda bir güçler dengesi oluşumunu sağlayabilmektedir. Birleşme/devralma analizinde sağlayıcı/üretici tarafında yaşanan önemli ölçüdeki

<sup>33</sup> Perakendeci endeksi Migros, Tansaş, Metro, BİM, Gima ve Kipa ciroları dikkate alınarak hesaplanmıştır.

<sup>34</sup> Üretici endeksi Anadolu Efes, Atlas Gıda, Coca Cola İçecek, Üstün Gıda, Ülker Gıda, Türk Henkel Kimya ve Hayat Kimya ciroları baz alınarak hesaplanmıştır.

<sup>35</sup> Alım gücünün iktisat teorisinde yeri için bkz. Erdoğan (2003)

## REKABET Dergisi

yoğunlaşmada kayda değer bir alım gücü söz konusu ise, anılan birleşme/devralma rekabetçi sorun yaratmayabilmektedir<sup>36</sup>. AB Komisyonu tarafından birleşme/devralmalarda sıkça kullanılan alım gücü Rekabet Kurulu'nun *The Procter & Gamble Company*'nin *The Gillette Company*'yi devralması kararında işleme izin verilmesinde önemli unsurlardan biri olarak değerlendirilmiştir<sup>37</sup>:

*“Her ne kadar organize perakendeciliğin gelişmiş ülkelerde olduğu ölçüde Türkiye’de yaygınlaşmadığı söylenebilirse de, ...kişisel bakım sektöründe yapılan satışların önemli bir bölümünün organize perakendecilik üzerinden gerçekleştiği ve her yıl bu oranın arttığı görülmektedir. Ayrıca, son dönemlerdeki birleşmelerle (Migros/Tansaş ve CarrefourSa/Gima) birlikte organize perakendecilik pazarında yoğunlaşmanın artarak yüksek alım gücünün oluşmaya başladığı görülmektedir. Organize perakendeciliğin sahip olduğu alım gücü dikkate alındığında, devralma işleminin aykırı etkilerden dolayı hakim durum yaratması gibi bir tespitin yapılamayacağı anlaşılmaktadır.”*

Öte yandan güçlü alıcıların karşısında zayıf sağlayıcı/üreticilerin bulunduğu durumda ise ilgili pazar alım gücünün bulunmadığı duruma kıyasla rekabet hukuku açısından daha sorunlu olabilir. Ayrıca alıcının sahip olduğu alım gücünün rekabet üzerindeki etkisi alt pazarda satım gücüne sahip olup olmamasına göre de değişecektir. Şöyle ki, alım gücünün artması eğer alt pazarda yoğunlaşmış bir pazar yapısı var ise rekabetçi sorun yaratabilecektir.

*Procter & Gamble/ Gillette* kararında alım gücü üretici tarafında yaşanan yoğunlaşmada bir savunma aracı (*defence*) olarak kullanılırken perakendeciler (alıcılar) arasındaki bir yoğunlaşma olan *Migros/Tansaş* kararında alım gücü tartışmaları ayrı bir pazar tanımı (alım pazarı) çerçevesinde yapılmıştır.

Alım (tedarik) pazarı üreticiler ile perakendeciler arasındaki alım/satım ilişkilerinin gerçekleştiği pazardır. Süpermarket ortamında satılan tüm ürünler alım pazarı içinde yer almaktadır. Migros/Tansaş kararında alım pazarı ürün grubu bazında belirlenmiştir. Zira alım pazarında üretici açısından kritik faktörler üreticinin üretimini değiştirme ve üretimini farklı kanallarda satabilme esnekliğidir. Üreticilerden süpermarket ortamında satılan ürünlerin tamamını üretmelerini beklemek, dolayısıyla tek bir tedarik pazarından bahsetmek mümkün değildir. Bu itibarla, alım gücüyle ilgili yapılacak değerlendirmelerde, üretim anlamında

<sup>36</sup> Alım gücünün birleşme/devralma davalarında kullanımına ilişkin bkz. Nordemann (1995)

<sup>37</sup> Rekabet Kurulu'nun 8.9.2005 tarih ve 05-55/836-228 sayılı Kararı.

## REKABET Dergisi

birbirine ikame teşkil eden ürünlerin bir araya geldiği ürün gruplarının ayrı pazarlar olarak tanımlanması ve hakim durum analizinin her bir ürün grubu için ayrı olarak yapılması gerekmektedir. Migros/Tansaş kararında tedarik pazarı bu yönde tanımlanmıştır<sup>38,39</sup> (Tablo 10).

**Tablo 10. Sektördeki Önemli Devralmalara İlişkin Rekabet Kurulu Kararları**

Karar	Karar Yılı	İlgili Ürün Pazarı	Alım Pazarı	İlgili Coğrafi Pazar
Carrefour/Continent	2000	2500 m <sup>2</sup> üzeri perakende pazarı	-	İl bazında lokal
Tesco/Kipa	2003	tüm perakende ticaret pazarı	-	Türkiye
CarrefourSa/Gima	2005	1000 m <sup>2</sup> üzeri perakende pazarı	Tüm ürün grupları tek bir tedarik pazarı	İl bazında lokal
Migros/Tansaş	2005	300 m <sup>2</sup> üzeri perakende pazarı	Ürün grupları bazında ayırım	İl, ilçe bazında lokal
Kiler/Canerler	2006	300 m <sup>2</sup> üzeri perakende pazarı	Ürün grupları bazında ayırım	İl bazında lokal

*Kaynak: Yazar tarafından Rekabet Kurulu kararları taranarak hazırlanmıştır.*

Büyük perakendeciler üreticilerin/sağlayıcıların ürünlerine tek noktalı alışveriş imkanı sunarak onlar için bir nevi muhafız (*gate-keeper*) rolü üstlenmektedir. Bir sağlayıcının/üreticinin toplam satışları içinde bir perakendecinin satışı toplam satışlarının rahatlıkla % 10'unu geçebilirken, perakendecinin satışları içerisinde çok küçük düzeyde (%1 ilâ 2) kalabilmektedir<sup>40</sup>. Dolayısıyla bir perakendecinin herhangi bir üreticinin malını

<sup>38</sup> Anılan kararda alım pazarı HTM ürünleri dikkate alınarak et ve et ürünleri, beyaz et ve yumurta ürünleri, unlu ürünler, sütü ürünler, bira, şarap ve alkollü içkiler, alkolsüz içecekler, sıcak içecekler (kahve ve çay), şekerli ürünler (çikolata, kek vb.), temel gıdalar (un, şeker, pirinç vb.), dondurulmuş ürünler, bebek mamaları, ev hayvanları yiyecekleri, vücut bakım ürünleri, ev temizlik ürünleri olmak üzere ayrı ayrı belirlenmiştir.

<sup>39</sup> Carrefoursa/Gima kararında Kurul, tüm perakendecilerin tedarik pazarını tek bir ilgili ürün pazarı olarak değerlendirmiştir. Oysa bu değerlendirme rekabet hukukundaki ilgili pazar kavramına aykırıdır. Tüm tedarik pazarını tek bir ilgili ürün pazarı olarak tanımlamak, tüm üreticilerin süpermarketlerde satılan tüm ürünleri üretme kapasiteleri olduğu, örneğin bir süt üreticisinin süt fiyatları düştüğünde kolayca deterjan üretimine geçebileceği değerlendirmesinde bulunmak anlamına gelmektedir. Anılan karardaki yanlış değerlendirme Migros/Tansaş kararı ile düzeltilmiş olup ardından gelen Kiler/Canerler kararı ile de bu yöndeki içtihat oturmuştur.

<sup>40</sup> Migros/Tansaş kararında bir dondurulmuş gıda firmasının (firmanın ismi ticari sır gerekçesiyle karardan çıkarılmıştır) toplam satışları içerisinde devralmanın gerçekleşmesiyle birlikte

## REKABET Dergisi

satmama kararı perakendeciden çok üreticiyi olumsuz etkileyecektir<sup>41</sup>. İlk bakışta mutlaka bulundurulması gereken (*must stock*<sup>42</sup>) markalara sahip sağlayıcıların büyük perakendecilere karşı yüksek pazarlık gücüne sahip oldukları söylenebilir. Ancak perakendeciler anılan sağlayıcılara fiyat pazarlıklarında özellikle ikincil markalarda veya yeni ürünlerde rafa koymama tehdidinde bulunarak baskı uygulayabilmektedir. Dolayısıyla büyüklük ve stratejik önem (marka gücü) üreticiler ile perakendeciler arasında alım fiyatı, promosyonlar, raf bedeli, insert bedeli gibi ticaret koşullarına ilişkin pazarlıklarda belirleyici rol oynamaktadır.

Perakende sektöründe alım gücüne ilişkin rekabet sorunlarından birisi de alım gücünün spiral etki (*spiral effect*) doğurmasıdır. Komisyon *Carrefour/Promodes*<sup>43</sup> kararında alım gücünün spiral etkisine dikkat çekmiştir. Devralma sonucu oluşan yeni şirket üreticilerden daha yüksek hacimde alım yapacak ve bunun sonucunda satım pazarında rakiplerine göre daha ucuz fiyat uygulayabilecek, bu fiyat avantajı sayesinde pazar payını ve dolayısıyla alım gücünü artırarak yüksek hacimli iskontolar alacak ve bu süreç döngüsel olarak devam edebilecektir. Kısaca üst pazardaki alım gücü perakendeciyi alt pazarda daha rekabetçi yapacak ve perakendecinin pazar payını artırmasına neden olacaktır<sup>44</sup>.

Komisyon aynı kararda spiral etkiye dikkat çektikten sonra alım gücünün tedarik pazarındaki olumsuz etkisinin ortaya çıkma olasılığını, tehdit noktasını ("*threat point*") saptayarak test etmeyi denemiştir. Bu ise üreticinin/sağlayıcının iflas riskine girmeden bir müşterisinden vazgeçebilmesi için, o müşterinin üreticinin toplam satışları içindeki payının maksimum seviyesi olarak tanımlanmıştır. Yapılan çalışma ortalama eşiği %22 olarak göstermiştir. Ardından

---

*Migros/Tansaş'ın payı % 18,4'e ulaşacaktır. Deterjan grubundaki üreticilerde ise anılan oran % 10 ilâ 15 arasındadır. Eş deyişle anılan üreticilerin satışları içerisinde Migros/Tansaş'ın payı önemli ölçüde artmıştır. Kararda bu yönüyle işlemin alım gücünü artırdığına vurgu yapılmaktadır.*

<sup>41</sup> Tek noktalı alışveriş biçiminin çok yaygın olduğu İngiltere, Fransa gibi ülkelerde mağaza sadakati (*store loyalty*) marka sadakatine (*brand loyalty*) göre daha fazladır. Bir zincirin bir ürünü satmama kararı zincirden ziyade üreticiyi daha olumsuz etkileyecektir zira perakendeci o ürünün alternatifini bulabilecektir (bkz Dobson (2005)).

<sup>42</sup> HTM'de *must stock* markalara Coca Cola, Algida, Ariel, Nescafe örnek olarak verilebilir.

<sup>43</sup> Case IV/M.1684, January 25, 2000.

<sup>44</sup> *Carrefour/Gima ve Migros/Tansaş devralmaları karşısında rakiplerinin rekabetçi kalabilmeleri içsel (yeni mağaza açarak) veya dışsal (birleşme/devralma yolu ile) büyümelerine bağlıdır. Zira makro ekonomik istikrarın yakalamasından sonra perakendecilik etkinlik kriteri üzerinde yapılmaya başlanması ile birlikte bu süreçte etkinlik sağlamanın yolu da alım gücünü artırmaktan geçmektedir. Kiler Canerler'i alıp alım gücünü artırarak bu yarışa katılmıştır. Metro, BİM, Tesco/Kipa ve diğer bölgesel yerel zincirler için hızlı büyümeden başka yol gözükmemektedir.*

Komisyon anılan eşiğin üzerindeki bir üreticinin alıcısına ekonomik olarak bağımlı hale geleceğini belirtmiştir<sup>45</sup>.

**3.2. Perakendeci Markaları<sup>46</sup> (PM).** Perakendeci markalarının yaygınlaşması organize perakendeciliğin gelişimi ile paraleldir. PM sadece organize perakendecilere özgü ürünler olup, geleneksel perakendecilik ile organize perakendecilik arasındaki farklılıkların da başında gelmektedir. PM'nin üretici markalarına göre en belirgin özelliği fiyatının daha ucuz olmasıdır.<sup>47</sup>

Perakendecilerin kendi markalarını satma nedenleri olarak kârlılığı artırmak, tüketici sadakatini sağlamak, pazar gücünü artırmak, arz zincirini ve ürün kalitesini daha yakından kontrol etmek sayılabilir.

**Tablo 11. Mağaza Markalı Satışların Yüzdesi**

Ülkeler	1997	2002
İngiltere	29,7	39
Belçika	25,8	26,9
Almanya	11,3	24
Fransa	16,8	20,8
Hollanda	17,8	18,6
İspanya	16,2	17,6
ABD	14,1	15,6
İtalya	8	11,1

*Kaynak: Boston Consulting Group (2003)*

Çeşitli ülkelerdeki mağaza markalarının süpermarket satışları içindeki paylarına ilişkin bilgiye Tablo 11'de yer verilmektedir. En yüksek oran yaklaşık % 40 ile İngiltere'de iken, en düşük oran % 11 ile İtalya'dadır. 1997'den 2002'ye tüm ülkelerde oranda artış yaşanırken, en yüksek artış oranı İngiltere, Almanya ve Fransa'da gerçekleşmiştir. İngiltere'de perakende zincir devleri Tesco ve Sainsbury mağaza markalarını çok saygın, bilinen, kaliteli markalara dönüştürmüşlerdir<sup>48</sup>. PM'nin her zaman üretici markalarından kalitesiz olduğunu

<sup>45</sup> Migros/Tansaş kararında dondurulmuş gıda pazarındaki firmanın satışları içerisinde Migros/Tansaş'ın payı %18,4 ulaşılıyor olması anılan eşiğe çok yaklaşıldığını göstermektedir.

<sup>46</sup> Perakendeci markaları ile hem perakende zincirinin kendi ismini kullanarak yaptırdığı marka hem de perakendeci isminden bağımsız olarak yeni bir marka ismi yaratılması kastedilmektedir.

<sup>47</sup> AC Nielsen (2004) yapmış olduğu çalışmaya göre PM, markalı ürünlerden ortalama %33 daha ucuzdur. Özellikle reklam ve promosyon harcamalarının yüksek olduğu kategorilerde fiyat farkı daha da artmaktadır. Ürün kategorilerine göre anılan fark gazlı içeceklerde %50, ev temizlik ürünlerinde %38, kağıt ürünlerinde %23, çayda %34 ve sıvı yağda % 23'tür.

<sup>48</sup> Bkz. Boston Consulting Group (2003).



## REKABET Dergisi

söylemek mümkün değildir. PM ilk evrede kalite yönünden markalı ürünlere göre daha alt seviyede olmasına rağmen zamanla markalı ürünlerle sadece fiyat yönünden değil kalite yönünden de rekabete girmektedir. İngiltere örneği bu durumu doğrulamaktadır. Türkiye’de ise PM gelişimi henüz ilk evrede olması sebebiyle sadece fiyat yönüyle tüketicinin ilgisini çekmektedir.

Türkiye’de özellikle satın alma gücünün düştüğü kriz dönemlerinde belirgin bir artış yaşamasına rağmen PM’nin toplam HTM ticaretindeki payı Avrupa’nın gerisindedir. Ancak büyüme oranı açısından diğer ülkelere göre oldukça hızlıdır. (Tablo 12).

**Tablo 12. PM Toplam Ticaret İçindeki Payı (2005) ve Büyüme Oranları (2004, 2005)**

	PM Ciro Payı (%)	PM Ciro Büyümesi (%)
Global	17,5	5
Avrupa	23	4
Kuzey Amerika	16	7
Gelişen Pazarlar	6	11
Asya Pasifik	4	5
Latin Amerika	2	5
Türkiye	8,6	14,4

*Kaynak<sup>49</sup>: AC Nielsen*

PM’nin başlıca tedarikçileri, büyük markalı oyuncular olmayıp, genellikle küçük ve orta boy işletmeler ile ikincil markalara sahip firmalardır.

PM rekabet üzerinde etkisi üzerine iki farklı görüş bulunmaktadır. İlk görüşe göre, PM hem tüketicilere hem de özellikle PM üretimi yapan KOBİ’lere fayda sağlamaktadır. Üretici/sağlayıcı markalarına alternatif olarak ortaya çıkan PM marka/pazarlama vs. harcamaları yapılmadığından markalı ürünlere göre maliyetleri ve dolayısıyla fiyatları daha ucuzdur. Bu fiyat avantajı tüketicilere olumlu olarak yansımaktadır. PM ayrıca firmalara atıl kapasitelerini kullanma fırsatı vermektedir.

Rekabet Kurumu’nun Büyük Mağazalar Kanun Tasarısı Taslağı’ndaki PM sınırlanmasına ilişkin madde hükmüne yönelik verdiği görüş de bu yöndedir (Rekabet Kurumu 2006, 145):

<sup>49</sup> Anılan veriler AC Nielsen kaynaklı olup, aylık perakende piyasa dergisi olan Nisan 2006 tarihli Satış Noktası’ndan alınmıştır.

## REKABET Dergisi

“... Söz konusu hüküm, dağıtım sektörünün rekabetçi yapısına zarar verecektir. Olası zarar iki yönlüdür. Öncelikle bu sınırlama tüketicileri olumsuz etkileyecektir. Zira perakendeci markaları çoğunlukla markalı dediğimiz ürünlere göre oldukça ucuz satılabilmektedir. Markalı ürünlere göre bu ürünlere reklam, promosyon, raf bedeli vs. harcamalar yapılmadığından perakendeci markalarının ucuz satılabilmesi mümkün hale gelmektedir.... Dolayısıyla bu hüküm markalar arası rekabeti sınırlayıcı nitelikte olup 4054 sayılı Kanun ile çalışmaktadır. İkinci olarak bu sınırlamadan KOBİ olarak tanımlanan işletmeler zarar görebilecektir. KOBİ’ler genellikle atıl durumdaki kapasitelerini perakendeci markalarını üretmek için kullanmakta ve böylece üretimlerini ve istihdamlarını artırmaktadır...

İkinci görüş PM’nin süpermarket raflarında yer almasıyla beraber markalı ürünlerin rafta yer bulma sıkıntısı yaşayacaklarıdır. PM’nin yaygınlaşması ile birlikte özellikle ikincil yani marka gücü yüksek olmayan markalar raflara girememektedir. Birçok perakendeci ürün kategorilerinde sadece birkaç markaya ve kendi markalarına yer vererek ikincil markaları elimine etmeye başlamıştır. Ayrıca perakendeciler kendi markaları yoluyla üreticilere/sağlayıcılara rakip konuma da gelmiştir (“double agent”). Perakendeciler rafları kontrol etmede tek yetkili oldukları için kendi markalarını markalı ürünlere göre daha iyi konumlandırmakta, stoklamada ve fiyatlandırmada da markalı ürünlere göre önceden sahip oldukları bilgi avantajını kullanmaktadır. Perakendeciler markalı ürün üreticilerini yeni ürün çıkarmada ve yenilik yapmada bilgi kaynağı olarak kullanarak bedavacılık (*free-riding*) etkisi de yaratmaktadır. Söz konusu etki markalı ürün üreticilerinin yenilik yapma, yeni ürün geliştirme güdüsünü zayıflatabilmektedir (OECD 1998). Bir başka eleştiri ise perakendeci markalarının uzun vadede perakendeciler arasında farklılaşma yaratarak fiyat rekabetini azalttıklarıdır.

Sonuç olarak kısa vadede PM’nin tüketici üzerinde olumlu etkisinin bulunduğunu söylemek mümkün olmakla beraber, orta ve uzun vadede hem ikincil markaların raflardan elimine edilmesine neden olması, hem de markalı üreticilerin yeni ürün geliştirme güdüsüne zarar vermesi söz konusu olabilmektedir<sup>50</sup>.

#### 4. HTM PERAKENDECİLİĞİ, REKABET HUKUKU VE EK/TAMAMLAYICI DÜZENLEMELER

<sup>50</sup> PM gelişiminin ekonomik etkisi üzerine yapılan bir çalışma için bkz. Berges-Sennou et al (2003).

## **REKABET Dergisi**

HTM perakendeciliğinde alım gücü kaynaklı rekabet sorunları karşısında mevcut rekabet hukuku düzenlemeleri çoğunlukla yeterli değildir. Anılan rekabet sorunları rekabet hukukunda hakim durumun kötüye kullanılmasına ve birleşme/devralmaların kontrolüne yönelik düzenlemeler kapsamında incelenmektedir.

İlgili pazarın tanımına bağlı olarak hipermarket/süpermarket zincirlerinin perakende seviyesinde hakim konumda olmaları pek olası değildir. Öte yandan en azından teoride birlikte hakimiyet olduğu durumda, kötüye kullanma var ise rekabet ihlali söz konusu olabilecektir.

Rekabet Kurulu'nun HTM perakendeciliğinde ağırlıklı olarak maliyetin altındaki satışlara ve ayırıcı fiyatlandırma iddialarına ilişkin kararları bulunmaktadır<sup>51</sup>. Maliyetin altına yönelik şikayetlerde süpermarket/hipermarketlerin maliyetin altında satış yaparak küçük perakendecileri piyasa dışına çıkardığı iddia edilmektedir<sup>52</sup>. 4054 sayılı Kanun kapsamında maliyet altı veya çok düşük fiyatlı satışların rekabet ihlali olarak değerlendirilebilmesi, ancak bu satış politikasını uygulayan teşebbüsün ilgili pazarda hakim durumda olması ile mümkündür. Kanun hakim durumu "belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü" şeklinde tanımlamaktadır. Hakim durumun tespitinde öncelikle pazar gücünü göstermesi bakımından pazar payı ve pazara giriş engellerinin belirgin olup olmaması önem kazanmaktadır. Anılan kararlarda Rekabet Kurulu perakende sektöründeki yoğunlaşma oranlarının düşük olması, pazara girişin kolay olması ve pazarın oldukça dinamik bir yapı göstermesi gerekçeleriyle şikayetleri reddetmiştir.

İkinci ağırlıklı grup ise sağlayıcıların/üreticilerin büyük perakendeciler lehine küçük perakendecilere ayırıcı fiyat/satış politikaları izledikleri iddiasına

---

<sup>51</sup> Rekabet Kurumu'nun web sitesinden derlenen verilere göre 1998-2005 yılları arasında Rekabet Kurulu'na bu alanda toplam 23 tane şikayet yapılmış olup, bunların 15 tanesi maliyet altı satışlara yönelik, kalanı ise ayırıcı uygulamalara yöneliktir. Bunun dışında HTM perakendeciliğinde münhasırlık uygulamasına yönelik önemli kararları bulunmaktadır. Ancak münhasırlık uygulamaları geleneksel kanalda gerçekleştirildiğinden söz konusu kararlar bu makale kapsamı dışında bırakılmıştır.

<sup>52</sup> Örnek karar için bkz. Rekabet Kurulu'nun 28.3.2001 tarih ve 01-13/124-32 sayılı Tansaş/Bolu Kararı. Karara konu olan şikayet Tansaş'ın Bolu gıda ve temel ihtiyaç maddeleri perakende satış pazarında yıkıcı fiyat yoluyla rekabeti bozucu uygulamalarda bulunduğu iddiasıdır.

## REKABET Dergisi

yönelik kararlardan oluşmaktadır<sup>53</sup>. Rekabetin bozulduğu iddia edilen pazar üreticiler ile perakendeciler arasında yer alan tedarik (alım) pazarıdır. Söz konusu iddialara göre sağlayıcılar ürünlerini büyük zincirlere daha uygun koşullarda, eş deyişle daha ucuz satarak küçük perakendecileri rekabette dezavantajlı duruma düşürmektedir. Rekabet Kurulu bu şikayetleri küçük perakendecileri zincirlerle, satın aldıkları ürün miktarı, ürün çeşidi, verilen hizmet gibi unsurlar yönüyle aynı konumda görmediği için reddetmiştir.

Rekabet hukukunda HTM perakendeciliğine yönelik kontrol mekanizmalardan bir diğeri ve en önemlisi birleşme/devralmalara ilişkin düzenlemedir. Birleşme devralma rejimi hakim durum yaratılmasını önleyerek perakende seviyesinde rekabetin korunmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Satım gücünün kontrol altına alınması aynı zamanda alım gücünün kontrol altına alınması anlamına da gelebilmektedir<sup>54</sup>. *Rewe/Meinl*<sup>55</sup> kararında Rewe devre konu 341 Meinl mağazasından sadece 162'sini alacağını ve bunların içinden 45'ini de ilgili pazar kapsamı dışında kalan ilaç perakendecisine dönüştüreceğini taahhüt ederek yasaklamadan kurtulmuştur<sup>56,57</sup>. Komisyon bu işlemin olduğu gibi gerçekleşmesi durumunda hem perakende hem de tedarik (alım) pazarında 9 ürün grubunda hakim duruma yol açacağını tespit etmiştir. Komisyon, mağaza bazında kısmi devir ile söz konusu rekabet sorunlarının ortadan kalkacağına karar vermiştir.

Birleşme/devralma rejimi hakim durum eşiğinin altında ancak rekabeti önemli ölçüde kısıtlayabilen yoğunlaşmalara bir çözüm getirememektedir. Birçok ülke yoğunlaşmaların kontrolünde hakim durum testinden rekabetin önemli ölçüde azaltılması (SLC) testine geçmektedir<sup>58</sup>. Bu sürecin altında yatan düşünce yoğunlaşma işleminin rekabet sorunu olmasında illa bir pazar lideri yaratması

<sup>53</sup> Bu şikayetlere yönelik örnek karar için bkz. Rekabet Kurulu'nun 27.6.2000 tarih ve 00-24/251-136 sayılı Coca-Cola/Fruko-Tamek Kararı.

Karara konu olan şikayet Meşrubat üreticileri olan Türkiye Coca Cola Grubu ve Fruko-Tamek Grubu'nun hipermarketlere ve bakkallara yönelik olarak ayrımcı fiyat ve satış koşulları uygulamalarıdır.

<sup>54</sup> Spiral etki yoluyla artan alım gücü satım gücünün artmasına, artan satım gücü de alım gücünün artmasına yol açar. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi perakendeciler üreticilere/sağlayıcılara hakim durum eşiğinin altında da piyasa gücü uygulayabilmektedir.

<sup>55</sup> Case No. IV/M.1221, Rewe/Meinl, 1999.

<sup>56</sup> Avusturya perakende pazarı Avrupa'nın en yoğunlaşmış pazarlarından birisidir. İlk 5 firmanın pazar payı toplamı % 80'dir.

<sup>57</sup> Devredilmesine izin verilmeyen Meinl mağazaları, yoğunlaşmanın yüksek olduğu coğrafi bölgelerdedir.

<sup>58</sup> Avustralya, Yeni Zelanda, Kanada, İngiltere rekabetin önemli ölçüde azaltılması testine geçmiş bulunmaktadır. AB ise her iki testi birlikte kullanmaktadır.

## REKABET Dergisi

gerekmediğidir. Bu testin uygulanması ile hakim durum yaratmayan ancak yoğunlaşma sonrası pazardaki teşebbüslerin etkin rekabeti ortadan kaldırma yönünde işbirlikçi davranışlara girme olasılığını artıran işlemler de yasaklanabilecektir. Türkiye’de benzer şekilde yoğunlaşmaların kontrolünde SLC testine geçilmesi sektörde yaşanan devralmaların kontrolünü daha etkin bir hale getirebilecektir<sup>59</sup>. Perakende sektöründe hakim durum yaratmayan bir devralma işlemi yukarıda belirtilen gerekçe ile rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açabilir.

Bu durum Yeni Zelanda perakende sektöründe yaşanmıştır. Gıda perakendeciliğinde faaliyet gösteren belli başlı üç firma *Foodstuffs*, *Progressive* ve *Woolworths* piyasada sırasıyla %58, %24 ve %18 pazar payına sahiptir. *Progressive Woolworths*’ı devralmak amacıyla 2001 yılında Yeni Zelanda Rekabet Komisyonu’na izin başvurusunda bulunmuştur. Komisyon Temmuz 2001’de o an yürürlükte olan hakim durum testini uygulayarak anılan işleme, pazar payının yaklaşık % 45’e ulaşması ve karşılarında önemli bir rakibin bulunması (*Foodstuffs*) nedeniyle izin vermiştir<sup>60</sup>. *Foodstuffs* temyize başvurmuş, ardından yüksek mahkeme Komisyon’un yanlış testi uyguladığını, eski testin yeni yürürlüğe giren mevzuat ile ortadan kalktığını belirtmiştir. Komisyon ardından SLC testini uygulayarak pazarın yüksek yoğunlaşmış yapısını ve piyasaya giriş engellerinin yüksekliğini dikkate alarak, pazardaki oyuncu sayısının üçten ikiye düşmesinin işbirlikçi davranışların koordinasyonu olasılığını artıracığı ve rekabeti önemli ölçüde azaltacağı sonucuna vararak işleme izin vermemiştir<sup>61</sup>.

2003 yılında İngiltere’de Safeway perakende zincirini devralmaya yönelik olarak Tesco, Asda, Sainsbury ve Morrison paralel teklif vermişlerdir. İngiltere Rekabet Komisyonu tüm devralma senaryolarının incelendiği kapsamlı bir rapor hazırlamıştır<sup>62</sup>. İngiltere perakende sektörü yoğunlaşmış bir piyasa yapısına sahiptir. Teklif veren Tesco, Asda, Sainsbury ve Morrison sırasıyla %32, %23,

---

<sup>59</sup> *Rekabet Kurumu’nun 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Yapılması Öngörülen Değişikliklere İlişkin Taslak Metni’nde “Bir mal veya hizmet piyasasında rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak birleşme, devralma veya ortak girişim gibi yoğunlaşma işlemleri yasaktır” denilmektedir (m. 7). Böylece yoğunlaşma işlemlerinde hakim durum yaratmayan ancak rekabeti önemli ölçüde kısıtlayabilecek işlemlere de izin verilmeyebilecektir*

(Taslak metin için Bkz. <http://www.rekabet.gov.tr/word/taslakkanun.doc> )

<sup>60</sup> Anılan karar için bkz. Ahdar (2002)

<sup>61</sup> Yeni Zelanda’nın yeni birleşme testi (SLC) ve bu testin süpermarket sektöründeki uygulaması için bkz. Goddard ve Curry (2003).

<sup>62</sup> Bkz. Competition Commission (2003)

## REKABET Dergisi

%20 ve %7 pazar paylarına, devre konu Safeway ise %12 pazar payına sahiptir. Komisyon inceleme sonucunda Tesco, Asda ve Sainsbury'den herhangi birinin Safeway'i devralmasının (tamamen veya kısmen) rekabeti önemli ölçüde azaltacağı gerekçesiyle yasaklanması gerektiği yönünde görüş bildirirken, anılan zincirin Morrison tarafından devralınmasına yeşil ışık yakmıştır. Komisyon Tesco veya diğerleri tarafından Safeway'in devralınması durumunda önemli oyuncuların sayısının dörtten üçe düşeceği, çeşitliliğin azalacağı ve dolayısıyla rekabetin önemli ölçüde azalacağı sonucuna ulaşmıştır. Öte yandan Komisyon Morrison'un Safeway'i devralmasına izin verirken, 481 Safeway mağazasından 53'ünün (veya o mağazaların bulunduğu bölgelerdeki Morrison mağazalarının) elden çıkarılmasına karar vermiştir. Anılan kararda iki önemli noktaya vurgu yapılmaktadır:

- Birincisi yoğunlaşmış bir perakende sektöründe ulusal pazarda bir birleşme/devralma önemli oyuncuların sayısını dörtten üçe düşürüyorsa rekabet önemli ölçüde azalacaktır.
- İkincisi lokal pazarlarda tüketici tercihi açısından en az üç rakip mağaza bulunmalı, dört mağaza tercih edilmelidir.

Safeway kararından, bundan sonra İngiltere'de kalan dört büyük oyuncunun kendi aralarındaki devralmalara izin verilmeyeceği sonucunu çıkarmak mümkündür. Hem İngiltere hem de yer verilen Yeni Zelanda örnekleri, tek başına hakim durumun söz konusu olmadığı ancak oligopolistik perakende pazarlarında yoğunlaşmaların kontrolünün ancak SLC testinin uygulanması ile mümkün olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.

Migros/Tansaş işlemi Türkiye'de perakende sektöründe gerçekleşen en büyük devralmadır. Migros Türkiye'nin en büyük perakendecisi iken Tansaş Ege Bölgesi'nde pazar lideridir<sup>63</sup> (Tansaş 2004). Devralma sonrası tarafların organize perakende pazar payları Türkiye çapında %21'e ulaşmıştır (Tablo 3). Bir başka açıdan Türkiye'nin en büyük perakendecisinin Ege Bölgesi'nin pazar liderini devraldığını söylemek mümkündür. Ayrıca Migros'un da Ege Bölgesi'nde önemli bir pazar payı bulunduğu dikkate alındığında, Ege Bölgesi'ndeki yoğunlaşma oranının Türkiye çapındaki oranın çok üzerinde olduğu ve bu işlemin esas etkisini Ege Bölgesi'nde gösterdiği söylenebilir<sup>64</sup>. Nitekim Rekabet Kurulu devralma

<sup>63</sup> Tansaş mağazalarının %55'i Ege Bölgesi'ndedir (Bkz. Tansaş 2005).

<sup>64</sup> Migros Grubu'nun Ege Bölgesi'nde 40 adet mağazası (M, MM, MMM formatlarında) bulunmaktadır. Şok mağazaları hariç olmak üzere toplam 203 mağazasının beşte biri Ege Bölgesi'ndedir.

(Bkz. <http://www.migros.com.tr/magazalar.asp>)

## **REKABET Dergisi**

işlemine ilişkin kararında yoğunlaşma yaşanan 28 coğrafi pazarın yarısının Ege Bölgesi'ndeki pazarlar olduğu tespit etmiştir<sup>65</sup>. Anılan kararda yoğunlaşmanın yüksek olduğu bölgeler Çeşme, Edremit, Nazilli, Kuşadası, Marmaris, Eskişehir, Niğde ve Bolu olarak sayılmaktadır (parag. 440 ila 680). Hatta 1000 m<sup>2</sup>'den yüksek perakendecilerin oluşturduğu pazar dikkate alındığında tarafların pazar payları Çeşme, Nazilli ve Kuşadası'nda %100'e ulaşmaktadır. Pazar 300 m<sup>2</sup>'lik eşige kadar çekildiğinde bile Kuşadası, Edremit, Çeşme ve Nazilli'de pazar payları toplamı hakim durum oluşturabilecek büyüklüğe erişmektedir<sup>66</sup> (parag. 940). Öte yandan Kurul anılan bölgelerde yüksek pazar paylarına rağmen potansiyel rekabet koşullarının mevcut olduğu gerekçesiyle devralma işlemine izin vermiştir. Kanımızca ilgili ürün pazarının tespitinden başlayarak Ege bölgesi özelinde işlemin yerel ve bölgesel bazda yaratacağı rekabet sorunları (yüksek yoğunlaşma oranları) dikkate alınarak ayrıntılı bir inceleme yapılması ve gerekirse yukarıda yer verilen ülke örneklerinde olduğu gibi yoğunlaşmanın yüksek olduğu bölgelerde mağaza elden çıkarma şartının getirilmesi daha doğru bir yaklaşım olurdu<sup>67</sup>. Mağaza elden çıkarma şartının getirilmesi perakendecilikte yoğunlaşmalarda en sık görülen yapısal önlemlerden birisidir (Bkz. Rewe/Meinl kararı, Competition Commission (2003) ve (2005)). Ancak mağazanın elden çıkarılması tek başına yeterli olmayıp, mağazanın devralan teşebbüsün dışında kime satılacağı da önem taşımaktadır. Zira bu önlem ile devralmadan önceki rekabet ortamının devamı sağlanmalıdır. Bu gerekçelerle lokal bir pazarda rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuran bir devralmada, devreden teşebbüse o bölgedeki mağazasını/mağazalarını aktif rakip olarak faaliyet gösterebilecek nitelikteki bir teşebbüse devretmesi şartı getirilebilmelidir. Örneğin ülke çapında 6 perakendecinin (A, B, C, D, E ve F), inceleme kapsamındaki bölgede ise 4 perakendecinin olduğunu (A, B, C ve D) ve bunlardan birinin diğerini devralması durumunda (örneğin A'nın B'yi devralması durumunda) bu bölgede rekabetin önemli ölçüde kısıtlanacağını varsayalım<sup>68</sup>. Rekabet Otoritesi

---

<sup>65</sup> Bkz. d.n. 6, parag. 410

<sup>66</sup> İlgili kararda pazar payları ve marketlerin ciro rakamları ticari sır gerekçesi ile çıkarılmıştır. Ancak kararın gerekçesinde yer verilen marketlerin kasa sayılarına göre tahmini pazar payları hesaplanabilir. Bu hesaba göre tarafların pazar payları toplamı Kuşadası'nda %64, Edremit'te 78, Çeşme'de %83 ve Nazilli'de %62'dir.

<sup>67</sup> Nitekim raportörlerin bir bölümü yukarıda belirtilen endişelerden hareketle devralma işleminin 4054 sayılı Kanun'un 10. maddesi uyarınca nihai incelemeye alınmasını önermişlerdir (Bkz. parag. 60 raportör görüşü). Bu görüşe ayrıca iki Kurul üyesi karara karşı oy kullanarak katılmışlardır.

<sup>68</sup> Bu örnekte piyasaya girişin oldukça zor olduğu varsayılmıştır. Aksi durumda devralma potansiyel rekabetten dolayı rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurmayacaktır. Ancak

## **REKABET Dergisi**

işlemi gerçekleştiren teşebbüslere bu bölgede devralınan mağazayı (B'yi) (veya bazı durumlarda A'nın veya B'nin mağazalarından herhangi birisini) aktif bir rakibe satma şartı getirdiğinde, aktif rakip bu bölgede faaliyet gösteren C ve D mağazaları ile ülkenin diğer bölgelerinde faaliyet gösterip de bu bölgede faaliyet göstermeyen E ve F perakendecileri olacaktır. Rekabet perspektifinden en uygun alıcı E ve F perakendecileri olacak, bu durumda bölgedeki tüketiciler yine 4 farklı bağımsız teşebbüs arasında tercih yapabilecektir. C veya D perakendecilerinden herhangi birine satılması durumunda ise diğer koşullara da bağlı olarak rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurabilir. Anılan mağazanın gıda perakendeciliği dışında birine satılması durumunda (örneğin bir beyaz eşya/elektronik perakendecisine) veya kapatılması durumunda, bölgede üç farklı bağımsız teşebbüs kalacak ve devralma öncesi duruma göre rekabet ve dolayısıyla tüketicilerin tercihleri kısıtlanmış olacaktır.

Sonuç olarak, HTM perakendeciliğinde Migros/Tansaş devralmasında olduğu gibi yerel/bölgesel pazarlarda yoğunlaşmalar rekabet sorunları yaratabilir. Bu sorunlar diğer ülke örneklerinde olduğu gibi yoğunlaşmalar rejiminin kuvvetlendirilmesi ile çözülebilir. Ancak bu bile HTM perakendeciliğinde alım gücü kaynaklı rekabet sorunlarının çözümünde yetersiz kalabilmektedir. Bu yetersizlik çeşitli ülkelerde mevcut soruna yönelik çeşitli ek/tamamlayıcı hukuki düzenlemelerin tartışılmasına yol açmıştır.

### ***Süpermarket Davranış Kodu***

Bu ek düzenlemelerden ilki İngiltere'de uygulamaya sokulan Süpermarket Davranış Kodu'dur<sup>69</sup>. İngiliz Rekabet Komisyonu'nun 2000 yılında "Süpermarketler" başlıklı kapsamlı çalışmanın ardından alım gücünden kaynaklanan olumsuz etkilere çare bulmak amacıyla yürürlüğe girmiştir (Competition Commission (2000). En az %8 HTM alımı yapan beş market zinciri (Asda, Safeway (Morrison), Sainsbury, Somerfield ve Tesco) tarafından raporda belirtilen 30 uygulamanın gerçekleştirilmesinin, sağlayıcıların rekabet edebilirliğini olumsuz yönde etkileyebileceği ve tedarik pazarında rekabeti bozabileceğinden hareketle, bu zincirlerin alım gücüne sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Rekabet Komisyonu %8'lik eşiği karşılayan her süpermarket zincirine Kod'a uyma konusunda taahhütname verme zorunluluğu getirilmesini tavsiye etmiştir.

---

*HTM perakendeciliği tek noktalı alışveriş çerçevesinde başta ölçek ve kapsam ekonomilerinden kaynaklanan piyasaya giriş engellerinin bulunduğu bir sektördür.*

<sup>69</sup> Bu düzenlemeye ilişkin gözden geçirme raporuna için bkz. OFT 697 (2004)

Düzenlemenin son durumuna ilişkin olarak bkz. OFT 807 (2005)



## **REKABET Dergisi**

Bu raporun ardından 2002 yılında Kod yürürlüğe girerek uygulanmaya başlanmıştır. İngiltere Adil Ticaret Ofisi (OFT) üreticilerin Kod'un işlerliği eleştirileri üzerine Kod'u değiştirmemiş, ancak daha etkin kullanılmasını sağlayacak önerilerde bulunmuştur. Bu çerçevede OFT; süpermarket-sağlayıcı işlemlerinin olabildiğince yazılı bir şekilde yapılmasını sağlayarak şeffaflığı artırmayı, süpermarketlerin Kod'a uyum prosedürlerini düzenli olarak izlemeyi ve üreticilerin ticari birliklerinin üyeleri adına hareket etmelerini sağlamayı amaçlamaktadır<sup>70</sup>.

### ***Ekonomik Bağımlılığın Kötüye Kullanılması***

Rekabet hukuku düzenlemelerinin dışında alım gücüne yönelik bir diğer düzenleme ise ekonomik bağımlılığın kötüye kullanılmasıdır<sup>71</sup>. AB üyesi Fransa, İspanya, İtalya, Portekiz ve Yunanistan'da bu yönde özel kurallar bulunmaktadır. Örneğin Fransa'daki yasada eşdeğer alternatifi bulunmayan sağlayıcı ya da müşterinin ekonomik bağımlılık halinin bir veya bir grup teşebbüs tarafından kötüye kullanılması yasaklanmıştır. Kötüye kullanma hallerine örnek olarak mal vermeyi reddetme, ayrımcı satış koşulları uygulama sayılabilir. Söz konusu düzenlemeye yönelik olarak yapılan en büyük eleştiri, bu kavramın iktisat teorisinde temelini olmamasıdır (Bkz. Vogel (1998)). Ayrıca ekonomik bağımlılığın kötüye kullanılmasına yönelik kurallar ile rekabetçi sürecin kendisinden çok rakiplerin korunmasının amaçlandığı ileri sürülmektedir.

## **5. BÜYÜK MAĞAZALAR KANUN TASARISI TASLAĞI: HTM PERAKENDECİLİĞİ İÇİN BİR ÇÖZÜM MÜ?**

Türkiye'de organize perakendeciliğin gelişmesi ile beraber 2000 yıllardan itibaren büyük zincirlerin sınırlandırılmasına yönelik çeşitli çabalar olmuştur. Son olarak 2006'da Büyük Mağazalar Kanunu Tasarısı Taslağı ilgili kurumların görüşü alındıktan sonra Başbakanlık'a sunulmuştur<sup>72</sup>.

Kanun Tasarısı ile 400 m<sup>2</sup>'nin üzerinde satış alanına sahip büyük mağazalarına açılış izin kriterleri başta olmak üzere çeşitli yükümlülükler getirilmektedir.

<sup>70</sup> OFT Basın bülteni, PN/146/05, 3 Ağustos 2005

<http://www.oft.gov.uk/News/Press+releases/2005/146-05.htm>

<sup>71</sup> Ekonomik bağımlılığın kötüye kullanılmasına yönelik Fransa ve diğer Avrupa ülkelerindeki uygulamalar için bkz Erdoğan (2003).

<sup>72</sup> Yasa tasarısı için bkz. <http://www.sanayi.gov.tr/webedit/gozlem.aspx?sayfaNo=2910>

Kanun Taslağı'nın 2006 yılının ikinci yarısında yasalaşması beklenmektedir.

## REKABET Dergisi

Tasarı'nın Tanımlar başlıklı 2. maddesine göre "Büyük Mağaza", 400m<sup>2</sup>'nin üzerinde satış alanına sahip süpermarket, hipermarket, megamarket, grosmarket, tanzim ve indirim satış mağazası veya tüketim maddeleri ve ihtiyaç malzemelerinin toptan ve/veya perakende satışının yapıldığı iş yerleri ile bunları ihtiva eden alışveriş merkezlerini ifade etmektedir.

Tasarıda kanunun uygulanması bakımından istisna tutulan, bir başka deyişle izin almaya gerek bulunmayan işyerleri arasında büyük mağazaların satış zincirleri ile şubeleri hariç satış alanı itibariyle 400 m<sup>2</sup>'yi aşmayan mağazalar sayılmaktadır.

Her iki madde birlikte düşünüldüğünde, büyük mağaza tanımına giren bir zincirin 400 m<sup>2</sup>'nin altındaki mağazası için de izin alması gerektiği anlaşılmaktadır<sup>73</sup>.

Tasarı özünde organize perakendeciler açısından piyasaya girişi zorlaştırıcı, girişim özgürlüğünü kısıtlayıcı ve ayırmacıdır. Tasarının AB'nin temel prensiplerine aykırı olduğu yönünde eleştiriler de bulunmaktadır<sup>74</sup>. Şöyle ki; AB mevzuatına göre herhangi bir yasal düzenlemenin mutlaka, şeffaflık, objektiflik, ayırmacı olmama, orantılı olma kriterlerine uygun hazırlanması gerekmektedir. Tasarının bu kriterleri karşılamaktan uzak olduğu vurgulanmaktadır. Örneğin tasarının isminde büyük mağazalar ifadesinin geçmesi bile ayırmacı niteliğini göstermesi açısından dikkat çekicidir. Ayrıca perakendeci markalarına, çalışma saatlerine sınır getirilmesi girişim özgürlüğünün sınırlandırılmaması kriteri ile çelişmektedir. AB'de bu çeşit düzenlemeler, sadece tüketicinin veya çevrenin korunması veya kamu yararı söz konusu olduğunda hoş görülebilmektedir. Ancak Tasarının tüketiciyi ve çevreyi koruduğunu veya bir kamu yararının olduğunu söylemek çok zordur. Genel gerekçeye göre Tasarı;

1. Tüketici haklarının korunmasını
2. Esnaf ve sanatkarlar ile küçük işletmelerin korunmasını

<sup>73</sup> Anılan Tasarının kapsamına 400m<sup>2</sup> büyüklüğün altında olan zincirler girmeyecektir. Kapsam dışı kalacak zincirin BİM olacağı düşünülmektedir. Zira BİM indirim mağazacılığı formatında 400m<sup>2</sup>'den küçük mağazalar ile faaliyet göstermektedir (ortalama büyüklük 250 m<sup>2</sup>). BİM'in 400 m<sup>2</sup>'nin üstünde birkaç tane mağazası bulunsu bile, bu mağazaları 400m<sup>2</sup>'nin altına indirmesi veya kapatması durumunda yasaya hiçbir şekilde tabi olmayacak ve rakiplerine karşı büyük avantaj sağlayacaktır. Mağaza sayıları ve büyüklükleri için bkz. [www.bim.com.tr](http://www.bim.com.tr).

<sup>74</sup> 30.6.2006 tarihinde TÜSİAD ve AMPD tarafından ortaklaşa düzenlenen Organize Perakende Sektörünün Türk Ekonomisindeki Yeri başlıklı seminerde, Avrupa Komisyonu İç Pazar Genel Müdürü Margot Froehlinger Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde de mevcut olan bu yöndeki düzenlemelerin AB mevzuatına aykırı olduğunu dile getirmiştir.

## **REKABET Dergisi**

3. Büyük mağazaların çeşitli adlar altında tedarikçisi konumunda bulunan küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik istismar edici taleplerin önlenmesini,
4. % 70'lere varan indirim ve promosyon uygulamaları karşısında KOBİ'lerin haksız rekabete karşı korunmasını,
5. Büyük mağazaların tedarikçi işletmelere yapacakları ödemelerin belirli esaslara bağlanmasını
6. Büyük mağazaların imar planlarında belirlenmiş alanlarda veya uygun alanlarda kurulmalarının ve faaliyette bulunmalarının sağlanmasını

amaçlamaktadır. Genel gerekçeden anlaşıldığı üzere Tasarı sektördeki üç aktörün de korunmasını amaçlamaktadır: Üreticiler/sağlayıcılar (özellikle KOBİ'ler), esnaf ve sanatkarlar ve tüketiciler. Ayrıca gerekçenin amaçları arasında hem tedarik pazarına (3 ve 5) hem de perakende pazarına (2 ve 4) vurgu yapan konular bulunmaktadır.

Tasarının ana eksenini oluşturan konular kuruluş izin kriterleri, çalışma saatleri, perakendeci markaları, alım gücüne ilişkin maddeler, zararına satışlar ve indirimli satışlardır.

### ***Kuruluş İzni ve İzin Kriterleri***

Tasarının Kuruluş İzni başlıklı 4. maddesinde satış alanı on beş bin metrekareye kadar olan büyük mağazaların kuruluş izninin valilik tarafından verileceği, satış alanı on beş bin metre kareden büyük mağazaların kuruluş izninin ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından verileceği öngörülmektedir.

Tasarının 5. maddesi kuruluş izin kriterlerini düzenlemektedir. Maddenin b bendinde izin kriterleri arasında "faaliyet gösterilecek yerdeki esnaf ve sanatkarlar ile küçük ve orta boy işletme yoğunluğu" yer almaktadır. Bu kriter yasa tasarısının amaçlarından biri olan küçük ve orta boy işletmelerin büyük mağazaların rekabetinden korunmasına vurgu yapmaktadır. Ayrıca aynı maddenin c bendinde "büyük mağazaların şehir merkezlerine ve birbirlerine olan uzaklıkları" izin kriterleri arasında yer almaktadır. Söz konusu kriterden bir büyük mağaza şubesinin açılması sırasında diğer büyük mağazalara olan mesafenin dikkate alınacağı, eş deyişle birbirine yakın büyük mağazaların açılmasının zorlaştırılacağı anlaşılmaktadır. Ayrıca bu hüküm ile küçük ve orta boy işletmeleri büyük mağazaların rekabetinden korumasının yanında büyük mağaza sayısı kontrol altında tutularak mevcut büyük mağazalara önemli bir avantaj sağlanacağı da

## **REKABET Dergisi**

söylenbilir<sup>75</sup>. Sonuç olarak tasarının bu maddesi geleneksel perakendecileri korumak amacıyla düzenlenmiş olmasına rağmen esas olarak mevcut büyük mağazalara yeni mağaza açılmasını zorlaştırarak bir pazar gücü sağlamış olacaktır.

### ***Çalışma Saatleri***

Tasarının çalışma saatleri başlıklı 9. maddesine göre büyük mağazaların çalışma saatlerinin illerin nüfusuna, sosyoekonomik gelişmişlik düzeyine ve mevsim şartlarına göre iş günü, hafta sonu, resmi tatil ve bayram günlerinde valilikler tarafından belirlenecektir. Ayrıca 400 m<sup>2</sup> eşliğinin altındaki mağazaların da bu maddeye tabi olacağı belirtilmektedir. Bu madde ile örneğin pazar günleri tüm mağazaların kapalı tutulması mümkündür. Pazar günleri mağazaların kapalı tutulması durumunda satışların bir kısmının küçük ve orta ölçekli perakendecilere kayması beklenebilir.

Birçok ülkede perakende sektöründe çalışma saatlerinin regülasyonu ile ilgili düzenlemeler bulunmaktadır (Tablo 13)

---

<sup>75</sup> Tasarının yasalaşması durumunda mevcut büyük mağazalara otomatik olarak izin verilmiş olacaktır (geçici madde 1)

## REKABET Dergisi

**Tablo 13. Mağaza Açılış/Kapanış Saatlerine İlişkin Düzenlemeler**

Hafta İçi	Cumartesi	Pazar/ Tatil günleri
Ortalama 6:00 - 21:00 arası çalışılıyor. Günde ortalama 15 saat açık Kısıtlama olan ülkelerin çoğunda Cuma günleri 1 saat fazla açık Kısıtlama olmayan ülkeler: Fransa, İzlanda, İrlanda, Lituanya, Norveç, Slovakya, Slovenya, İsveç, İngiltere	ortalama 6:00 - 19:30 arası çalışılıyor Günde ortalama 13 saat çalışılıyor  9 ülkede kısıtlama yok	Ülkeler arasında çok farklılaşmakta Çalışma saatleri diğer günlere göre daha kısa.  4 ülkede mağazalar için büyüklük sınırlaması var: - hipermarketler 8:00 - 13:00 arası çalışabilir (Portekiz) - 280m <sup>2</sup> altı mağazalar kısıtlamaya tabi değildir. Büyük mağazalar 10:00 - 18:00 arası açık (İngiltere) - 200m <sup>2</sup> 'nin altında satış alanına sahip ve belirli yerlerde bulunan mağazalar açılabilir. (Slovenya) - 27.1 milyon Danimarka kronu (Yaklaşık 7,5 milyon YTL). Cironun altındaki mağazalar herhangi bir kısıtlamaya tabi değildir. Bazı ülkelerde pazar günleri çalışmak yasak fakat yılda belirli sayıda pazar gününde açılmaya izin veriliyor. Genellikle benzin istasyonları ve benzin istasyonlarındaki dükkanlar, turistik yerlerdeki dükkanlar, tarihi yerlerde bulunan dükkanlar, oteller, havalimanları, limanlar ve tren istasyonlarındaki dükkanlar, ekmekçiler, restoranlar, çiçekçiler, pastaneler açık.

*Kaynak: Euro Commerce (2006)*

**REKABET *Dergisi***

## REKABET Dergisi

Çalışma saatlerinin düzenlenmesini/sınırlanmasını savunanlar uzun saatler çalışılmasının çalışanların aileleri ile zaman geçirmesini sınırlayacağını ve dolayısıyla sosyal dengenin bozulabileceğini, istihdamın kalitesini de düşürebileceğini belirtmektedir. Özellikle büyük perakendeciler tarafından seslendirilen diğer görüş ise çalışma saatlerinin kısıtlanmasının yapılmış olan yatırımların karşılığını daha uzun sürede geri alınmasına ve tüketici talebinin karşılanmamasına yol açabileceği yönündedir. Ayrıca bu yönde sınırlamanın istihdamı da azaltacağı dile getirilmektedir.

Türkiye perakende sektörü çalışma saatleri konusunda liberal bir ülkedir. Hafta sonlarında büyük mağazalar herhangi bir sınırlama olmaksızın günde 12 saat çalışabilmektedir (10:00-22:00 arası). Avrupa'da ise çalışma saatlerinde sınırlamanın etkili olduğu gün pazardır. Bazı ülkelerde pazar gününe ilişkin sınırlama mağaza büyüklüğü ile ilişkilendirilmektedir. İngiltere'de pazar günlerinde 280 m<sup>2</sup>'nin altındaki yerlere ilişkin herhangi bir sınırlama yokken, anılan eşğin üzerindeki yerler saat 10 ile 18.00 arasında en fazla sürekli olarak 6 saat açık kalabilmektedir.

Çalışma saatlerinin uzatılmasına işçi sendikaları ve küçük satış noktaları karşı çıkmaktadır. Küçük satış noktalarının çalışma saatlerine yönelik regülasyonların gevşetilmesinin karşısında olmasının büyük mağazaların rekabetinden kaçma güdüsü ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Her ne kadar karşı görüşler bulunsun bile Avrupa'daki eğilim çalışma saatlerine ilişkin regülasyonların kaldırılması/gevşetilmesi yönündedir<sup>76</sup>. Serbestleşme hareketleri İsveç, Fransa gibi ülkelerde yıllar önce başlamışken, Avusturya, Finlandiya, Almanya, İtalya, Norveç ve İspanya'da ise son yıllarda görülmeye başlanmıştır. 2005 yılında Yunanistan'da mağaza açılış saatlerine yönelik daha liberal bir mevzuat yürürlüğe girmiştir<sup>77</sup>. Yunanistan'da hükümetin değerlendirmesine göre ticari faaliyetlerde çalışma saatlerinin uzatılması işsizliği azaltmaya yardımcı olacaktır. Bu liberal düzenleme ile tüketicilerin alışveriş ihtiyaçlarının zamanında karşılanması da sağlanacaktır. Avrupa'daki serbestleşme hareketlerinin temelinde, tüketici taleplerinin zamanında karşılanmasına ve ticari hayatın canlanması ile birlikte işsizliğin azalmasına yol açacağı düşüncesi yatmaktadır. AB üyesi ülkelerde çalışma saatlerine yönelik sınırlamaların gevşetildiği/kaldırıldığı bir dönemde

---

<sup>76</sup> Son yıllarda Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde çalışma saatlerine ilişkin serbestleşme hareketleri için bkz. *Industrial Relations in Retail*,

<http://www.eiro.eurofound.eu.int/2004/07/study/tn0407101s.html>

<sup>77</sup> Yunanistan'da Çalışma Saatlerine Yönelik Yeni Düzenleme

<http://www.eiro.eurofound.eu.int/2005/09/feature/gr0509103f.html>

## REKABET Dergisi

Türkiye’de çalışma saatlerine yönelik sınırlamalar getirilmeye çalışılması ironik bir durumdur.

Türkiye’de çalışma saatlerinin sınırlandırılması kapsamında özellikle pazar günü tüm perakendecilerin faaliyet göstermelerinin engellenmesi gerektiğine yönelik görüşler bulunmaktadır. Geleneksel kanalda yer alan bakkalların ve toptancıların temsilcisi konumunda olan Türkiye Bakkallar ve Bayiler Federasyonu (TBBF) büyük mağazaların çalışma saatlerine sınırlandırma getirilmesi yönünde görüş taşımaktadır<sup>78</sup>. Öte yandan İstanbul’daki yerel/bölgesel zincirleri temsil eden İstanbul Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Perakendecileri Derneği (Perder İstanbul) Tasarıya ilişkin olarak verdiği görüşte öncelikli olarak pazar günlerinde tüm perakende mağazalarının faaliyetlerinin yasaklanması gerektiğini savunmaktadır<sup>79,80</sup>. Perder İstanbul görüşünde pazar günü tatili uygulamasının çalışanların aile ilişkilerini kuvvetlendireceğini ve sosyal yaşamın tesis edilmesi yönünde olumlu neticeler vereceğini vurgulamaktadır. TBBF’den farklı olarak Perder’in temsil ettiği perakendecilerin organize perakende içinde yer almasına rağmen Tasarıya ve özellikle çalışma saatlerinin sınırlandırılmasına yönelik olumlu görüş vermesi dikkat çekicidir<sup>81</sup>.

Yerel ve bölgesel perakendecilerin çalışma saatlerinin sınırlandırılması ve pazar günlerinin tatil edilmesi yönündeki görüşlerinin küçük satış noktalarının Tasarıya karşı çıkış güdülleri ile aynı olduğu düşünülmektedir. Pazar günleri büyük perakendecilerin, hipermarketlerin ciro anlamında en çok satış yaptıkları gündür. Özellikle alışveriş merkezleri içersinde yer alan hipermarketler hafta sonları çekim merkezi haline gelmektedir. Bu alışveriş merkezlerinde tüketiciler alışverişleri yanında çeşitli sosyal ihtiyaçlarını da karşılayabilmektedir. Tüketicilerin bu merkezlere talebi yoğunlukla küçük ve orta ölçekli süpermarket formatında faaliyet gösteren yerel/bölgesel zincirlerinin hafta sonları satışlarının

<sup>78</sup> TBBF’nin Hiper - Grosmarketler Karşısında Bakkal ve Market Esnafının Durumu Raporu  
<http://www.tbbf.org.tr/tr/guncel/rapor.html>

<sup>79</sup> Perder’in Büyük Mağazalar Kanun Tasarısı Taslağına İlişkin Görüşleri  
<http://www.istanbulperder.org.tr/test/perder.asp?perder=8>

<sup>80</sup> Ankara Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Perakendecileri Derneği (Perder Ankara) ve İstanbul Perder Tasarıya olumlu görüş vermekte ve özellikle pazar gününün tatil edilmesini savunmaktadır. Satış Noktası Dergisi Haziran 2006, sayı: 118, s.4.

<sup>81</sup> Türkiye’nin en büyük bölgesel zincirlerinden biri olan Kiler Marketler Zincirinin sahibi Vahit Kiler Tasarıya olumlu görüş vererek çalışma saatlerine ilişkin olarak “Pazar günleri mağazaların kapatılıp 100 m<sup>2</sup>’nin altındaki bakkalları açık tutarsak potansiyel çok hızlı büyür. Perakende sektöründe çalışanlar pazar günü çalışmanın sıkıntılarını yaşıyorlar” biçiminde görüşünü dile getirmiştir. Ankara Ticaret Odası Tasarıya olumlu görüş veren kuruluşlardan biridir. Satış Noktası Dergisi Mayıs 2006 sayı:117, s.4



## **REKABET Dergisi**

düşmesine neden olabilmektedir. Dolayısıyla pazar günlerinin tatil edilmesi, eş deyişle tüketici talebinin hafta içine ve cumartesiye kayması bu satışların bir kısmının yerel/bölgesel zincirlere yönelmesine yol açabilecektir. Bu gerekçe ile çalışma saatlerinin sınırlandırılmasından geleneksel perakendeciler yanında yerel/bölgesel perakendecilerin de olumlu etkileneceğini söylemek mümkündür.

### ***Alım Gücüne İlişkin Hükümler***

Tasarının ödemeler başlıklı 11. maddesinde büyük mağazaların alışveriş yaptıkları işyerleri ile satın alma ve ödeme şartlarını belgeye dayalı olarak kararlaştırmalarının esas olduğu belirtilmekle beraber, belgeye dayalı olmadığı durumlarda büyük mağazaların ödemelerini ürün gruplarına göre farklılaşan tarihlerde ödemelerini gerçekleştirmek zorunda oldukları vurgulanmaktadır. Ayrıca Tasarının 12. maddesinde büyük mağazaların anlaşmalarında yoksa tedarikçi veya üreticiden hizmet, raf, katılım, reklam, anons bedeli ve benzeri uygulamalar altında herhangi bir ücret talep edemeyecekleri öngörülmektedir. Türkiye’de HTM perakendeciliğinde çeşitli adlar altında bu ücretler talep edilmektedir<sup>82</sup>. Büyük perakendecilerin herhangi bir hizmet karşılığı olmaksızın tek taraflı olarak üreticilerden bu ücretleri talep etmeleri, üreticilerin raflara girişini ve dolayısıyla faaliyetlerini zorlaştırmaktadır. Alım gücü kaynaklı rekabet sorunlarına mevcut rekabet hukuku düzenlemeleri ile müdahale olanağının sınırlı olduğu dikkate alındığında, bu yönde bir düzenleme olumludur.

### ***Zararına Satışlar***

Tasarının Yasaklar başlıklı 12. maddesinde büyük mağazaların diğer işletmelere zarar verecek ve haksız rekabet oluşturacak şekilde maliyetin altında, zararına satış yapamayacakları ifade edilmektedir.

HTM perakendeciliğinde özellikle büyük perakendecilerin uyguladığı satış politikalarından biri de düşük fiyatlı satışlardır. Düşük fiyatlı satışlar maliyetin altında veya üstünde olabilir. Alım gücüne sahip perakendeciler ölçek ve kapsam ekonomilerinden kaynaklanan avantajları fiyatlarına yansıtıp görece alım gücü az rakiplerine göre düşük fiyatlı satış yapabilir. Bu satışlar rakip perakendeciler açısından gerçekte öyle olmadığı halde, maliyetin altında satış olarak algılanabilir. Düşük fiyatlı satışların bir kısmı da gerçekten perakendecinin maliyetinin altında yapmış olduğu satışlar olabilir. Ancak bu satışlarda da amaç rakibe zarar vermekten ziyade maliyet altı satışı pazarlama taktiği olarak kullanılmaktadır. Taymaz, Erdoğan ve Çelen (2005) çalışmasında perakendecilerin büyük bir çoğunluğu (yaklaşık %90’ı) en az ayda bir kere maliyet altı satış yapmakta, ancak

---

<sup>82</sup> Anılan uygulamaların yaygınlığı üzerine yapılan çalışma için bkz. Taymaz, Erdoğan ve Çelen (2005).

## REKABET Dergisi

perakendecilerin % 52'si bunu bir pazarlama aracı olarak görmekte, % 28'i ise maliyet altı satışların rakipleri piyasa dışına itmek için kullanmaktadır. Bu nedenle maliyet altı satışların genellikle müşterileri mağazaya çekmek için kullanılan bir pazarlama aracı olduğu ve bu yönüyle de rekabet hukuku kurallarıyla çatışmadığı söylenebilir<sup>83</sup>. Düşük fiyatlı satışların yasaklanması markalı üreticilerin fiyatlarını düşük tutarak diğer zincirlerle fiyat rekabetine girilmesini önleyecektir. Eş deyişle markalı ürünlerin fiyatları farklı satış noktalarında benzer fiyatlardan satılacak bu durumda da marka-içi fiyat rekabeti kısıtlanabilecektir<sup>84</sup>. Marka-içi fiyat rekabetinin ortadan kalkması ve fiyatların şeffaflaşması ile birlikte üreticiler arasında kartel kurma olasılığını yükseltebilecektir.

Perakendecilerin maliyet altı satışlarının yasaklandığı ülkeler arasında Fransa, İtalya, Almanya, İspanya bulunmaktadır<sup>85</sup>. Ancak bu ülkelerde anılan düzenlemeler fiyat rekabetini önlediği gerekçesiyle eleştirilmektedir. İrlanda'da 1987 yılından beri uygulanan maliyet altı satışları yasaklayan *Groceries Order*, 2006 yılında yürürlükten kaldırılmıştır. İrlanda Rekabet Otoritesi yapmış olduğu çalışmada düzenlemenin fiyat rekabetini kısıtladığını ve tüketicilere yıllık yaklaşık 500 avro bir maliyete sebep olduğunu belirterek, ilgili bakanlığa yasanın kaldırılması yönünde görüş vermiştir<sup>86</sup>.

### **İndirimli Satışların Düzenlenmesi**

Tasarının 12. maddesinde büyük mağazaların tasfiye, nakil, kış ve yaz mevsim değişimi, seri sonu indirimli satışlar gibi hallerde, bağlı olduğu odadan süresi belirlenecek şekilde izin almaları gerektiği ifade edilmektedir. Zamanlama olarak da tasfiye ve işyeri değişikliği dışında bayram ve özel günler, yaz ve kış sezonu bitimi ve mevsim sonu olarak sınırlandırılmıştır<sup>87</sup>. İndirimli satışların izne

<sup>83</sup> İlgili bölümde söylendiği üzere, maliyet altı satışların rekabet ihlali olarak değerlendirilebilmesi için bu politikayı izleyen teşebbüsün hakim durumda olması şartı aranmaktadır.

<sup>84</sup> Rekabet hukukunda marka-içi fiyatın ortadan kaldıran uygulamalar rekabete aykırı bulunarak yasaklanmaktadır.

<sup>85</sup> Söz konusu ülkelerdeki düzenlemeler için bkz Erdoğan (2003)

<sup>86</sup> İrlanda Rekabet Otoritesi tarafından yapılan çalışmaya ilişkin basın bülteni için bkz. <http://www.tca.ie/>

Çalışmada dayanıklı tüketim mallarının ve hazır giyim fiyatlarının düşerken gıda maddelerinin fiyatlarının yükselmesinin yasadan kaynaklandığı sonucuna varılmıştır.

<sup>87</sup> Ayrıca madde hükmünün lafzından düzenlemenin hazır-giyim sektörü dikkate alınarak hazırlandığı anlaşılmakta olmasına karşın bu ayırım belirtilmemiştir. Büyük mağazaların satışlarının büyük çoğunluğu hızlı tüketim mallarından oluşmaktadır. Hızlı tüketim mallarında satış frekansı hazır giyim sektörüne göre çok fazladır. Örneğin bir büyük mağaza gün içinde bir ürün için anons yolu ile iki saatliğine ya da hazır sıcak yiyecekler veya fırın reyonunda gün

## **REKABET Dergisi**

bağlanması fiyat rekabetini zorlaştırıcı sonuç doğuracak ve bu maliyeti de yüksek fiyatlar yoluyla tüketici ödeyecektir.

### ***Perakendeci Markalarına Sınır Getirilmesi***

Tasarının 12. maddesinin a bendinde, büyük mağazaların tedarikçi veya üreticilere ürettirip satın aldıkları ürünleri kendi markaları altında satmaları halinde bu satışların toplamının cirolarının %40'ını geçemeyeceği belirtilmektedir.

Mağaza markaları genel olarak üreticilere özellikle de küçük ve orta ölçekli üreticilere tehdit olarak algılanmakta, perakendeci markalarının süpermarket raflarında anılan üreticilerin markalarının yerini aldıkları iddia edilmektedir. Kısaca mağaza markaları üreticiler için tehdit, perakendeciler için ise fırsat olarak görülmektedir.

İlgili bölümde vurgulandığı üzere Türkiye'de perakendeci markaları perakendecilerin ciroları içinde henüz çok önemli yer tutmamaktadır<sup>88</sup>. Bu yönüyle Tasarıda belirtilen %40'luk ciro eşiğinin kısa vadede aşılması söz konusu olmayacaktır<sup>89</sup>.

AB üyesi ülkelerden sadece Polonya'da PM'ye yönelik benzer bir sınırlama bulunmaktadır. Polonya'da 2003 yılında haksız rekabet yasasına indirim marketlerin cirolarının en fazla %20'sinin mağaza markalarından gelebileceği eklenmiştir<sup>90</sup>. Polonya'da mağaza markalarına yönelik getirilen sınırlama küçük ve orta ölçekli üreticiler ve perakende zincirler tarafından çeşitli gerekçelerle eleştirilmektedir<sup>91</sup>. Öncelikle büyük perakendeciler için mağaza markası üretiminde bulunan üreticiler üretimlerinde önemli ölçüde düşüşler ve işgücü kaybı olacağını belirtmiştir. Ayrıca bu durumda çok sayıda küçük işletme iflas riskiyle karşılaşabilecektir. Zira birçok küçük üretici için zincir marketlerin raflarında bulunmanın yolu mağaza markası üretiminde bulunmaktadır. Polonya'da anılan

---

*sonunda elde kalan ürünlere göre indirim yapılabilir. Bu tür indirimler için oda izni getirilmek istenmesi piyasa koşullarıyla uyum sağlamakta, uygulanabilir de bulunmamaktadır.*

<sup>88</sup> *Türkiye'de perakendeci markası uygulamasını başlatan perakendeci olan Migros'un toplam satışlarının yaklaşık %10'unu bu markalar oluşturmaktadır (Bizim Market, Alışveriş Kültürü ve Gıda Dergisi, Mart 2006, s. 20). BİM toplam satışları içinde PM oranı 2005 yılı itibarıyla %45'tir. Bkz. BİM (2005). Dolayısıyla BİM anılan eşiğin biraz üzerindedir. BİM kuruluş izni kapsamında olmamasına rağmen Tasarıdaki 9., 11., 12. ve 13. maddelere tabi olacaktır.*

<sup>89</sup> *Söz konusu eşik Tasarının önceki versiyonlarında %20 olarak belirlenmişti.*

<sup>90</sup> *Polonya'da haksız rekabete ilişkin düzenlemeler için bkz.*

<http://paiz.gov.pl/index/?id=d2cdf047a6674cef251d56544a3cf029#13>

<sup>91</sup> *Bkz. Office for Competition and Consumer Protection (2003,12)*

## REKABET Dergisi

sınırlamanın ekonomik gelişmeye sekte vuracağı yönündeki eleştiri yanında ayrıca düzenlemenin Topluluk Hukukuna da aykırı olduğu da iddia edilmiştir.

Küçük ve orta ölçekli üreticilerin kendi markalarına yatırım yapmaları büyük pazarlama maliyetlerine katlanmaları oldukça zordur. Ayrıca bilindiği üzere, üreticiler için raflarda bulunmanın bedeli de oldukça yüksektir. Bu nedenle küçük üreticilerin kendi markaları ile zincir marketlerin raflarında yer bulmaları çok zor iken zincirlere mağaza markaları yoluyla giriş yapabilmektedir. Dolayısıyla küçük ve orta ölçekli üreticiler için mağaza markaları yoluyla piyasaya giriş kolaylaşmaktadır. Ayrıca PM'nin etkisini üzerine literatürde de bir görüş birliği bulunmaması bu yönde bir sınırlama getirilmesinin gerekçesini zayıflatmaktadır.

### Tasarının Olası Etkileri

Tasarının sektörde yer alan aktörler üzerindeki olası etkileri aşağıdaki tabloda özetlenmektedir.

**Tablo 14. Kazananlar/Kaybedenler**

	Kazananlar	Kaybedenler	Görece Kazançlı Olanlar
<i>BİM</i>	✓		
<i>Yerel/Böl. Zincirler</i>	✓		
<i>Markalı Üreticiler</i>	✓		
<i>Migros Grubu</i>			✓
<i>CarrefourSA Grubu</i>			✓
<i>Geleneksel Kanal</i>			✓
<i>Tüketiciler</i>		✓	
<i>Metro Grubu</i>		✓	
<i>Tesco/Kipa</i>		✓	
<i>Potansiyel Rakipler</i>		✓	

İndirim mağazası formatında faaliyet gösteren BİM, metrekare bağlamında büyük mağaza tanımına girmeyeceğinden yasa kapsamı dışında kalacaktır. Dolayısıyla BİM'in rakiplerine göre büyümesinin önünde bir engel olmayacaktır.

Yerel/bölgesel zincirler özellikle pazar günlerinin tatil edilmesinden olumlu etkilenecek, ulusal zincirlerin kaybedecekleri satışların bir kısmı kendilerine yönelecektir. Yerel zincirler ayrıca yeni mağaza açılmasının zorlaşmasıyla piyasaya yeni girmek isteyen veya payını artırmak isteyen oyuncuların satın

## REKABET Dergisi

almada hedefleri konumuna gelecektir. Bir başka deyişle içsel büyümenin kısıtlanması dışsal büyümeyi (devralmaları) teşvik edecektir. Bu süreçte de yerel/bölgesel zincirlerin piyasa değerleri artacaktır. Yerel zincirlere verilecek fiyat daha çok zincirin operasyonuna değil de yerine/konumuna verilecektir. Ek olarak, yerel zincirlerin ağırlıklı olarak küçük süpermarket/süpermarket formatında faaliyet göstermeleri, yeni mağaza açarken izin kriterlerinin katı uygulanmamasına neden olacaktır.

Markalı üreticilerin yasa tasarısından olumlu etkileneceği düşünülmektedir. Büyük zincirler marka gücü yüksek üreticilerin markalı ürünlerini olabildiğince ucuz satmaya çalışarak tüketicileri mağazalarına çekmeye çalışırlar. Bu satışlar maliyetin altında da olabilir. Düşük fiyatlı satışların yasaklanması ile artık perakendeciler markalı ürünlerde fiyat rekabetine giremeyeceklerdir. Markalı ürünlerde yaşanan fiyat rekabetinin azalması markalı ürünlerin fiyatlarının artmasına neden olacaktır<sup>92 93</sup>.

Tasarıda doğrudan fiyat rekabetini önleyici hükümlerin varlığı tüketicilerin yüksek fiyatlar veya düşük kalite/hizmet yoluyla zarar görmesine yol açacaktır. Tasarının piyasaya girişi zorlaştırması da aynı etkiyi doğuracaktır. Ek olarak Tasarının organize perakendenin içsel büyümesini sınırlandırması devralmaları teşvik edecek, bu durumda da sektörde yoğunlaşmalar artacaktır. Yoğunlaşmanın artması yine tüketiciye zarar verebilecektir. Bu gerekçelerle Tasarının en çok tüketicileri olumsuz etkileyeceği söylenebilir.

Metro/Real-Tesco/Kipa zincirlerinin hipermarket formatında faaliyet göstermeleri yeni mağaza açmalarında izin kriterlerinin daha sıkı uygulanmasına yol açacaktır. Ayrıca son devralmaların ardından anılan yasadan dolayı Migros ve Carrefour ile rekabet edebilmeleri için rakiplerinden daha hızlı büyümek zorunda olmaları, eş deyişle çok sayıda mağaza açmak zorunda olmaları bu zincirlerin faaliyetlerini zorlaştıracaktır. Rekabet edebilmek için yeterince büyümememe durumunda kalacak olan söz konusu zincirler Türkiye pazarından çıkabilirler.

Türkiye’de organize perakende sektörüne girmek isteyenlerle özellikle yabancı sermayeli perakendeciler (*Wal-Mart* gibi) yer sorunu, izin kriterleri vs nedenlerle var olan zincirleri devralma yoluna gidebilir. Tasarının yasalaşması durumunda Türkiye’de devralmaya konu olabilecek zincirlerin fiyatları da yükselecektir. Bu durum ödenecek fiyatı artırarak yeni girişleri caydırabilir. Sonuç olarak potansiyel rakipler için pazara giriş maliyeti yükselecektir. Pazara giriş

<sup>92</sup> Fransa’da yapılan çalışmalara göre Galland Yasa’sının 1996 yılında yürürlüğe girmesinden bir yıl sonra en çok satan 2000 markalı ürünün fiyatının %3,6 arttığı görülmüştür (Bkz. Colla 2004).

<sup>93</sup> Fransa’da markalı üreticiler bu gerekçeyle Galland Yasa’sına destek vermişlerdir (Colla 2004)

## REKABET Dergisi

yapılsa dahi bu maliyetler yüksek fiyat/düşük hizmet yoluyla tüketicilere yansıtılabilecektir.

Migros ve CarrefourSa'nın 2005 yılında devralmalar yoluyla büyümeleri ve yaygınlaşmaları sonucunda, mağazalarının olduğu yerlerde yeni girişlerin kısıtlanacak olması bu firmalara rekabetten kaçınma yoluyla bir avantaj sağlayacaktır. Genel itibariyle piyasaya girişi kısıtlayıcı nitelikteki Tasarı yaygın perakende zincirlerine bu yönüyle bir pazar gücü sağlamış olacaktır. Mevcut durumdan en fazla fayda sağlayacak zincirler Migros ve CarrefourSa Gruplarıdır.

Yasa Tasarısının esas amacının geleneksel kanalı oluşturan esnaf ve sanatkarların korunması olduğu dikkate alındığında, HTM perakendeciliğinde yaşanan dönüşümden olumsuz etkilenen bu satış noktaları bir ölçüde zaman kazanmış olacaktır. Bir başka deyişle geleneksel kanalın pazar kaybı devam edecek, ancak bu daha uzun sürede gerçekleşecektir.

### *Meslek Kuruluşlarının Tasarıya İlişkin Görüşleri*

Yasa tasarısının doğrudan ve dolaylı tarafı olan perakendecilerin, üreticilerin ve tüketicilerin temsilcileri konumunda olan meslek kuruluşlarının Tasarıya ilişkin görüşlerine Tablo 15'te yer verilmektedir.

**Tablo 15. Görüşler<sup>94</sup>**

Tasarıyı Destekleyenler	Tasarıya Karşı Çıkanlar
Perder	Tüketiciler Derneği (Tüder)
TBBF	Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)
Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK)	Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD)
İstanbul Gıda Toptancıları Derneği (İGTOD)	Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (Tüsiad)

Perder, pazar günleri mağazaların tatil edilmesini, zararına satışların önlenmesini ve indirim zamanlarına ilişkin düzenleme getirilmesini, perakendeci markaların yerel üreticilerin markalaşmasında engel oldukları gerekçesiyle sınırlandırılmasını, Tasarıdaki eşiğin indirim mağazalarını da kapsayacak şekilde 70 m<sup>2</sup>'ye indirilmesi gerektiğini savunarak Tasarının yasalaşması yönünde görüş vermektedir<sup>95</sup>. Perder görüşünde özellikle pazar günlerinin tatil edilmesi gerektiğine yönelik vurguda bulunmaktadır.

<sup>94</sup> Yukarıdaki tablo ilgili kurumların/kuruluşların web sayfalarında yer alan tasarıya ilişkin verdikleri görüşlere göre oluşturulmuştur.

<sup>95</sup> Perder İstanbul'un görüşü için bkz. <http://www.istanbulperder.org.tr/test/perder.asp?perder=8>

## REKABET Dergisi

Geleneksel kanalın temsilcisi konumunda olan TBBF hipermarketlerin şehir dışında kurulmalarının teşvik edilmesini, büyük mağazaların sayısına sınırlama getirilmesini, büyük mağazaların çalışma saatlerinin sınırlandırılmasını, şehir merkezinde kurulan hipermarketlerin vergi oranının yüksek tutulmasını, üreticilerin bakkallara ve hipermarketlere uyguladıkları ayırımıcı fiyatların sona erdirilmesini savunmakta ve Tasarının bu haliyle bazı açılardan yetersiz olduğunu belirtmektedir<sup>96</sup>. TBBF'nin üst kuruluşu konumunda olan TESK, TBBF ile aynı görüşleri paylaşmaktadır<sup>97</sup>. TESK ilave olarak, kuruluş izni konusunda yetkinin valiliklere bırakılmasına karşı çıkmakta ve eşğin 400 m<sup>2</sup>'nin altında belirlenmesi gerektiğini savunmaktadır.

İstanbul gıda toptancılarının temsilcisi konumunda olan İGTOD büyük mağazaların pazar günleri tatil edilmesini ve diğer günler için de çalışma saatlerinin sınırlandırılmasını istemektedir<sup>98</sup>.

Tüder, Tasarının tüketicilere yüksek maliyet olarak geri döneceğini belirterek küçük esnafa farklı yollardan destek verilmesini savunmaktadır. AMPD ve TÜSİAD Tasarının organize perakende sektörüne zarar vereceğini, kayıt dışı çalışmayı artıracığını, istihdam ve vergi kaybına neden olacağını belirterek düzenlemeye karşı çıkmaktadır<sup>99</sup>. BMD, Tasarının tüketiciye kalite, fiyat garantisi veren organize perakendenin önüne set çektiğini, kayıt dışı ekonomiye prim verdiğini belirtmekte ve Tasarıya karşı çıkmaktadır.

Sonuç olarak Tasarı yasalaşması durumunda perakendecilik sektörüne yasal bir giriş engeli yaratılmış olacaktır. HTM perakendeciliğinde mağaza yeri, büyük mağazaların rekabet gücü kaynağının başında gelmektedir<sup>100</sup>. Tasarının mağaza yeri konusunda sınırlama getirmesi, yeni mağaza açmayı zorlaştırması sektörün rekabetçi yapısına zarar verecektir. Rekabetin kısıtlanmasından da tüketicilerin zarar göreceği açıktır.

## 6. SONUÇ

Önümüzdeki yıllarda organize perakende sektörü hem geleneksel kanaldan pay almaya devam edecek, hem de kendi içinde 2005 yılında başlayan konsolidasyon süreci devam edecektir. Ayrıca bu dönemde perakendeci

---

Perder Ankara'nın görüşü için bkz. <http://www.perder.org.tr/index.php?PgId=2064>

<sup>96</sup> TBBF görüşü için bkz. <http://www.tbbf.org.tr/tr/guncel/rapor.html>

<sup>97</sup> TESK görüşü için bkz. <http://www.tesk.org.tr/tr/haberler/buyukmagaza.html>

<sup>98</sup> [http://www.ito.org.tr/ITOPortal/firmSDMBody.aspx?tabid=451&CatalogID=946&mid=1&DOC=21temmuz\\_itodan\\_ramitoptanci.doc.html](http://www.ito.org.tr/ITOPortal/firmSDMBody.aspx?tabid=451&CatalogID=946&mid=1&DOC=21temmuz_itodan_ramitoptanci.doc.html)

<sup>99</sup> [http://www.ampd.org/gundem/ampd\\_gorusu.aspx](http://www.ampd.org/gundem/ampd_gorusu.aspx)

<sup>100</sup> Taymaz, Erdoğan ve Çelen (2005)

## **REKABET Dergisi**

markalarının payının artması da beklenmelidir. Perakendeci markalarının artışı beraberinde özellikle ikincil markaları üreten üreticiler açısından raflara girememe sorununu da beraberinde getirecektir. Bu yapısal dönüşümde geleneksel kanal, bayi/toptancı sistemi ve ikincil marka üreticileri yeni dönemin kaybedenleri arasında olacaktır. Öte yandan organize perakendenin gelişmesi, verimlilik artışıyla beraber tüketiciye düşük fiyat/yüksek hizmet yolu ile yansımış durumdadır. Dolayısıyla bu dönüşüm sürecinin esas kazananı tüketiciler olmuştur.

Diğer yandan organize perakendede yaşanan yoğunlaşma orta ve uzun vadede tüketicilerin aleyhine olabilir. Son devralmalar ile birlikte ulusal oyuncu sayısının altıdan dörde düşmesi ve yoğunlaşma oranındaki hissedilir derecede artış yeni bir döneme girildiğinin göstergeleri olarak kabul edilmelidir. Türkiye’de birçok Avrupa ülkesinden farklı olarak güçlü yerel/bölgesel zincirlerin varlığı rekabetin sürekliliği açısından önemlidir. Ek olarak önümüzdeki süreçte bu zincirlerin ulusal zincirler tarafından devralınması özellikle yerel pazarlarda rekabetin kısıtlanmasına yol açabilir. Muhtemel gelişmeler dikkate alındığında Türkiye’de öncelikle yoğunlaşmaların kontrolüne ilişkin rejimin kuvvetlendirilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede hakim durum yaratmayan ancak rekabeti önemli ölçüde kısıtlayabilecek yoğunlaşmalara da müdahale etme olanağı sağlanmalıdır.

Öte yandan alım gücü kaynaklı rekabet sorunlarını çözmeye mevcut rekabet hukuku düzenlemeleri kimi açılardan yetersiz kalmaktadır. Önümüzdeki süreçte yoğunlaşmaların devam etmesi ile birlikte bu sorunların giderek artacağı da açıktır. İngiltere’de yaklaşık 4 yıldır uygulanan model Türkiye için de tartışılabilir. Ancak herhangi bir ek düzenleme getirilmeden önce çeşitli ülkelerde olduğu gibi alım gücü kaynaklı sorunların tespitine ve alternatif modellerin değerlendirilmesine yönelik kapsamlı çalışmalar yapılmalıdır.

Bu çerçevede organize perakende sektörüne yönelik yasa tasarısının hem piyasaya girişi zorlaştırarak hem de konsolidasyon sürecini artırarak başta tüketiciler olmak üzere birçok aktöre zarar vereceği söylenebilir. Avrupa’da uzun yıllardır regülasyona tabi olan perakende sektöründe son yıllarda serbestleşme/deregülasyon hareketleri çerçevesinde birçok sınırlamanın kaldırıldığı veya gevşetildiği dikkate alındığında, ülkemizde bu alanda kapsamlı bir regülasyona gidilmesi ironik bir durumdur. Kanımızca perakende sektöründe yapılabilecek tek düzenleme üretici-perakendeci ilişkilerine, bir başka deyişle alım gücüne yönelik olmalıdır.



## REKABET Dergisi

### KAYNAKÇA

AC Nielsen (2004), *Retailer Trend 2004*, Yayınlanmamış Rapor, İstanbul: AC Nielsen

Ahdar, R.J. (2002) “New Zealand-Mergers”, *European Competition Law Review (ECLR)* No. 23, s. 64

Berges-Sennou, F., P. Bontems ve V. Réquillart (2003), *Economic Impact of the Development of Private Labels*, Université de Toulouse (INRA, IDEI).  
[http://www.aae.wisc.edu/fsrg/publications/conference/Berges-Sennou\\_Bontems\\_Requillart.pdf](http://www.aae.wisc.edu/fsrg/publications/conference/Berges-Sennou_Bontems_Requillart.pdf)

BİM (2005), BİM Birleşik Mağazalar A.Ş. 2005 yılı faaliyet raporu  
[http://www.bim.com.tr/raporlar/BIM\\_faaliyetraporu\\_2005.pdf](http://www.bim.com.tr/raporlar/BIM_faaliyetraporu_2005.pdf)

Boston Consulting Group (2003), *Private Label: Threat to Manufacturers, Opportunity for Retailers*, <http://www.bcg.com/publications/files/PrivLabel.pdf>

Capital 500 (2006), 500 Büyük Özel Şirket, Ağustos 2006, sayı 2006/8, İstanbul

Colla, E. (2004) “Below-cost Legislation, Price Competition and Inflation in French Retailing”, *European Retail Digest*, Issue 44, s.31-35

Competition Commission (2005), *Somerfield plc / Wm Morrison Supermarkets plc: A report on the acquisition by Somerfield plc of 115 stores from Wm Morrison Supermarkets plc*  
[http://www.competition-commission.org.uk/rep\\_pub/reports/2005/501somerfield.htm](http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2005/501somerfield.htm)

Competition Commission (2003), *Safeway plc and Asda Group Limited (owned by Wal-Mart Stores Inc); Wm Morrison Supermarkets PLC; J Sainsbury plc; and Tesco plc: A Report on the Mergers in Contemplation*  
[http://www.competition-commission.org.uk/rep\\_pub/reports/2003/481safeway.htm](http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2003/481safeway.htm)

Competition Commission (2000), *Supermarkets: A Report on the Supply of Groceries from Multiple Stores in the United Kingdom*,  
[http://www.competition-commission.org.uk/rep\\_pub/reports/2000/446super.htm](http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/446super.htm)

## REKABET Dergisi

- Deloitte (2005), Global Powers of Retailing Report, January 2005  
[http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/US\\_CB\\_GlobalPowers2005.pdf](http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/US_CB_GlobalPowers2005.pdf)
- Dobson, P.W. (2005), "Exploiting Buyer Power: Lessons from the British Grocery Trade", *Antitrust Law Journal*, Vol. 72, s. 529-562
- Ekonomist (2005), *Perakende Liginde Devlerin Yarışı*, Haftalık Ekonomi ve Siyasi Haber Dergisi, yıl:15, 20-26 Kasım sayı: 2005/47
- Erdoğan, T. (2003), *Rekabet Hukuku Açısından Perakende Sektöründe Alım Gücü*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No: 3, Rekabet Kurumu, Ankara
- EuroCommerce (2006), *Overview Legislation Regarding Shop Opening Hours*, February 2006  
<http://www.eurocommerce.be/upload/5/25796434739713880552518673210570050791091289923f2325v5.pdf>
- Goddard, G. ve E. Curry (2003), "New Zealand's New Merger Test: A Comparison of Dominance and Substantial Lessening of Competition in the Supermarket Industry" *European Competition Law Review (ECLR)* No.24, s. 300-311
- London Economics (1997), *Competition in Retailing*, OFT Research Paper 13, London  
[http://www.aae.wisc.edu/fsrg/publications/conference/Berges-Sennou\\_Bontems\\_Requillart.pdf](http://www.aae.wisc.edu/fsrg/publications/conference/Berges-Sennou_Bontems_Requillart.pdf).
- Nordemann, J.B. (1995), "Buying Power Sophisticated Buyers in Merger Control Law: The Need for a more Sophisticated Approach", *ECLR* No. 5, s. 270-281
- OECD (1998), *Buyer Power of Large Scale Multiproduct Retailers*, Background Paper by Secreteriat, Roundtable on Buying Power, OECD, Paris
- Office for Competition and Consumer Protection (2003), Country Report on Consumer Protection Policy Poland 2002, Varşova, 2003  
<http://www.oecd.org/dataoecd/7/28/24994570.pdf>
- OFT 807 (2005), Supermarkets: The Code of Practice and Other Competition Issues,  
<http://www.ofc.gov.uk/NR/rdonlyres/5C58328C-8A2F-4C45-AD02-0AA4567DF3F2/0/ofc807.pdf>
- OFT 697 (2004), The Supermarkets Code of Practice

## **REKABET Dergisi**

<http://www.oft.gov.uk/NR/rdonlyres/36A426D6-4717-4648-A4EC-A6B19196E428/0/oft697.pdf>.

Rekabet Kurumu (2006), 7. yıllık Rapor 2005 yılı, Ankara

Tansaş (2005), Tansaş Faaliyet Raporu 2005

[http://www.tansas.com.tr/docs/faaliyet\\_rapor/faaliyet\\_2005.pdf](http://www.tansas.com.tr/docs/faaliyet_rapor/faaliyet_2005.pdf)

Tansaş (2004), 2004 Sonuçları ve Sayısal Vizyon Analist Sunumu, Hyatt Regency, İstanbul 8 Mart 2005

[http://www.tansas.com.tr/docs/sunum\\_sonucular/Sunumlar/2004\\_ANALIST\\_TOPLANTISI.pdf](http://www.tansas.com.tr/docs/sunum_sonucular/Sunumlar/2004_ANALIST_TOPLANTISI.pdf)

Taymaz E., T. Erdoğan ve A. Çelen (2005), *Hızlı Tüketim Malları: Rekabetçi Koşullar ve Politikalar*, Tepav Yayınları, Ankara

Vogel, L. (1998), "Competition Law and Buying Power: The Case for a New Approach in Europe", *ECLR*, Vol 19, No:1, s. 4-11

## **Rekabet Kurulu Kararları**

*Coca-Cola/Fruko-Tamek*: 27.6.2000 tarih ve 00-24/251-136 sayılı Rekabet Kurulu Kararı. <http://www.rekabet.gov.tr/pdf/00-24-251-136.pdf>

*Tansaş/Bolu*: 28.3.2001 tarih ve 01-13/124-32 sayılı Rekabet Kurulu Kararı. <http://www.rekabet.gov.tr/pdf/01-13-124-32.pdf>

*Tesco/Kipa*: 26.06.2003 tarih ve 03-45/519-230 sayılı Rekabet Kurulu Kararı. <http://www.rekabet.gov.tr/pdf/03-45-519-230.pdf>

*CarrefourSa/Gima*: 17.6.2005 tarih ve 05-40/557-136 sayılı Rekabet Kurulu Kararı. <http://www.rekabet.gov.tr/pdf/05-40-557-136.pdf>

*Procter & Gamble/Gillette*: 8.9.2005 tarih ve 05-55/836-228 sayılı Rekabet Kurulu Kararı <http://www.rekabet.gov.tr/pdf/05-55-836-228.pdf>

*Migros/Tansaş*: 31.10.2005 tarih ve 05-76/1030-287 sayılı Rekabet Kurulu Kararı. <http://www.rekabet.gov.tr/pdf/05-76-1030-287.pdf>

*Kiler/Canerler*: 4.5.2006 tarih ve 06-32/392-102 sayılı Rekabet Kurulu Kararı. <http://www.rekabet.gov.tr/pdf/06-32-392-102.pdf>

**ULUSLARARASI GELİŞMELER**

- ABD ADALET BAKANLIĞI  
ANTİTRÖST BİRİMİ'NDEN HABERLER
- AB'DEN ANTİTRÖST-REKABET-KARTEL-BİRLEŞME  
HABERLERİ
- UNCTAD'DAN REKABET HABERLERİ
- ICN (Uluslararası Rekabet Ağı)'DAN HABERLER

**ABD ADALET BAKANLIĞI  
ANTİTRÖST BİRİMİ'NDEN HABERLER<sup>101</sup>**

Adalet Bakanlığı Ulusal Emlakçılar Derneğine antitröst davası açtı (04/10/2005) - internet ortamında sunulan emlak hizmetlerinde temel alınan politikaların değiştirilip geliştirilmiş olduğu halde rekabeti engelleyici faktörlerin hala var olduğu belirtildi.

[http://www.usdoj.gov/atr/public/press\\_releases/2005/211754.htm](http://www.usdoj.gov/atr/public/press_releases/2005/211754.htm)

Samsung, Adalet Bakanlığı tarafından fiyat belirleme suçuna karışmaktan suçlu bulunarak bu faaliyeti için 300 milyon dolar ödemeye mahkum edildi (13/10/2005). Alınan bu karar ile söz konusu Güney Kore şirketine ABD tarihinin en büyük ikinci antitröst para cezası kesildi.

[http://www.usdoj.gov/atr/public/press\\_releases/2005/212002.htm](http://www.usdoj.gov/atr/public/press_releases/2005/212002.htm)

Adalet Bakanlığı MCI'nın Verizon ve AT&T'nin SBC tarafından devralınması sırasında bu şirketlere ait bazı varlıkların elden çıkarılmalarını talep etmiştir. (27/10/2005) – 19 metropolde telekomünikasyon hizmetlerinin bazı alanlarının sunumunda rekabetin sağlanması için bu şirketlerin bazı varlıklarının elden çıkarılmasına gerek duyulmuştur.

[http://www.usdoj.gov/atr/public/press\\_releases/2005/212407.htm](http://www.usdoj.gov/atr/public/press_releases/2005/212407.htm)

Adalet Bakanlığı Antitröst Birimi menkul kıymetler borsası pazarında devam eden iki soruşturmanın sona erdirilmesi konusunda uzlaşmaya vardı. (16/11/2005) –Instinet Grup Inc'un NASDAQ tarafından devralınmasının ve NYSE ve Archipelago Holding'lerinin birleşmelerinin rekabet ortamına zarar vermeyeceği açıklandı.

[http://www.usdoj.gov/atr/public/press\\_releases/2005/213062.htm](http://www.usdoj.gov/atr/public/press_releases/2005/213062.htm)

Başsavcı Vekili J. Bruce McDonald Kore Adil Ticaret Komisyonu'nun Microsoft Davası ile ilgili verdiği karar hakkında görüşünü açıkladı. Görüşünde, ilgili davada Microsoft şirketinin Kore piyasasına sunmuş olduğu Windows

---

<sup>101</sup> <http://www.usdoj.gov>

## REKABET Dergisi

sürümünde Windows Media Player ve Windows Messenger yazılımlarının dahil edilmemiş olması nedeniyle, Kore Adil Ticaret Komisyonu tarafından alınan ve Microsoft'un Kore'deki faaliyetlerinin sona ermesine kadar varabilecek olan kararın tüketici çıkarlarını korumak ve rekabet ortamını sağlamak amaçlarını aşmış olduğunu belirtti. (07/12/2005).

[http://www.usdoj.gov/atr/public/press\\_releases/2005/213562.htm](http://www.usdoj.gov/atr/public/press_releases/2005/213562.htm)

Adalet Bakanlığı United Health Grup'un Pasificare Health System's'ı devralmasında bazı varlıkların elden çıkarmalarını kendi yetkisine dayanarak talep etmiştir. (20/12/2005).

[http://www.usdoj.gov/atr/public/press\\_releases/2005/213814.htm](http://www.usdoj.gov/atr/public/press_releases/2005/213814.htm)

Adalet Bakanlığı MC Entertainment ile Loews Cineplex Entertainment'ın birleşebilmeleri için bu şirketlerin sahip oldukları bazı varlıkların elden çıkarmasını kendi yetkisine dayanarak talep etti (22/12/2005) – Bazı değerlerin elden çıkarılmasının filmin 5 büyük şehirde yapılacak olan ticari, ilk-gösterimlerinde rekabeti koruyacağı belirtilmiştir.

[http://www.usdoj.gov/atr/public/press\\_releases/2005/213858.htm](http://www.usdoj.gov/atr/public/press_releases/2005/213858.htm)

### AB'DEN ANTİTRÖST-REKABET-KARTEL-BİRLEŞME HABERLERİ

Motorlu araçların paralel ithalatı/Peugeot Davası: Avrupa Komisyonu 5 Ekim 2005 tarihinde aldığı "Peugeot" kararı ile motorlu araç üreticisi Peugeot Otomobilleri SA ve Peugeot Hollanda NV'yi, ayrımcılığa dayalı bayilik sistemi kurarak Madde 81'i ihlal etmekten suçlu bulmuş ve 49,4 milyon Euro para cezası vermiştir. Komisyon bu kararı alırken iki firma tarafından yapılan söz konusu ihlalin önem ve süreklilik gösterdiği zaman dilimini (Ocak 1997'den Eylül 2003'e kadar) ve konu ile ilgili emsal kararları göz önünde bulundurmuştur.

İlk Derece Mahkemesi 6 Ekim 2005 tarihli kararı ile Komisyon'un Sumitomo ve Sumika Kimyasalları hakkında verdiği kararı<sup>102</sup> temyiz aşamasında bozmuştur. Gerekçe olarak söz konusu ihlalin firma tarafından önceden durdurulmuş olması gösterilmiştir.

Komisyon 21 Ekim 2005 tarihinde Almanya'nın Adidas Salomon AG'sinin Amer Grup tarafından devralınmasına şartlı olarak izin vermiştir. Söz konusu birleşme için altı Üye Ülkenin; Avusturya, Birleşik Krallık, Almanya,

---

<sup>102</sup> Birleştirilmiş davalar T-22/02 ve T-32/02 Sumitomo Chemical Co. Ltd ve Sumika Fine Chemicals Co. Ltd v Commission

## **REKABET Dergisi**

İtalya, Polonya ve İspanya, ulusal mevzuatlarının birleşme şartlarının yerine getirilmesi gerekmiştir ve tarafların başvurularının bu ülkelerce onaylanmış olduğu ilgili dava da kullanılmak üzere Komisyon'a bildirilmiştir.

Avrupa Komisyonu 20 Ekim 2005 tarihli kararı ile işlenmemiş tütün davasında<sup>103</sup> İtalya'nın önde gelen tütün işleyicilerini 1995-2002 yılları arasındaki piyasa faaliyetleri dolayısı ile 56 milyon Euro ile cezalandırmıştır.

Eylül ayında faaliyetlerini özellikle Batı Avrupa ve Latin Amerika'da sürdüren İrlanda kökenli uluslararası bir paketleme şirketi olan Jefferson Smurfit (JSG), bir Hollanda firması olup daha çok paket malzemesi üretimi yapan Kappa Holding B.V'yi (Kappa)'yı devralmak niyetini Komisyon'a bildirmiştir. Komisyon ilgili pazarda yaptığı araştırma sonucunda bu birleşmenin çeşitli ülke pazarlarında rekabeti bozucu faaliyetlere sebep olabileceğini öngörerek bazı taahhütlerin gerçekleştirilmesini istemiştir. Bunların tam olarak yerine getirilmesi halinde tarafların piyasa paylarının dikkate değer ölçüde azalacağı ve böylelikle ilgili coğrafi alanlardaki sorunlu pazarlarda çözümler sağlanması beklenmektedir.

Avrupa Komisyonu'na 4 Kasım 2005 tarihinde yapılan başvuru<sup>104</sup> ile bir Birleşik Krallık şirketi olan TESCO'nun Fransız şirketi olan Carrefour'un Çekoslovakya ve Slovakya'daki teşebbüslerini devralması işlemi bildirilmiştir. Komisyon'un yaptığı araştırmaya göre, dünya çapında 2300 mağazası olan TESCO'nun Çekoslovakya'da 27 Slovakya'da ise 31 mağazası bulunmaktadır. Carrefour'un ise dünyada 11000 Çekoslovakya'da 11 Slovakya'da ise 4 büyük formatlı mağazası bulunmaktadır. Komisyon ulusal rekabet kurumlarından da görüş olarak verdiği karar ile söz konusu devralmayı Çek Cumhuriyeti için onaylamış; Slovakya için ise, özellikle rekabetçi kaygılar ortaya çıkması muhtemel yerel pazarlar olarak öngörülen Bratislava, Kosice ve Zilina ile ilişkin olarak kararı Slovak Rekabet Kurumu'na bırakmıştır.

İlk Derece Mahkemesi 29 Kasım 2005 tarihinde alınan T-33/02 Britannia Alloys & Chemicals Limited, T-52/02 Société Nouvelle des Couleurs Zinques S.A., T-62/02 Union Pigments ve T-64/02 Hans Heubach GmbH & Co KG davaları ile ilgili dört karara ilişkin yaptığı değerlendirme sonucunda bu firmaların temyiz ve ceza indirimi başvurularını reddetmiş, para cezalarının uygun miktarda ve adil olarak verildiğini belirterek Komisyon kararına desteğini açıklamıştır.

---

<sup>103</sup> Case COMP/38.281 Raw Tobacco Italy. Kararın gayri resmi baskısına <http://europa.eu.int/comm/competition/antitrust/cases/decisions/38281/en.pdf>

<sup>104</sup> COMP/M.3905

## REKABET Dergisi

Avrupa Komisyonu 30 Kasım 2005 tarihli kararı<sup>105</sup> ile endüstriyel poşet üreticisi 16 firmaya toplamda 290.7 milyon euro ceza verdi. 1982-2002 yılları arasında yirmi yıl faaliyet gösterdiği tespit edilen kartelin evrensel boyut ve alt gruplara bölünmüş olarak bölgesel boyut olmak üzere iki seviyeli olduğu belirtildi. Soruşturma esnasında evrakta tahrifat yaptığı belirlenen Bischof+Klein'in ve aynı tip bir ihlali defalarca yaptığı için UPM-Kymmene'nin cezaları %10 arttırıldı.

İlk Derece Mahkemesi 25 Ekim 2005 ve 6 Aralık 2005 tarihlerinde Belçikalı Danone ve Haacht<sup>106</sup> firmalarının Komisyon'un 2001 kararına yaptıkları itirazları değerlendirerek Danone'nin cezasında az miktarda bir indirimle gitmekle birlikte Komisyonun kararına da desteğini açıklamıştır. Yapılan açıklamaya göre sabıkası olan işletmeler önceki bulgular için daha önce cezalandırılmamış olmaları halinde zaman limiti olmaksızın para cezasına çarptırılabilirler.

Avrupa Komisyonu 19 Aralık 2005 tarihinde AT Anlaşması'nın 82. maddesi çerçevesinde gerçekleştirilen hakim durumun kötüye kullanılması ile ilgili uygulamalarına ilişkin bir değerlendirme raporu yayınlamıştır<sup>107</sup>. Komisyon bu rapor ile hem Üye Ülke rekabet kurumlarının değerlendirmede bulunmasını ile değerlendirme hem de ilgili kamuoyunun görüşlerini almayı amaçlamaktadır. İlgili tüm tarafların görüş ve önerilerini 31 Mart 2006'ya kadar tamamlanılması öngörülmektedir.

İlgili güncelleştirme sürecinde aşağıda belirtilen mevzuatlarda çeşitli değişiklikler yapılmıştır:

- Dikey Kısıtlamalar Grup Muafiyeti Tüzüğü ve Kılavuzlar
- Yatay Grup Muafiyeti Tüzükleri ve Kılavuzlar
- Madde 81(3) Kılavuzları
- Teknoloji Transferi Grup Muafiyeti Tüzüğü ve Kılavuzlar
- Yatay Birleşme Kılavuzları

Bu tüzük ve kılavuzlar da özellikle 81 ve 82inci maddelerde yapılan tüm değişikliklerin AB rekabet politikaları üzerinde daha tutarlı, daha etkili ve daha modern yaklaşımlar sunması beklenmektedir. Madde 82 kapsamında, yukarıda belirtilen rapor ışığında yapılacak değişikliklerin grup muafiyeti tüzükleri ile değil konu hakkında yayınlanacak kılavuzlar yolu ile yapılacağı belirtilmektedir.

<sup>105</sup> Case COMP/38.354. *Industrial Bags*.

<sup>106</sup> Case T-38/02 *Groupe Danone v. Commission* and Case T-48/02 *Haacht v. Commission*

<sup>107</sup> [http://europa.eu.int/comm/competition/antitrust/others/articles\\_82\\_review.html](http://europa.eu.int/comm/competition/antitrust/others/articles_82_review.html)



## **REKABET Dergisi**

Avrupa Komisyonu 21 Aralık 2005 tarihinde aldığı karar<sup>108</sup> ile lastik kimyasalları hakkında fiyatlarla ilgili 1996-2001 yılları arasında ve/veya fiyat artırımları konularında bilgi değişiminde buldukları tespit edilen dört işletmeye 76 milyon Euro ceza verdi. Soruşturmalardan sonra Bayer (58.88 milyon Euro), General Quimica (Repsol ile birlikte 3.38 milyon Euro) ve şimdiki adı Chemtura olan Crompton (23.6 milyon Euro) cezalarda indirim için başvurdu.

Komisyon 22 Aralık 2005 tarihinde aldığı bir kararla Almanya'nın en büyük havayolu şirketi olan Lufthansa'nın düşük fiyatlı hizmet veren bir hava yolu olan Germanwings ile birleşmesine onay verdi. Bu birleşme ile her iki şirket farklı pazarlama stratejileri ile hizmetlerini sunmaya devam edecekler. Ancak Komisyon tarafından özellikle Köln/Bonn-Viyana, Stuttgart-Viyana ve Stuttgart-Dresden hatları için bu birleşme de sakıncalar görülmüş ve taraflardan alınan çeşitli taahhütler ile izin verilmiştir.

### **UNCTAD'DAN REKABET HABERLERİ**

1980 yılından bu yana her beş yılda bir düzenlenen ve şimdiye kadar İsviçre'nin Cenevre kentinde yapılan UNCTAD'ın rekabet hukuku ve politikası alanındaki konferanslarından beşincisi, ilk kez bu yıl Türkiye'nin ev sahipliğinde 14-18 Kasım 2005 tarihleri arasında Antalya'da düzenlenmiştir.

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu, 5 Aralık 1980'deki 35/63 sayılı oturumunda, rekabet politikası alanında şimdiye kadar ki tek çok taraflı anlaşma olan "Kısıtlayıcı Ticari Uygulamaların Kontrolü İçin Çok Taraflı Adil Prensipler ve Kurallar Seti"ni kabul etmiştir. Rekabeti kısıtlayan davranışların kontrolüne dair kurallar içeren söz konusu Set, rekabet hukuku ve politikasının kalkınma boyutunu da göz önüne almakta ve üye ülkelere yönelik teknik yardım ve kapasite inşası gibi hususlar da dahil olmak üzere uluslararası işbirliği bağlamında bir çerçeve oluşturmaktadır. Söz konusu Set'in bütün yönleriyle gözden geçirilmesi amacıyla UNCTAD tarafından her beş yılda bir düzenlenen Konferans'ın tam adı **"Kısıtlayıcı Ticari Uygulamaların Kontrolü İçin Çok Taraflı Adil Prensipler ve Kurallar Seti'nin Bütün Yönleriyle Gözden Geçirilmesi"**dir.

Söz konusu Konferans bağlamında, bölgesel anlaşmalar dâhil olmak üzere rekabet politikası ve uluslararası işbirliği, rekabet hukuku ve politikasının uygulanmasında özel ve farklı muameleye işlerlik kazandırılması, rekabet hukukunun uygulanmasında iktisadi analizin rolü, rekabet hukuku uygulamasında yargının rolü, kartellere yönelik delil toplama teknikleri, rekabet hukuku ve politikasının kayıt dışı sektörlere uygulanması konularında paneller düzenlenmiş,

<sup>108</sup> *CAsE COMP/38.443 Lastik Kimyasalları*

## REKABET Dergisi

Jamaika ve Kenya'ya yönelik bu ülkelerin son beş yıldaki rekabet politikası alanında edindikleri tecrübelerin detaylı incelemesini içeren gözden geçirmeler yapılmış, Set'in uygulamasının gözden geçirilmesi, Set'in iyileştirilmesine yönelik öneriler ve UNCTAD'ın önümüzdeki beş yılda öncelikli faaliyet alanları ile ilgili oturumlar düzenlenmiş ve özel sektörün gelişimine yönelik rekabet hukuku ve politikasının rolüne dair iş dünyası temsilcileri, karar alıcılar ve akademisyenlerin katıldığı bir iş dünyası forumu düzenlenmiştir. Bunlara ilave olarak, 5. Konferans sırasında rekabet ve tüketicilerin korunmasına dair araştırma sonuçları ile ilgili bilgilerin verildiği yan etkinlikler ile kültürel etkinlikler yapılmıştır. [http://www.rekabet.gov.tr/word/unctadyeni/BM\\_REKABET\\_KONFERANS.htm](http://www.rekabet.gov.tr/word/unctadyeni/BM_REKABET_KONFERANS.htm); [http://www.unctadxi.org/templates/Startpage\\_\\_\\_2816.aspx](http://www.unctadxi.org/templates/Startpage___2816.aspx)

### ICN (Uluslararası Rekabet Ağı)'DAN HABERLER

Kore Adil Ticaret Komisyonu'nun ev sahipliğinde Seul'de 08-10.11.2005 tarihleri arasında gerçekleştirilen Uluslararası Rekabet Ağı Kartel Çalıştayı'nda, uygulamacılar arasında kartellerin tespiti ve cezalandırılması konuları tartışılmış, deneyimler paylaşılmıştır. Kartellerin ortaya çıkarılmasında en etkili yöntemlerden biri olarak kabul edilen pişmanlık programlarının uygulanması için gerekli koşullar, uygulanacak programın niteliği konuları söz konusu programların giderek yaygınlaştığı dikkate alındığında oldukça yararlı sonuçlar çıkarmıştır.

14 Aralık 2005 tarihinde yapılan açıklamaya göre deneyimli rekabet kurumlarının faaliyetlerini yeni kurumlarla paylaşabilmelerini sağlamak amacı ile pilot bir proje uygulanmasına karar verilmiştir. Bu proje Bonn'da düzenlenen yıllık konferansı takiben ve ICN Steering Group tarafından organize edilmektedir. <http://www.internationalcompetitionnetwork.org/cpi/Pilot.htm>

Uluslararası Rekabet Ağı'nın (International Competition Network - ICN) 2005 yılında Bonn'da yapılan Yıllık Konferansında, deneyimli ICN üyelerinin uzmanlıklarını göreceli olarak deneyimsiz üyelerle temasta bulunmak suretiyle paylaşımlarını kolaylaştırmak amacıyla pilot bir program onaylanmıştır. Bu program, ilki **Ortaklık Modeli** (Partnership Model), ikincisi **Danışma Modeli** (Consultation Model) olmak üzere iki modelden oluşmaktadır.

Her iki model hakkında kısa bilgi vermek gerekirse,

**Danışma Modeli'nde**, bazı ICN üyeleri söz konusu programa katılmak suretiyle göreceli olarak daha deneyimsiz ICN üyelerine, belirledikleri sınırlar dahilinde, danışma hizmeti verme konusunda gönüllü olmuşlardır. Bu amaçla gönüllü olan ICN üyesi her bir rekabet otoritesi, verebileceği danışmanlık konuları

## **REKABET Dergisi**

ile ilgili kısa bir metin hazırlamış ve bu metinler ICN'in web sayfasına konulmuştur.

(<http://www.internationalcompetitionnetwork.org/cpi/ConsultIndex.htm>).

Anılan metinlerde, gönüllü ICN üyesi rekabet otoritelerinin görevlendirdiği, kendilerine yöneltilebilecek istekleri ilgili uzmana iletmek üzere temas noktası olarak hareket edecek bir kişinin iletişim bilgilerine de yer verilmektedir. Herhangi bir rekabet otoritesi, anılan gönüllü ICN üyelerinden herhangi birisiyle temasa geçebilecektir. Bu program dahilinde yürütülecek görüşmeler, ilgili ICN üyelerinin gizlilik ile ilgili kurallarına tabi olacaktır. Danışma Modeli'ne katılarak danışmanlık hizmeti vermek üzere şimdiye kadar Kanada, Fransa, Almanya, Macaristan, Peru, Güney Afrika, ABD rekabet otoriteleri gönüllü olmuştur.

**Ortaklık Modeli'nde**, deneyimli rekabet otoriteleri göreceli olarak daha deneyimsiz rekabet otoriteleri ile eşleştirilmektedir. Bu modelde, deneyimli ve göreceli olarak daha yeni otoriteler, düzenli temaslar kurma konusunda anlaşmakta ve çeşitli konulardaki taleplerinin birbirlerine iletilmesini kolaylaştırmaktadır. Eşleştirilen rekabet otoriteleri birlikte çalışarak yardımın kapsamına ve kendilerine en uygun iletişim şekillerine karar vermektedir. Kurulacak ilişkinin esnek ve gayri resmi olması ve işleyişinin gerekli olandan daha katı prosedürel şartlarla sekteye uğramaması öngörülmektedir. Şimdiye kadar söz konusu model kapsamında, Japonya-Endonezya, AB-Ermenistan, Fransa-Tunus, Almanya-Moğolistan, ABD (FTC)-Barbados rekabet kurumları eşleştirilmiştir.

Her iki model de, kişiler arası gayri resmi temasları, kurumlar arası mekanizmaları kullanmak suretiyle kolaylaştırmayı amaçlamaktadır. Daha deneyimli rekabet otoriteleri bu mekanizmaları, danışma hizmeti verme konusundaki istekliliklerini açıklamak ve uzmanlarını gayri resmi danışmalarda görevlendirmek için kullanacaktır

**REKABET *Dergisi***

**REKABET KURULU NİHAİ KARAR ÖZETLERİ**

**(01.10.2005 - 31.12.2005)**

**REKABET KURULU NİHAİ KARAR ÖZETLERİ**

**REKABET İHLALLERİ**

<b>SIR A NO</b>	<b>KARAR SAYISI</b>	<b>KARAR KONUSU</b>	<b>KARAR TARİHİ</b>
<b>1</b>	05-64/925-248	Sürtünme Malzemeleri Sanayicileri Derneği, Frentek Balatacılık ve Otomotiv San. Tic. A.Ş., Beşer Balatacılık San. ve Tic. A.Ş., Kale Balata Otomotiv San. ve Tic. A.Ş., Balatacılar Balatacılık San. ve Tic. A.Ş., Eren Fren ve debriyaj Balataları San. ve Tic. Ltd. Şti. ve Berka Balata San. ve Tic. A.Ş. hakkında 19.10.2004 tarih, 04-66/958-M sayılı ve 9.12.2004 tarih, 04-78/1135-M sayılı Kurul kararları uyarınca yürütülen soruşturma nihai kararı.	04.10.2005
<b>2</b>	05-65/928-250	Paşabahçe Cam Sanayii ve Ticaret A.Ş.'nin bayilerine yönelik hakim durumunu kötüye kullanarak 4054 sayılı Kanun'u ihlâl ettiği iddiasına ilişkin olarak soruşturma açılmasına gerek olmadığı.	06.10.2005
<b>3</b>	05-65/934-254	TEMSAD'ın üyelerine göndermiş olduğu yazıda yer alan ifadelerin, tavsiye kararının sınırlarını aşarak üyeleri belli bir davranış tarzını benimsemeye sevk ettiğine, bu nedenle de 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bulunduğu, ancak üyelerle yapılan herhangi bir sözleşme metni bulunmadığı, herhangi bir yaptırım öngörülmediği ve İTM 2006 Tekstil Makinaları Fuarı henüz düzenlenmemiş olup, anılan kararın etkilerinin ortaya çıkmamış olduğu hususlarının dikkate alınması sonucunda TEMSAD hakkında önaraştırma yapılmasına gerek olmadığına, bununla birlikte 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin 3. fıkrası uyarınca, üyelerin kendi kararlarını kendilerinin almalarını etkileyecek, üyeleri bağlayıcı bir karar veya	06.10.2005

## REKABET Dergisi

		sözleşmenin 4054 sayılı Kanunu ihlal edeceği konusunda TEMSAD'a görüş yazısı gönderilmesi; TÜYAP'ın İTM 2004 İstanbul Uluslararası Tekstil Makineleri Fuarı'nı kendisinin düzenlemiş gibi davrandığı, Teknik Fuarcılık aleyhine beyanlarda bulunduğu, tekel yaratmak amacıyla basında demeçler verdiği, düşük fiyatlar belirlemek suretiyle fuarcılık piyasasında rekabeti bozduğu iddianın ise 4054 sayılı Kanun kapsamında bulunmadığı, şikayetin bu yönüyle reddi.	
4	05-66/946-255	Seçici kozmetik ürünlerin toptan ve perakende satışı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediklerinin tespiti amacıyla 4.5.2004 tarih, 04-32/369-92 sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma nihai kararı.	10.10.2005
5	05-68/958-259	Demir çelik üreticilerinin 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediklerinin tespiti amacıyla 22.4.2004 tarih, 04-27/319-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma nihai kararı.	14.10.2005
6	05-69/959-260	Karadeniz Ro-Ro Taşımacılık Ticaret Ltd. Şti. tarafından Ulusoy Deniz taşımacılığı A.Ş.'den satın alınan Selçuk-K gemisinin	19.10.2005
<b>SIR A NO</b>	<b>KARAR SAYISI</b>	<b>KARAR KONUSU</b>	<b>KARAR TARİHİ</b>
		satış mukavelesinin 15'inci maddesinde yer alan hüküm ile geminin Samsun-Novorossky hattında çalışmasının engellendiği iddiası üzerine 11.11.2004 tarih, 04-71/1030-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma nihai kararı.	
7	05-70/964-264	Diyarbakır ili merkezli otobüs ile şehirlerarasında yolcu taşımacılığı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4'üncü maddesini ihlal ettikleri iddiasını destekler nitelikte yeterli kanıt bulunmadığından bu teşebbüsler hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına	20.10.2005
8	05-70/965-265	Ankara'da faaliyet gösteren çeşitli Ford-Otosan bayilerinin başvuru sahibine almayı düşündüğü otomobil için kendisine aynı fiyatı teklif ettikleri, Ankara dışındaki bayilerin ise indirim yaptıkları iddiasına ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun kapsamında herhangi bir işlem yapılmasına gerek bulunmadığına,	20.10.2005
9	05-70/973-269	Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. kontrollü telefon hizmetleri distribütörlerinin, perakende düzeyindeki müşterilerini 100'lük kontör paketlerini 250'lik kontör paketleri ile birlikte satın almak zorunda bıraktıkları iddiasına ilişkin olarak önaraştırma yapılmasına veya soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine	20.10.2005
10	05-73/986-273	26.11.1998 tarih, 93/750-159 sayılı Rekabet Kurulu kararının iptalini öngören Danıştay 13. Dairesi'nin kararı üzerine Adıyaman ili LPG pazarında faaliyet gösteren yerel firmaları piyasa dışına	25.10.2005

## REKABET Dergisi

		çıkarma amacıyla rekabeti sınırlayıcı anlaşma yaparak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal ettiklerine ilişkin soruşturma dosyasının yeniden değerlendirilmesi	
11	05-73/987-274	13.8.2003 tarih, 03-55/645-296 sayılı Rekabet Kurulu Ankara İlinde faaliyet gösteren ve sürücü olur raporu vermeye yetkili polikliniklerin fiyat tespiti yapmak ve havuz oluşturmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un 4. maddesinin (a) ve (b) bentlerinde sayılan eylemleri gerçekleştirerek rekabeti ihlal ettiklerine ilişkin soruşturma dosyasının yeniden değerlendirilmesi.	25.10.2005
12	05-73/988-275	13.12.2003 tarih, 03-81/969-398 sayılı Rekabet Kurulu kararının iptalini öngören Danıştay 13. Dairesi'nin kararı üzerine Özel Sakarya Polikliniği'nin "Ankara ili sürücü adayları sağlık raporları pazarı"nda on poliklinikle anlaşma yapmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunu ihlal ettikleri iddiasına ilişkin soruşturma dosyasının yeniden değerlendirilmesi	25.10.2005
13	05-74/1002-281	Penguen Gıda Sanayi A.Ş. ve Arısu Gıda Dış Ticaret A.Ş.'nin kartel kurmak suretiyle Denizli ilinin Çivril ilçesinde mukim elma üreticilerinin ürünlerini ucuza aldıkları iddiasına ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun kapsamında herhangi bir işlem yapılmasına gerek olmadığı.	27.10.2005
<b>SIR A NO</b>	<b>KARAR SAYISI</b>	<b>KARAR KONUSU</b>	<b>KARAR TARİHİ</b>
14	05-75/1019-285	Siemens Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Siemens markalı cihazlar üzerindeki hakim konumundan faydalanarak, kamu ve özel hastanelere satışını gerçekleştirdiği tıbbi cihazların garanti süreleri bittikten sonra yedek parça ve servis temini konusunda rakip teşebbüsleri piyasanın dışına çıkarmaya yönelik eylemlerde bulunduğu iddiasına yönelik olarak soruşturma açılmasına gerek bulunmadığı.	28.10.2005
15	05-75/1028-286	Ankara Ticaret Odası'nın konfeksiyon ve ayakkabı satıcılarına yönelik "indirim günleri" kararına menfi tespit belgesi verilmesi / muafiyet tanınması talebine ilişkin olarak başvuru konusu teşebbüs birliği kararına, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi çerçevesinde ihlal teşkil etmesi nedeniyle, menfi tespit belgesi verilemeyeceği; başvuru konusu teşebbüs birliği kararının 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sıralanan muafiyet şartlarını taşımaması nedeniyle anılan karara muafiyet de tanınmayacağı; dosya mevcudu bilgi ve belgeler çerçevesinde anılan teşebbüs birliği hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı; bununla birlikte, 60 gün içerisinde, başvuru konusu Karar'ın uygulamasının durdurulması, tüm üyelere duyurulması ve bu yönde yapılacak düzenlemelerin Kurumumuza tevsik edilmesine, aksi takdirde	28.10.2005

## REKABET Dergisi

		haklarında soruşturma açılacağı ve aynı Kanun'un 16 ve 17. maddeleri uyarınca işlem yapılacağı ilgili taraflara bildirilmesi.	
16	05-77/1039-290	Anadolu İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin ulusal yayın yapma izni ve lisansı almasına rağmen Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun adı geçen firmaya bazı illerde frekans tahsisi yapmadığı iddiasına yönelik olarak 4054 sayılı Kanun kapsamında yapılabilecek herhangi bir işlem olmadığına, şikayetin reddine.	01.11.2005
17	05-77/1041-292	Digitürk'ün hakim durumunu kötüye kullandığı iddiasına yönelik olarak soruşturma açılmasına gerek olmadığı, şikayetin reddi.	01.11.2005
18	05-78/1052-294	Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin Telsim Mobil Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.'yi çağrı sonlandırmada simetrik fiyatlandırmaya zorlayarak, SMS (kısa mesaj servisi) sonlandırmada aşırı fiyatlandırma uygulayarak ve rakip teşebbüsten SMS sonlandırma ücreti almayarak piyasadaki hakim durumunu kötüye kullandığı iddiasına ilişkin olarak önaraştırma yapılmasına veya soruşturma açılmasına gerek olmadığı.	10.11.2005
19	05-78/1063-301	Türkiye Otomobil Fabrikaları A.Ş. ile bayileri arasında akdedilen bayilik sözleşmelerinin 1998/3 sayılı Tebliği kapsamında birer anlaşma olduğu, ancak Tofaş ile 46 bayisi arasında akdedilen bayilik sözleşmelerinin 1 nolu ekinde yer alan hükümlerin 1998/3 sayılı Tebliğ'in "Grup Muafiyeti Kapsamı Dışında Kalan Koşul ve Yükümlülükler" başlıklı 7. maddesinin birinci fıkrası (d) bendine uygunluk göstermesi	10.11.2005
<b>SIR A NO</b>	<b>KARAR SAYISI</b>	<b>KARAR KONUSU</b>	<b>KARAR TARİHİ</b>
		nedeniyle bayilik sözleşmelerinin 1998/3 sayılı Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlanmadığı; bu haliyle Tebliğ hükümlerinin aşılması veya genişletilmesi niteliğinde olan söz konusu düzenlemeleri içeren bayilik sözleşmelerine bireysel muafiyet tanınmasının da mümkün olmadığı; ancak, ilgili sözleşmelerin söz konusu rekabeti sınırlayıcı hükümlerinin Tebliğ'de öngörülen amaca aykırı etki yaratacak şekilde uygulanmaması nedeniyle sözleşmelerin tarafları hakkında bu aşamada soruşturma açılmasına gerek olmadığı; ilgili sözleşmelerdeki söz konusu rekabeti sınırlayıcı hükümlerin sözleşme metinlerinden çıkarılması ve yapılan değişikliklerin Kurum'a tevsik edilmesi için Kararın tebliğinden itibaren 60 gün süre verilmesi, aksi takdirde Kanun'un muafiyet ile ilgili hükümlerinden yararlanamayan sözleşmelerin tarafları hakkında soruşturma açılacağı ve aynı Kanun'un 16 ve 17. maddeleri uyarınca işlem yapılacağı ilgili taraflara bildirilmesi.	
20	05-79/1079-306	Erdemir Lojistik A.Ş.nin acente seçim duyurusunda belirlediği kriterler ve tali acente ile yapacağı münhasır anlaşma vasıtasıyla	24.11.2005



## REKABET Dergisi

		4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4 ve 6. maddelerini ihlal ettiği iddiasının gerçeği yansıtmaması sebebiyle adı geçen teşebbüs hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına; Ancak Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş. veya Erdemir Lojistik A.Ş.'ye üçüncü şahıs yüklerinin taşınmasında acente belirlemeye yönelik eylemlerden kaçınmaları gerektiğinin bildirilmesine karar verildi	
21	05-79/1081-308	13.8.2003 tarih, 03-55/645-296 sayılı Rekabet Kurulu kararının iptalini öngören Danıştay 13. Dairesi'nin kararı üzerine Ankara İlinde faaliyet gösteren ve sürücü olur raporu vermeye yetkili polikliniklerin fiyat tespiti yapmak ve havuz oluşturmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un 4. maddesinin (a) ve (b) bentlerinde sayılan eylemleri gerçekleştirerek rekabeti ihlal ettiklerine ilişkin soruşturma dosyasının yeniden değerlendirilmesi. (Ortadoğu Sağlık Eğitim Tesisleri ve Özel Kızılay Mithatpaşa Polikliniği'nin açtığı davalara ilişkin)	24.11.2005
22	05-79/1082-309	15.8.2003 tarih, 03-57/671-304 sayılı Rekabet Kurulu kararının iptalini öngören Danıştay 13. Dairesi'nin kararı üzerine Benkar Tüketici Finansmanı ve Kart Hizmetleri A.Ş.'nin 18.9.2001 tarih ve 01-44/433-111 sayılı Kurul kararına uymamak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine ilişkin soruşturma dosyasının yeniden değerlendirilmesi.	24.11.2005
23	05-79/1085-311	8.4.2004 tarih, 04-25/279-61 sayılı Rekabet Kurulu kararının iptalini öngören Danıştay 13. Dairesi'nin kararı üzerine Alçı sektöründe faaliyet gösteren ABS Alçı ve Blok Sanayii A.Ş.,	24.11.2005
<b>SIR A NO</b>	<b>KARAR SAYISI</b>	<b>KARAR KONUSU</b>	<b>KARAR TARİHİ</b>
		Tepe-Knauf İnşaat ve Yapı Elemanları Sanayi ve Ticaret A.Ş., Dalsan Alçı Sanayi ve Ticaret A.Ş., BPB Gypsum Üretim ve Tic. Ltd. Şti. ile Doğantaş Turizm İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin toz alçı pazarında birlikte hareket etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiğine ilişkin soruşturma dosyasının yeniden değerlendirilmesi.	
24	05-79/1099-316	29.5.2001 tarih, 01-25/238-61 sayılı Rekabet Kurulu kararının iptalini öngören Danıştay 13. Dairesi'nin kararı üzerine Armada Bilgisayar Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (Armada A.Ş.)'nin, Novell İtalya ve Novell Inc. (ABD) ile birlikte Beyaz İletişim Sistemleri Dış Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi (Beyaz Ltd. Şti.) tarafından yapılan paralel ithalatı engellemek ve hakim durumunu kötüye kullanmak suretiyle 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal ettiğine ilişkin soruşturma dosyasının yeniden değerlendirilmesi.	24.11.2005

## REKABET Dergisi

25	05-80/1106-317	Danıştay 13. Dairesinin 23.8.2002 tarih, 02-49/634-257 sayılı Rekabet Kurulu kararının iptaline ilişkin 14.9.2005 tarih ve 2005/1699 E. ve 2005/3615 K. sayılı kararı üzerine Karbogaz Karbondioksit ve Kurubuz San. A.Ş.'nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal edici nitelikte hükümler içeren sözleşmeler akdederek ilgili pazarda rekabeti ortadan kaldırıcı faaliyetlerde bulunduğu iddiasının yeniden değerlendirilmesi.	01.12.2005
26	05-81/1118-320	Danıştay 13. Dairesinin 1.2.2002 tarih, 02-06/51-24 sayılı Rekabet Kurulu kararının iptaline ilişkin 8.7.2005 tarih ve 2005/3434, 3.10.2005 tarih ve 2005/4819, 25.10.2005 tarih ve 2005/5176; 2005/5177; 2005/5182 sayılı kararları üzerine İç Anadolu, Akdeniz ve Marmara bölgelerinde faaliyet gösteren soruşturmaya konu teşebbüslerin, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal eder nitelikteki eylemlerinin yeniden değerlendirilmesi. (Çimento 2)	05.12.2005
27	05-84/1150-330	Danıştay 13. Dairesinin 19.9.2003 tarih, 03-63/764-354 sayılı Rekabet Kurulu kararının iptaline ilişkin 27.9.2005 tarih ve 2005/4744 sayılı kararı üzerine Konya İli'nde faaliyet gösteren makina mühendislerinin havuz oluşturmak ve fiyat tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un 4. maddesinde sayılan eylemleri gerçekleştirerek rekabeti ihlal ettiği iddialarının yeniden değerlendirilmesi.	15.12.2005
28	05-85/1181-335	Danıştay 13. Dairesi'nin 6.9.2002 tarih, 02-53/685-278 sayılı Rekabet Kurulu Kararı'nın iptaline ilişkin 1.7.2005 tarih, 2005/5063 E. 2005/3393 K. sayılı, 1.7.2005 tarih, 2005/5057 E. 2005/3394 K. sayılı, 28.9.2005 tarih, 2005/5086 E. 2005/4783 K. sayılı ve 25.10.2005 tarih, 2005/5074 E. 2005/5172 K. sayılı Kararları üzerine yonga ve/veya lif levha piyasalarında faaliyet gösteren soruşturmaya konu teşebbüslerin, satış fiyatını birlikte belirlemek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal eder nitelikteki eylemlerinin yeniden değerlendirilmesi.	19.12.2005
<b>SIR A NO</b>	<b>KARAR SAYISI</b>	<b>KARAR KONUSU</b>	<b>KARAR TARİHİ</b>
29	05-85/1182-336	Danıştay 13. Dairesi'nin 25.2.2003 tarih, 03-12/135-63 sayılı Rekabet Kurulu Kararı'nın iptaline ilişkin 12.7.2005 tarih, 2005/5051 E. 2005/3439 K. sayılı, 25.10.2005 tarih, 2005/5238 E. 2005/5173 K. sayılı ve 25.10.2005, 2005/5068 E. 2005/5174 K. sayılı Kararları üzerine yonga ve/veya lif levha piyasalarında faaliyet gösteren soruşturmaya konu teşebbüslerin, satış fiyatını birlikte belirlemek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal eder nitelikteki eylemlerinin yeniden değerlendirilmesi	19.12.2005
30	05-86/1193-	TMSF tarafından 19.10.2005 tarihinde 6183 sayılı Kanun	20.12.2005

## REKABET Dergisi

	345	uyarınca yapılan Van Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün satışı ihalesinin rekabetçi bir ortamda gerçekleştirilmediği ve Van Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün Limak Kurtalan Çimento San. ve Tic. A.Ş. tarafından devralınması halinde ilgili pazarda rekabetin önemli ölçüde azaltılacağı iddiasına ilişkin olarak 20.12.2005 tarihli toplantıda, Van Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün satışı ile ilgili birleşme/devralmaya ilişkin irdeleme ve verilen karar çerçevesinde, şikayet konusu ile ilgili herhangi bir işlem yapılmasına gerek olmadığı.	5
31	05-87/1199-348	Türk Telekomünikasyon A.Ş.'nin Uzak Mesafe Telefon Hizmeti işletmecilerinin iktisadi faaliyetlerini zorlaştırdığı iddiaları, bu işlem ve eylemlere yönelik geçici tedbir kararı verilmesi talebine ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun kapsamında önaraştırma yapılması ya da soruşturma açılmasına gerek olmadığı.	22.12.2005
32	05-88/1221-353	Rekabet Kurulu'nun 20.7.2001 tarih, 01-35/347-95 sayılı Kararı'nın iptaline ilişkin Danıştay 13. Dairesi'nin 15.11.2005 tarih, 2005/5952 E. 2005/5518 K. sayılı kararı üzerine Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettiği iddiasının yeniden değerlendirilmesi.	31.12.2005

## MENFİ TESPİT/MUAFİYET

SIR A NO	KARAR SAYISI	KARAR KONUSU	KARAR TARİHİ
1	05-65/932-252	Hapag-Lloyd Container Linie GmbH (Hapag Lloyd), Hartmut Lühr ve Lucien Arkas, Diane Kızılırmak, Arkas Holding A.Ş., Bernard Lucien Marie Arkas Claire Christine Arkas (Arkas Grubu) arasında imzalanan "Hapag-Lloyd Denizaşırı Nakliyat Anonim Şirketi Ana Sözleşmesi" ile kurulan Hapag Lloyd	06.10.2005

## REKABET Dergisi

		Denizaşırı Nakliyat A.Ş. ticaret unvanlı ortak girişim şirketi kurulması işleminin 4054 sayılı “Rekabetin Korunması Hakkında Kanun”un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı “Rekabet Kurulu’ndan izin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ” anlamında ortak girişim işlemi olmayıp, Kanun’un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmesi gereken bir acentelik anlaşması olduğun; söz konusu anlaşmanın, Kanun’un 5. maddesinde öngörülen muafiyet şartlarını haiz olduğu ve bu nedenle dosya konusu işleme anlaşmanın yapıldığı tarihten itibaren 5 yıl süre ile muafiyet tanınması.	
2	05-70/970-267	Pfizer İlaçları Ltd. Şti., Öz-Sel Ecza Depoları Tic. ve Paz. A.Ş., SSM Steril Sağlık Malzemeleri San. ve Tic. A.Ş. arasında imzalanan Ürün Tedarik Sözleşmesine menfi tespit belgesi verilemeyeceğine, ancak anılan düzenleme, anlaşmaları grup muafiyeti dışına çıkaran sınırlamalar arasında bulunmadığından ve beşeri ilaç sektöründe önemli bir etki doğurmayacağından, başvuruya konu sözleşmenin 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında olduğuna,	20.10.2005
3	05-70/972-268	Başak Mühendislik Isı, Makine, İnş. San. Tic. Ltd. Şti. ile İstanbul Gaz Dağıtım San. ve Tic. A.Ş. arasındaki taslak halinde bulunan anlaşmanın henüz taraflar arasında yapılmamış olması nedeniyle, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında değerlendirmeye tabi tutulamayacağına	20.10.2005
4	05-74/998-279	UN Denizcilik A.Ş., UN Ro-Ro İşletmeleri A.Ş. ve Ulusoy Denizcilik A.Ş. arasında 12.10.2000 tarihinde akdedilmiş bulunan anlaşmanın 4054 sayılı Kanun’un 4. ve 6. maddelerine aykırı olmadığını tespit edilerek menfi tespit belgesi verilemeyeceği, koşullu olarak grup muafiyetinden faydalandığı.	27.10.2005
5	05-74/1000-280	New Look Retailers Limited şirketinin Global Tekstil Danışmanlık San. ve Tic. Ltd. Şti.’nden NLT Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.’nin %50 hissesini devralarak ortak girişim kurması işlemine bireysel muafiyet tanınması.	27.10.2005
6	05-76/1031-288	Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. ile Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.’nin nihai satış noktalarıyla yaptıkları, bayi ve distribütörlerin de nihai satış noktalarıyla yaptıkları münhasırlık içeren tek elden satın alma anlaşmalarından muafiyetin geri alınmasına ile ilgili 22.4.2005 tarih, 05-27/317-80 sayılı Kurul kararına ilişkin geri bildirim.	31.10.2005

SIR A NO	KARAR SAYISI	KARAR KONUSU	KARAR TARİHİ
7	05-79/1080-307	Teknik Malzeme Tic. ve San. A.Ş.’nin (Teknik Malzeme) Türkiye’de L84 kod numaralı, Renault Megane marka	24.11.2005

## REKABET Dergisi

		otomobillerin komple koltuklarının üretimi, montajı ve satışı için, Faurecia Sieges D'Automobiles'in (FSA) sahip olduğu know-how ve patenti içeren teknolojiyi kullanmasına ilişkin olarak FSA ile Teknik Malzeme arasında 17.12.2004 tarihinde akdedilmiş olan lisans anlaşmasına, anlaşmanın sınırlı alanda teknoloji kullanma hakkı ve münhasır lisans hakkı tanınmasından dolayı menfi tespit belgesi verilemeyeceği; 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesindeki şartları yerine getirmesi nedeniyle, Lisans anlaşmasının yapıldığı tarihten itibaren anlaşmaya 5 yıl süreyle muafiyet tanınması.	
8	05-79/1086-312	Nintendo Co, Ltd. ile Nortec Eurasia Elektronik Eğlence Sanayi ve Ticaret A.Ş. arasında imzalanan "Münhasır Bağımsız Distribütör Sözleşmesi"ne menfi tespit belgesi verilemeyeceği; anılan sözleşmenin 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında olduğu.	24.11.2005
9	05-82/1126-325	Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş.'nin, distribütör Doğuş Gıda Mad. Ltd. Şti. ve işletici Yusuf Bardak ile imzalamış olduğu tip sözleşme olan "Satış Sözleşmesi"ne bireysel muafiyet verilemeyeceği	08.12.2005
10	05-82/1127-326	Sağlayıcı Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş., distribütörü Bilsel Meşrubat Gıda İnşaat Oto Yedek Parça Paz. San. Tic. Ltd. Şti. ve işletmeci BTA Hava Limanları Yiyecek ve İçecek Hiz. A.Ş. arasında akdedilen "Özel Sözleşme"ye bireysel muafiyet verilemeyeceği	08.12.2005
11	05-88/1222-354	Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. ile Kampanya Elektronik Cihazları A.Ş. arasında imzalanan bayilik sözleşmesine ilişkin muafiyet talebi	31.12.2005

## BİRLEŞME VE DEVRALMALAR

## REKABET Dergisi

SIR A NO	KARAR SAYISI	KARAR KONUSU	KARAR TARİHİ
1	05-65/926-249	Vitkovice Steel, A.S.'nin çoğunluk hisselerinin Mastercroft Limited tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	06.10.2005
2	05-65/931-251	Eurodrip Damla Sulama Pazarlama ve Tic. A.Ş. hisselerinin %51'inin Dimitrios Paraskevopoulos, Alpay Sarıoğlu, Aslı Şahin, Hakan Şahin tarafından devralınması amacıyla gerçekleştirilen işlemine izin verilmesi.	06.10.2005
3	05-65/933-253	International Hospital İstanbul A.Ş.'ye ait %50 oranında hissenin Acıbadem Sağlık Hizmetleri ve Ticaret A.Ş. tarafından satın alınması ve bu şekilde aralarında ortaklık kurulması işlemine izin verilmesi.	06.10.2005
4	05-67/949-256	Ekopark Turizm İnşaat San. Tic. A.Ş.'nin halen Hilton tarafından işletilen 5 yıldızlı otel ve kongre merkezini kapsayan alanla ilgili olarak Serko Tekstil San. ve Turizm Tic.A.Ş.'ye ait olan üst hakkını devralması işlemine izin verilmesi.	13.10.2005
5	05-67/950-257	TUI AG'nin CP Ships Limited şirketinin % 100 hissesini devralması işlemine izin verilmesi.	13.10.2005
6	05-67/952-258	Türkiye İş Bankası A.Ş.'nin İzmir Demir Çelik A.Ş.'de sahip olduğu payın Şahin-Koç Çelik Sanayi A.Ş. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	13.10.2005
7	05-70/967-261	1) PSA-AKFEN Ortak Girişim Grubu'nun Mersin Limanı işletme hakkını devralması halinde; aynı coğrafi pazarda yer alan İskenderun Limanı'nın işletme hakkını da devralması, hakim durumun daha da güçlendirilmesi sonucunu ortaya çıkaracağından anılan gruba İskenderun Limanı işletme hakkının devredilmesine izin verilmemesine, 2) Limar Liman ve Gemi İşletmeleri A.Ş.'nin ilgili coğrafi pazarda herhangi bir faaliyetinin olmaması nedeniyle, hakim durum yaratılması veya hakim durumun güçlendirilmesi riski meydana gelmeyeceğine, dolayısıyla anılan teşebbüse İskenderun Limanı'nın işletme hakkının devredilmesine izin verilmesinde sakınca bulunmadığına.	20.10.2005
8	05-70/960-262	Merko Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Atys-Merko Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. şirketinde bulunan %50 oranında hissesinin ve bu şirketin kiracı olarak kullanmakta olduğu üretim tesisinin mülkiyetinin diğer ortak olan ATYS SA'ya devredilmesi işlemine izin verilmesi işleminin eşiği aşmaması nedeniyle izne tabi olmadığına, gerekli düzeltmelerin 60 gün içinde yerine getirilerek Rekabet Kurumu'na tevsik edilmesine, bu düzeltmeler yapılmadan uygulamaya devam edilmesi halinde haklarında soruşturma açılacağına ve aynı Kanun'un 16 ve 17. maddeleri	20.10.2005

## REKABET Dergisi

SIR A NO	KARAR SAYISI	KARAR KONUSU	KARAR TARİHİ
		uyarınca işlem yapılacağına taraflara bildirilmesi.	
9	05-70/963-263	Bain Capital Investors LLC'nin Areva Grubu'ndan Framatome Connectors International'ı devralması işlemine izin verilmesi.	20.10.2005
10	05-70/969-266	Almatis Investment Holding S.a.r.l.'nin Primova B.V. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	20.10.2005
11	05-71/981-270	Tüpraş'da % 51 oranındaki Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'na ait hissenin blok satış yöntemiyle özelleştirilmesi işlemine izin verilmesine.	21.10.2005
12	05-73/984-272	Star TV Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu tarafından satışına izin verilmesi.	25.10.2005
13	05-74/990-276	Fresenius Diyaliz Hizmetleri A.Ş.'nin Diyalisans Diyaliz ve Sağlık Hizmetleri A.Ş. hisselerinin tamamını devralması işlemine izin verilmesi.	27.10.2005
14	05-74/991-277	Exel Overseas Limited'in Yurtiçi Tibbett&Britten S.C.M. ve Lojistik Hizmetleri A.Ş.'de sahip olduğu hisselerinin Arıkanlı Holding A.Ş. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	27.10.2005
15	05-74/996-278	T.Garanti Bankası A.Ş.'nin sermayesinin %25.52'sini temsil eden hisselerin General Electric Capital Corporation tarafından Doğuş Holding A.Ş.'den devralınarak Garanti üzerinde ortak kontrol tesis edilmesi işlemine yan sınırlamayla birlikte izin verilmesi.	27.10.2005
16	05-74/1008-282	Union Carbide Corporation'ın iştiraki olan Catalysts, Absorbents and Process Systems Inc.'in UOP LLC'de bulunan %50 hissesinin, Honeywell International Inc.'in iştiraki olan Honeywell Specialty Materials LLC tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	27.10.2005
17	05-74/1009-283	Edison Mission Energy'nin MEC Esenyurt B.V'deki hisselerinin Kansai Power International Corporation ve Doğa Enerji Yatırım ve Ticaret Ltd. Şti. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	27.10.2005
18	05-75/1018-284	Toros Gübre ve Kimya Endüstrisi A.Ş.'nin Samsun Gübre Sanayii A.Ş., Toros Tarımsal Üretim ve Pazarlama A.Ş. ve Tefken Sanayi Yatırımları A.Ş.'yi külliye ve Teknik Servis ve Ticaret A.Ş.'nin de bazı tesislerini devralması işlemine izin verilmesi talebinin 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" in 2. maddesi kapsamında bir devralma işlemi olmadığı.	28.10.2005
19	05-76/1030-287	Tansaş Perakende Mağazacılık Tic. A.Ş.'nin sermayesinin %70,77'sine tekabül eden hissenin Migros Türk T.A.Ş. ve Koç Holding A.Ş. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	31.10.2005
20	05-76/1032-289	Wielkopolskie Zakłady Tluszczowe ADM Szamotuly Sp. Z o.o. ("ADM Polonya") ve Cefetra B.V. ("Cefetra")'nin, Bałtycki	31.10.2005

## REKABET Dergisi

		Terminal Zbozowy sp. Z o.o. (Baltic Grain Terminal Limited Liability Company- Baltık Tahıl Terminali Ltd.Şti.-BTZ)'yi ortak kontrol şeklinde idare etmek amacıyla Zarząd Morskiego Portu Gdynia S.A. (Gdynia Port Authority Joint Stock Company-Gdynia Liman İdaresi)'nden devralmaları işleminin 4054 sayılı kanun kapsamında olmadığı.	
--	--	--	--

SIR A NO	KARAR SAYISI	KARAR KONUSU	KARAR TARİHİ
21	05-77/1040-291	Rock FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu tarafından satışına izin verilmesi talebinin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu Kanun'a dayanılarak çıkarılan 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" kapsamında izne tabi bir devralma işlemi olmadığı.	01.11.2005
22	05-77/1042-293	Dacia Otomobilleri Satış, Satış Sonrası ve Dağıtım Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi'nin pay senetlerinin Automobile Dacia S.A. tarafından Renault S.A.S.'a devredilmesi işlemine izin verilmesi talebinin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu Kanun'a dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" kapsamında izne tabi olmadığı.	01.11.2005
23	05-78/1053-295	ATV Televizyonu'nun Satel Sabah Televizyon Prodüksiyon A.Ş.'den Merkez ATV Televizyon Prodüksiyon A.Ş.'ye devri ve Sabah ve Takvim gazetelerinin Bilgin Yayıncılık A.Ş.'den Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.'ye devri işlemlerine izin verilmesi; öte yandan izne tabi olduğu anlaşılan devralma işlemlerinin Rekabet Kurulu'nun izni olmaksızın gerçekleştirilmesi nedeniyle, ATV televizyonunun devri işlemi nedeniyle bu işleme taraf olan <i>Merkez ATV Televizyon Prodüksiyon A.Ş.</i> ve <i>Satel Sabah Televizyon Prodüksiyon A.Ş.</i> 'ye ve Sabah ve Takvim gazetelerinin devri nedeniyle <i>Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.</i> ve <i>Bilgin Yayıncılık A.Ş.</i> 'ye 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi uyarınca (2005/3 sayılı Tebliğ ile değişik 2005/2 sayılı Tebliğ'e göre) her birine ayrı ayrı olmak üzere 1.450'şer YTL idari para cezası verilmesi; ayrıca aynı Kanun'un 16. maddenin üçüncü fıkrası uyarınca; ATV televizyonunun devri nedeniyle bildirim yükümlülüğünün bulunduğu dönemde <i>Satel Sabah Televizyon Prodüksiyon A.Ş.</i> 'nin ve Sabah ve Takvim gazetelerinin devri nedeniyle bildirim yükümlülüğünün bulunduğu dönemde <i>Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.</i> 'nin yönetim	10.11.2005



## REKABET Dergisi

		kurullarında yer alan kişilerin her birine ayrı ayrı olmak üzere yukarıda teşebbüslere verilen cezanın taktiren %10'u oranında idari para cezası verilmesi.	
24	05-78/1055-296	Metro FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu tarafından satışı işleminin izne tabi olmadığı.	10.11.2005
25	05-78/1056-297	Süper FM Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu tarafından satışı işleminin izne tabi olmadığı.	10.11.2005
26	05-78/1057-298	Radyo Alaturka Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu tarafından satışı işleminin izne tabi olmadığı.	10.11.2005

SIR A NO	KARAR SAYISI	KARAR KONUSU	KARAR TARİHİ
27	05-78/1058-299	Efes Sınai Yatırım Holding A.Ş.'nin Türkiye Cumhuriyeti sınırları dahilinde bizzat ya da yurtdışında kontrol ettiği şirketler aracılığıyla mal veya hizmet piyasalarında faaliyet göstermediği ve Türkiye piyasalarını etkilemediği dikkate alındığında, bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında olmadığı; Coca-Cola İçecek A.Ş.'nin Ana Sözleşmesi'nde yapılacak değişikliğin teşebbüsün gerek ortaklık yapısında, gerekse yönetim yapısında kontrol değişikliği yaratması nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu Kanun'a dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi olduğu, ancak işlem sonucunda ilgili ürün pazarlarında, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinde belirtilen nitelikte hakim durum yaratılmasının veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığına; bu nedenle, söz konusu işleme izin verilmesi.	10.11.2005
28	05-78/1061-300	Tasfiye Halinde Türkiye Halk Bankası Personeli Yardımlaşma Vakfı'nca kontrol edilen Olgun Çelik hisselerinin İLAB Holding A.Ş. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	10.11.2005
29	05-78/1064-302	Özelleştirme yoluyla devri öngörülen Emekli Sandığı Genel Müdürlüğü'ne ait Büyük Efes Oteli'nin satış ihalesinde sırasıyla en yüksek ilk üç teklifi veren Tahincioğlu-Nida-M.V. O.G.G., Boğaziçi Holding A.Ş. ve IC İçtaş İnşaat Sanayi Ticaret A.Ş.'nin ilgili pazarda faaliyet göstermemeleri ve ilgili pazarda bulunan herhangi bir işletme veya tesis ile ortaklık, idare ve denetim ilişkilerinin olmaması sebebiyle, devrin anılan üç teşebbüsten herhangi birine yapılması durumunda 1998/4 sayılı Tebliğ'in 5. maddesinde öngörülen ciro ve Pazar payı eşiklerinin aşılmadığına, dolayısıyla ilgili işlemin 4054 sayılı Kanun ve anılan Tebliğ kapsamında izne tabi olmadığı.	10.11.2005

## REKABET Dergisi

30	05-78/1065-303	Acıbadem Sağlık Grubunun, Acıbadem Sağlık Hizmetleri ve Ticaret A.Ş. ve Acıbadem Poliklinikleri A.Ş. eliyle ticaret unvanı Acıbadem Göz Sağlığı Hizmetleri A.Ş. olarak değişen Bozkurt Şener Göz Sağlığı A.Ş.'nin kontrolünü devralması işleminin izne tabi olmadığı.	10.11.2005
31	05-78/1066-304	Global Yatırım Holding A.Ş. kontrolünde bulunan Global Menkul Değerler A.Ş.'nin sermayesinin %20'sine tekabül eden hisselerin Banca d'Intermediazione Mobiliare IMI S.p.A. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	10.11.2005
32	05-78/1074-305	Krivorizhsky Ore Mining Company and Steel Works'deki Ukrayna Devlet Mülkiyeti Fonu'na ait %93.02 oranındaki hissenin Mittal Steel Germany tarafından devralınması işlemi.	10.11.2005
33	05-79/1083-271	Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş.'nin Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'na ait %46.12 oranında hissesi ile Kalkınma Bankası kontrolünde bulunan %3.81 oranında hissesinin özelleştirme yoluyla devredilmesi işlemine izin verilmesi	24.11.2005
<b>SIR A NO</b>	<b>KARAR SAYISI</b>	<b>KARAR KONUSU</b>	<b>KARAR TARİHİ</b>
		talebine ilişkin; Ordu Yardımlaşma Kurumu tarafından devralınması işlemine izin verilmesinde sakınca bulunmadığına; Ereğli Ortak Girişim Grubu tarafından devralınması işleminin Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir birleşme veya devralma değil, 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı bir işbirliği anlaşması olduğuna, menfî tespit belgesi verilemeyeceğine, muafiyet tanınmayacağına; Novolipetsk Open Joint Stock Company Novolipetsk Iron and Steel Corporation tarafından devralınması işlemine izin verilmesinde sakınca bulunmadığına karar verildi.	
34	05-79/1084-310	InterGen Adapazarı Generating Company B.V., InterGen Gebze Generating Company B.V. ve InterGen İzmir Generating Company B.V.'nin Adapazarı Elektrik Üretim Ltd. Şti., Gebze Elektrik Üretim Ltd. Şti. ve İzmir Elektrik Üretim Ltd. Şti.'ndeki hisselerinin, ENKA Adapazarı Generating Company B.V., ENKA Gebze Generating Company B.V. ve ENKA Generating Company B.V. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	24.11.2005
35	05-79/1087-313	a) Digital Platform İletişim Hizmetleri A.Ş. (Digitürk) sermayesinin %65.43'üne tekabül eden Fintur hisselerinin ve %25.21'ine tekabül eden Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. hisselerinin Çukurova Investments N.V. tarafından devralınması, b) Yukarıdaki devir işlemi sonrasında, Digital Platform İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin sermayesinin % 90.64'üne tekabül eden Çukurova Investment N.V. hisselerinin, % 9.36'sına tekabül eden Çukurova Holding A.Ş. hisseleri ile bazı azınlık hisselerinin P5	24.11.2005

## REKABET Dergisi

		DP INV S.a.r.l. ve Çukurova Investments N.V. arasında kurulmuş bir ortak girişim olan DP Acquisitions BV tarafından devralınması işlemlerine izin verilmesi.	
36	05-79/1088-314	Isı değiştiricileri faaliyet alanındaki “Tranter İşi”nin Dover Diversified, Inc. ve/veya bağlı şirketleri tarafından Alfa Laval U.S. Holding Inc. ve bağlı şirketlerine devredilmesi işleminde izin verilmesi.	24.11.2005
37	05-79/1098-315	Emekli Sandığı Genel Müdürlüğü’ne ait Büyük Ankara Otelini’nin satış ihalesinde en yüksek ilk üç teklifi veren Çelikler Taahhüt İnşaat ve Sanayi A.ř., Koçoğlu İnşaat Sanayi ve Ticaret A.ř. ve IC Antbel Antalya Belek Turizm Yatırımları A.ř.’nin ilgili pazarda faaliyet göstermemeleri ve ilgili pazarda bulunan herhangi bir işletme veya tesis ile ortaklık, idare ve denetim ilişkilerinin olmaması sebebiyle, devrin anılan üç teşebbüsten herhangi birine yapılması durumunda 1998/4 sayılı Tebliğ’in 5. maddesinde öngörülen ciro ve pazar payı eşiklerinin aşılmadığına, dolayısıyla ilgili işlemin 4054 sayılı Kanun ve anılan Tebliğ kapsamında izne tabi olmadığı.	24.11.2005

SIR A NO	KARAR SAYISI	KARAR KONUSU	KARAR TARİHİ
38	05-80/1107-318	İş Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.ř. ve Netherlandese Financierings Maatschappij Voor Ontwikkingsliden N.V.’nin Tüyap Holding A.ř.’nin sermaye artırımına iştirak etmek suretiyle Tüyap Holding A.ř. paylarının %29,75 ve %21,25’ini devralmaları işleminde yan sınırlama ile birlikte izin verilmesi.	01.12.2005
39	05-80/1108-319	DPAG’nin, Exel üzerinde tek başına kontrole sahip olmasını sağlayacak şekilde Exel Plc. hisselerini devralması işleminde izin verilmesi.	01.12.2005
40	05-82/1120-321	Özelleştirme programında bulunan Kaldırım Tuz İşletmesi tarafından işletilen Kaldırım Tuzlası’nın devredilmesi işleminde izin verilmesi.	08.12.2005
41	05-82/1121-322	Özelleştirme programında bulunan Kayacık Tuz İşletmesi tarafından işletilen Kayacık Tuzlası’nın devredilmesi işleminde izin verilmesi.	08.12.2005
42	05-82/1122-323	Özelleştirme programında bulunan Yavşan Tuz İşletmesi tarafından işletilen Yavşan Tuzlası’nın devredilmesi işleminin kapsam dışı (eşik altı) olduğu.	08.12.2005
43	05-82/1123-324	Bozüyük Orman Ürünleri Sanayi Tesisleri A.ř.’nin hissedarları bulunan Ak-Al Tekstil Sanayi A.ř., Ali Raif DİNÇKÖK, Ali Ateş KUNT ve Sabi RUSO’nun hisselerini Erdal KARABEL, Süleyman KARABEL, Cemal KARABEL, Cemil KARABEL,	08.12.2005

## REKABET Dergisi

		Kemal KARABEL'e devredilmesi, Ak-Al Tekstil Sanayi A.Ş.'nin makinelerinin Bozüyük Orman Ürünleri Sanayi Tesisleri A.Ş.'ye devredilmesi, Akkök Sanayi Yatırım ve Geliştirme A.Ş., Ali Raif DİNÇKÖK ve Ömer DİNÇKÖK'e ait Kartopu Tekstil Mamulleri Pazarlama Ticaret Sanayi A.Ş. hisselerinin Erdal KARABEL, Süleyman KARABEL, Cemal KARABEL, Cemil KARABEL, Kemal KARABEL'e devredilmesi işlemlerinin 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi olmadığı.	
44	05-82/1128-327	Plastal Group AB tarafından Dynamit Kunststoff GmbH ve Menzolit Fibron GmbH unvanlı şirketlerin devralınması işlemine yan sınırlama ile birlikte izin verilmesi.	08.12.2005
45	05-82/1137-328	CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. kontrolünde olan Bainbridge Gayrimenkul Yatırım Geliştirme ve İşletmecilik A.Ş. hisselerinin tamamının Bainbridge Holding A.Ş.'ye devredilmesi işlemine izin verilmesi.	08.12.2005
46	05-84/1149-329	Merko Gıda San. ve Tic. A.Ş.'ye ait Konfrut Gıda San. ve Tic. A.Ş.'nin Dinter GmbH tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	15.12.2005
47	05-84/1151-331	Actavis Group hf.'nin Alpharma Inc.'den Alpharma Generics işini devralması işlemine izin verilmesi.	15.12.2005
48	05-84/1152-332	Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil, Fundação Petrobrás de Securidade Social ve Fundação Sistel de Securidade Social tarafından sahip olunan Companhia Aços Especiais Ítabira-Acesita hisselerinin Arcelor S.A.'ya devredilmesi işlemine izin verilmesi.	15.12.2005
<b>SIR A NO</b>	<b>KARAR SAYISI</b>	<b>KARAR KONUSU</b>	<b>KARAR TARİHİ</b>
49	05-84/1153-333	Reebok International Ltd.'in Adidas Salomon AG tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	15.12.2005
50	05-84/1159-334	Tepe İnşaat San. ve Tic. A.Ş., Tepe Emlak Yatırım İnşaat ve Tic. A.Ş., İzmirtepe Market Yatırım İnşaat ve Tic. A.Ş., Tepe Mobilya San. ve Tic. A.Ş. ve Tepe Savunma ve Güvenlik Sistemleri San. A.Ş.'nin sahip oldukları Anatolia Gayrimenkul Pazarlama ve Tic. A.Ş.'ne ait hisselerin tamamının Fina Holding A.Ş. ve Anchor Grup SA tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	15.12.2005
51	05-86/1185-337	Bartın Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün, TMSF tarafından yapılan satış ihalesinde en yüksek iki teklifi veren Çimko Çimento ve Beton San. Tic. A.Ş. ve Maktaş Makina ve Elektrik Ticaret A.Ş.'den herhangi birine devredilmesi işlemine izin verilmesine.	20.12.2005
52	05-86/1186-338	Lalapaşa Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün, TMSF tarafından yapılan satış ihalesinde en yüksek iki teklifi veren Çimentaş İzmir Çimento Fabrikası Türk A.Ş. ile Tracia Çimento	20.12.2005

## REKABET Dergisi

		San. ve Ticaret Ltd. Şti.'den herhangi birine devredilmesi işlemine izin verilmesi.	
53	05-86/1187-339	Standart Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün, TMSF tarafından satış ihalesinde en yüksek iki teklifi veren Çimsa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile Modern Çimento San. ve Tic. A.Ş.'den herhangi birine devredilmesi işlemine izin verilmesi.	20.12.2005
54	05-86/1188-340	Ladik Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün, TMSF tarafından satışı ihalesinde en yüksek iki teklifi veren Akçansa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından devralınmasına izin verilemeyeceği; Türkerler İnşaat Turizm Madencilik Tic. ve San. A.Ş. tarafından devralınmasına izin verilmesi.	20.12.2005
55	05-86/1189-341	Trabzon Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün TMSF tarafından satışı ihalesinde en yüksek iki teklifi veren Aşkale Çimento Sanayi T.A.Ş. ile Gisad Gayrimenkul Yatırımları A.Ş.'den herhangi birine devredilmesi işlemine izin verilmesi.	20.12.2005
56	05-86/1190-342	Gaziantep Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün, TMSF tarafından satışı ihalesinde en yüksek iki teklifi veren Sanko Pazarlama İthalat İhracat A.Ş. ile Çimko Çimento ve Beton San. Tic. A.Ş.den herhangi biri tarafından devralınmasına izin verilemeyeceği.	20.12.2005
57	05-86/1191-343	Şanlıurfa Çimento Sanayi T.A.Ş.'nin TMSF tarafından satış ihalesinde en yüksek iki teklifi veren Türkerler İnşaat Turizm Madencilik Tic. ve San. A.Ş. tarafından devralınmasına izin verilmesine; Heidelberg Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından devralınmasına izin verilemeyeceği.	20.12.2005
58	05-86/1192-344	Van Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün TMSF tarafından gerçekleştirilen ihalede en yüksek iki teklifi veren Limak Kurtalan Yapı Çimento San. Tic. A.Ş. tarafından devralınmasına	20.12.2005
<b>SIR A NO</b>	<b>KARAR SAYISI</b>	<b>KARAR KONUSU</b>	<b>KARAR TARİHİ</b>
		izin verilmemesine; OCI Çimento A.Ş. tarafından devralınmasının izne tabi olmadığına.	
59	05-86/1194-346	Ergani Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün TMSF tarafından gerçekleştirilen ihalede en yüksek iki teklifi veren Limak Madencilik Yapı Çimento San. Tic. A.Ş. ve OCI Çimento A.Ş.'den herhangi biri tarafından devralınmasına izin verilmesi.	20.12.2005
60	05-87/1195-347	British Plaster Board Plc. hisselerinin Compagnie de Saint-Gobain tarafından devralınması işleminin ilgili pazarlarda ciro ve pazar payı eşiklerinin aşılmaması nedeniyle, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu Kanun'a dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi olmadığı.	22.12.2005
61	05-87/1201-349	Teknoser ve Teknoloji Holding'in İnteltek'teki hisselerinin Intralot tarafından devralınması işlemine koşullu izin verilmesi.	22.12.2005

## REKABET Dergisi

62	05-87/1206-350	International Dialysis Centers B.V., Michael Miron, Ahmet Halit Erol, Mehmet İli ve Sol Yakışır'ın Yaşam Özel Sağlık Hizmetleri A.Ş. hisselerini devralması işlemine yan sınırlama ile birlikte izin verilmesi.	22.12.2005
63	05-88/1218-351	Georgia Pacific Corporation (GP) hisselerinin %100'ünün Koch Industries, Inc. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	31.12.2005
64	05-88/1219-352	Georgia Pacific Corporation ile Fort James Corporation arasında 2000 yılında gerçekleştirilen devralma işlemine izin verilmesi.	31.12.2005
65	05-88/1223-355	Kellogg Europe Trading Limited ve Yıldız Holding A.Ş. arasında kurulan ortak girişim işlemine izin ile 6 adet sözleşmeye menfi tespit belgesi verilmesi.	31.12.2005
66	05-88/1226-356	Deutsche Lufthansa AG ile AK Industriebeteiligung GmbH arasında 14.04.2005 tarihinde akdedilmiş bulunan Oy Hakkı Sözleşmesi ile Eurowings Luftverkehrs AG'nin kontrolünün Deutsche Lufthansa AG tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	31.12.2005
67	05-88/1227-357	Renault S.A.S. kontrolünde olan Dacia Otomobilleri Satış, Satış Sonrası ve Dağıtım Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi'nin nev'i anonim şirket olduktan sonra, MAİS'in sermaye artırımını işlemine şirkete ortak olması işlemine izin verilmesi.	31.12.2005
68	05-88/1228-358	Süd-Chemie AG'nin reolojik katkı ve karbonsuz kil işletmesinin kontrolünün Rockwood Specialties Group, Inc tarafından devralınması işlemine izin verilmesi.	31.12.2005

**SEÇİLMİŞ KURUL KARARLARI**

	<b><u>Karar Tarihi</u></b>	<b><u>Karar No</u></b>
• LADİK ÇİMENTO	20.12.2005	05-86/1188-340
• MERSİN LİMANI	20.10.2005	05-70/967-261
• ERDEMİR ÖZELLEŞTİRME	24.11.2005	05-79/1083-271
• TÜRK TELEKOM UMTH KARARI 87/1199-348		22.12.2005 05- 87/1199-348

**Dosya Konusu: Rumeli Çimento Grubu şirketlerinden Ladik Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün, TMSF tarafından satışı ihalesinde en yüksek iki teklif veren Akçansa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile Türkerler İnşaat Turizm Madencilik Ticaret**

**REKABET Dergisi**

ve Sanayi A.Ş.'den herhangi birine  
devredilmesi işlemine izin  
verilmesi talebi.

Dosya Sayısı : 2005-1-122

(Devralma)

Karar Sayısı : 05-86/1188-340

Karar Tarihi : 20.12.2005

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Mustafa PARLAK

**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfki ÜNAL,  
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, Süreyya ÇAKIN,  
Mehmet Akif ERSİN

**B. RAPORTÖRLER :** M. Akif KAYAR, M. Selim ÜNAL

**C. BİLDİRİMDE BULUNAN:**

- Türkerler İnşaat Turizm Madencilik Tic. ve San. A.Ş.

Turan Güneş Bulvarı 15. Cadde No: 11 Çankaya-Ankara

- Akçansa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Hüseyin Bağdatlıoğlu İş Merkezi

Kaya Sultan Sok. No:97 Kat: 5-8 34742, Kozyatağı-İstanbul

**D. TARAFLAR:**

- Tasarruf Mevduatı ve Sigorta Fonu

(Ladik Çimento Sanayi T.A.Ş.)

Büyükdere Caddesi No:143 34394 Esentepe-İstanbul

- Akçansa Çimento San. ve Tic. A.Ş.

Hüseyin Bağdatlıoğlu İş Merkezi Kaya Sultan Sok.

No:97 Kat: 5-8 34742, Kozyatağı-İstanbul

- Türkerler İnşaat Turizm Madencilik Tic. ve San. A.Ş.

Turan Güneş Bulvarı 15. Cadde No: 11 Çankaya-Ankara



## **REKABET Dergisi**

**E. DOSYA KONUSU:** Rumeli Çimento Grubu şirketlerinden Ladik Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün, TMSF tarafından satış ihalesinde en yüksek iki teklif veren Akçansa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile Türkerler İnşaat Turizm Madencilik Ticaret ve Sanayi A.Ş.'den herhangi birine devredilmesi işlemine izin verilmesi talebi.

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 17.10.2005 tarih ve 7288 sayılı ile intikal eden ve 1.12.2005 tarihli yazıyla tamamlanan bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" ve 1998/4 sayılı "Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurumuna Yapılacak Ön Bildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ" in ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 2.12.2005 tarih ve 2005-1-129/Öİ-05-MAK sayılı Ön İnceleme Raporu 9.12.2005 tarih ve REK.0.05.00.00-120/235 sayılı Başkanlık önergesi ile 05-86 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu bünyesinde bulunan ve 5354 sayılı Kanun ile değişik 4389 sayılı Bankalar Kanunu'nun 15. maddesinin 7. fıkrasının (a) bendi gereğince, Fon Kurulu'nun 6.7.2005 tarih, 271 sayılı kararı ile, Rumeli Çimento Grubu şirketlerinden Ladik Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün haczedilen tüm mal, hak ve varlıklarının satılması işleminin,

1. 1998/4 sayılı "Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurulu'na Yapılacak Önbildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ" kapsamında izne tabi bir işlem olduğu,
2. Ladik Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün 13.10.2005 tarihinde yapılan ihalede;
  - a) en yüksek birinci teklifi veren Akçansa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye devredilmesi halinde, işlemin kraft torba ilgili ürün pazarında hakim durum yaratılmasına ve mevcut hakim durumun güçlendirilmesine yol açmayacağı, ancak çimento ilgili ürün pazarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında hakim durum yaratılmasına ve rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açacağı, bu nedenle işleme izin verilemeyeceği,

## REKABET Dergisi

- b) en yüksek ikinci teklifi veren Türkerler İnşaat Turizm Madencilik Ticaret ve Sanayi A.Ş.'ye devredilmesi halinde, işlemin çimento ve kraft torba ilgili ürün pazarlarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında hakim durum yaratılmasına ya da mevcut hakim durumun güçlendirilmesine ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açmayacağı, bu nedenle işleme izin verilmesinde sakınca bulunmadığı,

ifade edilmektedir..

### H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

#### H.1. Taraflar

##### H.1.1. Ladik Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü (Ladik Çimento)

Dosya mevcudu bilgilere göre, şirketin üretim tesisi Samsun Ladik'te kurulu olup klinker üretimi yapılmaktadır. Klinker kapasitesi (.....) ton/yıl, çimento kapasitesi ise (.....) ton/yıl olan fabrikada, 2004 yılında (.....) ton klinker ve (.....) ton çimento üretimi gerçekleştirilmiştir. Şirketin 2004 yılı net satışları ise (.....)-TL'dir. Ladik Çimento'nun satış bölgesi; Samsun, Tokat, Amasya, Çorum ve Sinop illeridir.

##### H.1.2. Akçansa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Akçansa)

Akçimento'nun 1996 yılında Çanakkale Çimento ile birleşmesi sonucunda kurulan Akçansa, Sabancı Holding ve HeidelbergCement'in ortak kuruluşudur. Şirket bu iki grubun ortak kontrolüne tabidir.

Dosya mevcudunda yer alan bilgi ve belgelere göre; çimento ve hazır beton üretiminde Marmara ve Ege bölgelerinde faaliyet gösteren Akçansa'nın, İstanbul ve Çanakkale'de iki çimento fabrikası ile Ambarlı, Aliğa ve Yalova'da üç çimento terminali bulunmaktadır. Şirket ayrıca 23 hazır beton santrali, 3 agrega tesisi ve 1 adet çimento öğütme tesisine sahiptir. 2004 yılı cirosu 368.835.135 YTL olarak gerçekleşen şirketin ortaklık ve yönetim kurulu yapıları aşağıdaki gibidir:

Tablo 1- Akçansa'nın Ortaklık Yapısı

Hissedar	Hisse Oranı (%)
Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş.	32,24
Aksigorta A.Ş.	7,48
CBR International Holding A.Ş.	39,72
Akbank Tekaüt Sandığı Vakfı	2,18

## REKABET Dergisi

Diğer-Halka Açık	18,38
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>

Tablo 2- Akçansa'nın Yönetim Kurulu Yapısı

Erhan Kamışlı	Yönetim Kurulu Başkanı
Daniel Gauthier	Üye
Emir Adıgüzel	Üye
Stefan Dreher	Üye
Engin Tuncay	Üye
Ahmet Dördüncü	Üye

Akçansa, Karçimsa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. 'de %50,99 oranında pay sahibidir. Akçansa'yı HeidelbergCement ile müştereken kontrol etmekte olan Sabancı Grubu'nun yine çimento sektöründe faaliyet gösteren Çimsa'da %51,83 OYSA'da ise %41,09 oranında hissesi bulunmaktadır.

### H.1.3. Türkerler İnşaat Turizm Madencilik Ticaret ve Sanayi A.Ş.

Türkerler İnşaat Turizm Madencilik Ticaret ve Sanayi A.Ş. (Türkerler A.Ş.) 1993 yılında Ankara'da kurulmuş olup, genel olarak inşaat sektöründe faaliyette bulunmaktadır. Çimento sektöründe herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır. Bildirim formunda, firmanın tekstil ve petrol sektörlerinde de faaliyeti bulunduğu belirtilmektedir.

Türkerler A.Ş.'nin dahil olduğu Türkerler Şirketler Grubu'ndaki diğer şirketler aşağıdaki gibidir:

- Ankara Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Türkerler Mağazası)
- Selen Giyim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- Saten Giyim Tekstil Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.
- Petsel Petrol İnşaat Turizm Gıda Maden İth. İhr. San. Ve Tic. Ltd. Şti.

Türkerler A.Ş.'nin yönetim kurulu üyeleri ve ortaklık yapısı şöyledir:

Tablo 3- Türkerler A.Ş.'nin Yönetim Kurulu Yapısı

Yönetim Kurulu Başkanı	Kazım TÜRKER
Yönetim Kurulu Başkan Vekili	Ülkü TÜRKER
Yönetim Kurulu Üyesi	Mehmet Derya GÜNEŞ

Tablo 4- Türkerler A.Ş.'nin Ortaklık Yapısı:

<b>Hissedar</b>	<b>Hisse Oranı (%)</b>
-----------------	------------------------

## REKABET Dergisi

Kazım TÜRKER	98,4
Ülkü TÜRKER	0.4
Mehmet Derya GÜNEŞ	0.4
Hüseyin Sinan ORÇAN	0.4
Kaan TÜRKER	0.4
<b>Toplam</b>	<b>100,0</b>

Dosya mevcudundan, Türkerler A.Ş.'nin inşaat işi faaliyetlerinden elde ettiği 2004 yılı cirosunun (.....) YTL. olduğu görülmektedir.

### H.2. İlgili Pazar

#### H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

Çimento temel olarak beyaz çimento ve gri çimento olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Gri çimento, inşaat ve alt yapı sektörünün en büyük girdilerinden biridir. Beyaz çimento ise daha çok yapıstırıcı ve derz dolgu malzemeleri, mimari ve dekoratif betonlar, prefabrik dış cephe panelleri, prekast elemanları üretiminde kullanılmaktadır. Bu bakımdan beyaz çimentonun kullanım alanı ve miktarı gri çimentoya oranla çok azdır.

Beyaz ve gri çimentonun (özellikle bunların girdisi konumundaki klinkerin) üretim süreçleri birbirinden ayrı yürütülmekte olup bunların arz ve talep bakımından ikame olması söz konusu değildir. Bu bakımından, bu iki çimento türünün ayrı ilgili ürünler olarak ele alınması gerekmektedir.

Temel kullanım özelliklerine göre gri çimento da kendi içerisinde çeşitli ürün gruplarına ayrılmaktadır: Portland çimento - katkılı çimento - cürufu çimento ve bunların alt açılımları (32,5-42,5). Öte yandan bu ürünler satış şekillerine göre ise torbalı veya dökme olarak ikiye ayrılmaktadır. Tüm bu ürünlerin arz bakımından ikame olduğu, başka bir ifade ile gri çimento üreten bir fabrikanın kısa dönemde tüm bu ürünleri üretebileceği dikkate alınarak, alt pazar tanımlarının yapılmasına gerek bulunmamış, pazar en geniş biçimde "gri çimento pazarı" olarak belirlenmiştir.

Devralma işlemine konu olan Ladik Çimento, klinker ile gri çimento üretimi ve satışı alanında faaliyette bulunmaktadır. Devralma işleminden sonra Ladik Çimento bu alanlarda faaliyetlerini sürdürecektir olup, devralan taraf söz konusu devir işlemi sonucunda bu alanlardaki pazar payına sahip olacaktır.

Diğer yandan, Ladik Çimento iktisadi bütünlüğü içerisinde, bütün Rumeli Grubu çimento tesislerinin kağıt torba ihtiyacını karşılayan ve Merkez Kağıt Torba ve San. Tic. A.Ş. tüzel kişiliği altında faaliyet gösteren bir kraft torba tesisi

## REKABET Dergisi

yer almaktadır. Bu tesiste, çeşitli tedarikçilerden sağlanan kraft kağıt, çimento torbası haline getirilmektedir. Kraft torba kağıdından üretilen kraft torbanın, genel olarak çimento, gübre ve kireç gibi ürünlerin ambalajlanmasında kullanıldığı ve ayrı bir pazar olarak tanımlanması gerektiği anlaşılmaktadır.

Bu doğrultuda ilgili ürün pazarları, torbalı ve dökme ayrımlarını da kapsayacak şekilde “gri çimento üretimi ve satışı pazarı” ile “kraft torba üretimi ve satışı pazarı” olarak belirlenmiştir. Ancak, bahse konu devralma işleminin değerlendirilmesinde “asıl önemi haiz” pazar olması sebebiyle “çimento pazarı” ağırlıklı olarak ele alınmıştır.

### H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

Bir ağır sanayi ürünü olarak çimentonun, yükte ağır pahada hafif niteliğiyle birlikte, ekonomik olarak satılabildiği bölgenin bir hinterland oluşturarak belli bir uzaklığı geçmemesi, daha uzağa nakliye edilmesi halinde nakliye maliyetinin çok yükselerek karlılığı ortadan kaldırması nedeniyle, çimento pazarı satış yapılabilen hinterland göz önüne alınarak belirlenmektedir. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) rekabet hukuku uygulamalarında çimentonun 320 km. yarıçaplı bir bölgede coğrafi pazar oluşturabileceği genel kabul görmektedir.<sup>109</sup> Avrupa Birliği Komisyonu'nun *Cement*<sup>110</sup> ve Rekabet Kurulu'nun 99-30/276-166 (a) sayı ve 17.6.1999 tarihli kararlarında da görüleceği üzere, Avrupa Birliği (AB) ve Türk Rekabet hukuku otoriteleri 200-300 km.'lik uzaklıkları çimento ilgili ürün pazarı için coğrafi pazarın sınırlarını çizen tespitlerinde temel almaktadır.

Bu bağlamda coğrafi pazar tanımlanmasında en geçerli metotlardan olan ve incelenen bölgeler arasındaki ürün giriş çıkışını ele alan Elzinga-Hogarty testi yapılarak pazar tespit edilmiştir. Elzinga-Hogarty testinin genel mantığı şu şekilde özetlenebilir: eğer belli bir coğrafi pazara dışarıdan girişler (import) ve o bölgeden dışarıya çıkışlar (export) az oluyorsa, o bölgede ilgili ürünün fiyatı diğer bölgelerden bağımsız olarak tespit edilebilecektir. Bu ise, bu bölgenin coğrafi pazar olabileceğini göstermektedir.<sup>111</sup>

<sup>109</sup>Sukharoman, Supachat (1998) “Oligopolistik Pricing Over The Deterministic Market Demand Cycle: Some Evidence From U.S Portland Cement Industry”, P.h.D Thesis, Department of Economics, University of Nebraska, [www.library.uiuc.edu](http://www.library.uiuc.edu)

<sup>110</sup>Cases IV/33.126 and 33.222, 30.11.2004.

<sup>111</sup> Mevzuat konumundaki Avrupa Birliği (AB) rekabet hukuku ve uygulamalarında da AB Komisyonu (Komisyon) antitröst davalarında coğrafi pazar tespiti için, Elzinga-Hogarty testi gibi ticaret akışı testlerinden faydalanmıştır. Örneğin, Saint-Gobain/Wacker-Chemie/NOM davasında, Komisyon, Elzinga-Hogarty testini kullanmış ve bir pazara %15'lik dışardan giriş miktarının düşük olduğu sonucuna vararak, söz konusu bölgenin ilgili coğrafi pazarı teşkil ettiği neticesine

## REKABET Dergisi

Elzinga-Hogarty testi nakliye bilgilerine dayalı iki kritere dayanmaktadır: 1) Bir bölgeye girişlerin aynı bölgedeki satışlara oranı<sup>112</sup>, 2) Bir bölgeden çıkışların aynı bölgedeki üretime oranı<sup>113</sup>. Birinci kriter LIFO, ikinci kriter ise LOFI olarak adlandırılmaktadır. Bu iki değer yüksek seviyelerde çıkması incelenen bölgelerin coğrafi pazarı oluşturduklarını göstermektedir.

LIFO, şu şekilde formüle edilmektedir:

$$\text{LIFO} = [(\text{Üretim}(P) - \text{İhracat}(X)) / \text{Tüketim}(C)] \quad (1)$$

Tüketim ise, üretimden ihracatın çıkarılması, ithalatın (M) eklenmesi ve mal stoğundaki (I) değişimin çıkarılmasıyla elde edilmektedir. Diğer bir ifadeyle,

$$C = P - X + M - \Delta I \quad (2)$$

Mal stokları sabit olduğu durumlarda, (2) nci denklemin (1) inciye konulmasıyla aşağıdaki eşitlik elde edilmektedir:

$$\text{LIFO} = 1 - (M/C) \quad (3)$$

LOFI'nin formüle edilmiş hali ise şu şekildedir:

$$\text{LOFI} = (P - X) / P$$

(2) nolu eşitlik kullanıldığında LOFI,

$$\text{LOFI} = 1 - (X/P) \quad (4)$$

şeklinde elde edilmektedir.

LIFO ve LOFI değerlerinin hesaplanması için, bölgeye satışı olan tüm fabrikaların verileri incelenmiştir. Söz konusu teşebbüslerin, hangi ile ne miktarda satış yaptıkları ise 2003 ve 2004 yılları için aşağıdaki grafiklerde sunulmuştur:

### 2003 Yılı Satışları Grafiği

#### TİCARİ SIR

### 2004 Yılı Satışları Grafiği

---

ulaşmıştır. (Simon Bishop & Mike Walker, *The Economics of EC Competition Law*, 256 (1999)).  
Kurul, şimdiye kadar iki kararında söz konusu testi detaylı bir biçimde ele alarak coğrafi pazarı tanımlamıştır (02-32/367-153 ile 00-39/436-242 sayılı Kararlar).

<sup>112</sup> "little in from outside" (LIFO) (LIFO=local consumption from local supplies/local consumption).

<sup>113</sup> "little out from inside" (LOFI) (LOFI=local consumption from local supplies/local production).

**TİCARİ SİR**

Coğrafi pazarın tanımlanmasında Samsun ili ve komşuları olan iller kritik bir yer teşkil etmektedir. Testin uygulanmasında önce devrin söz konusu olduğu Samsun ilinin tek başına coğrafi pazarı oluşturup oluşturmadığı ele alınmıştır. Daha sonra Samsun iline yakınlıkları nedeniyle sırasıyla Tokat, Amasya, Çorum, Sinop ve Ordu illeri de eklenerek pazar genişletilmiş ve LIFO-LOFI değerleri hesaplanmıştır. Aşağıdaki tabloda bu değerler hem 2003 hem de 2004 yılları için verilmiştir:

İLLER	LIFO		LOFI	
	2003	2004	2003	2004
<b>Samsun</b>	(...)	(...)	(...)	(...)
<b>Tokat</b>	(...)	(...)	(...)	(...)
<b>Amasya</b>	(...)	(...)	(...)	(...)
<b>Sinop</b>	(...)	(...)	(...)	(...)
<b>Çorum</b>	(...)	(...)	(...)	(...)
<b>Ordu</b>	(...)	(...)	(...)	(...)

Coğrafi pazar sadece Samsun ili olarak ele alındığında, LIFO değerleri yüksek çıkmış, LOFI değerleri ise düşük çıkmıştır. LIFO'nun yüksek çıkması, Samsun iline dışardaki illerde bulunan fabrikalardan az miktarda çimento satışı yapılmasından; LOFI'nin düşük çıkması ise, Samsun'dan dışarı çok fazla satışın olmasından kaynaklanmaktadır. Samsun iline Tokat ili eklendiğinde ve diğer illerle devam edildiğinde LOFI değerlerinin (coğrafi pazardan dışarıya satışların azalması nedeniyle) yükseldiği ve Çorum ilinin dahil olmasıyla birlikte LIFO değerleri ile eşitlendiği ve her iki değer de istenilen seviyeye geldiği görülmektedir. Ordu ilinin eklenmesi ile birlikte LIFO değeri yükselmekte (coğrafi pazardaki tüketimin tamamına yakınının üretimden karşılanması nedeniyle) ancak LOFI değerinin çok düşük çıkmakta (coğrafi pazarın dışında yapılan satışların çok yükselmesi nedeniyle) ve dolayısıyla LIFO-LOFI dengesi sağlanamamaktadır.

Coğrafi pazar olarak Samsun, Tokat, Amasya, Çorum ve Sinop alındığında ve Elzinga-Hogarty testinin sonucunda elde edilen veriler incelendiğinde; pazara giriş çıkışın düşük miktarda olduğu, dolayısıyla pazardaki fiyatların diğer yerlerden bağımsız olarak tespit edilebileceği görülmektedir. Bu çerçevede, ilgili coğrafi pazar "çimento" ürün pazarı için "Samsun, Tokat,

## **REKABET Dergisi**

*Amasya, Çorum ve Sinop illerinin sınırlarını çizdiği coğrafi bölge” olarak tespit edilmiştir.*

Öte yandan ikinci ilgili ürün pazarı olan kraft torbanın üretim ve satışı Türkiye geneline yayılmış durumdadır. Bu bakımdan ilgili coğrafi pazar “*Türkiye Cumhuriyeti sınırları*” olarak belirlenmiştir.

### **H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme**

#### **H.3.1. İşlemin Niteliği Bakımından Yapılan Değerlendirme**

Dosya konusu işlem, TMSF bünyesinde bulunan ve 5354 sayılı Kanun ile değişik 4389 sayılı Bankalar Kanunu’nun 15. maddesinin 7 numaralı fıkrasının (a) bendi gereğince, Fon Kurulu’nun 6.7.2005 tarih, 271 sayılı kararı ile, Rumeli Çimento Grubu şirketlerinden Ladik Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü’nün (Ladik Çimento) haczedilen tüm mal, hak ve varlıklarının, 13.10.2005 tarihinde 6183 sayılı Kanun hükümleri uyarınca yapılan ihale sonucunda belirlenen alıcı adaylarından birisine nihai olarak devredilmesi işlemidir.

Bu çerçevede, Ladik Çimento’nun nihai devri ile kontrolünün el değiştireceği göz önüne alındığında, incelemeye konu olan işlem, 1997/1 sayılı Tebliğ’in *Birleşme ve Devralma Sayılan Haller* başlıklı 2. maddesinde yer alan hükümler uyarınca bir devralma işlemidir.

#### **H.3.2. İşlemin Bildirimi Açısından Yapılan Değerlendirme**

1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı Tebliğ’in, İzne Tabi Birleşme veya Devralmalar başlığı altındaki 4. maddesinin, “*Bu Tebliğ’in 2. maddesinde belirtilen bir birleşme veya devralma sonucunda birleşmeyi veya devralmayı gerçekleştiren teşebbüslerin, ülkenin tamamında veya bir bölümünde ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının, piyasanın % 25’ini aşması halinde veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmi beş trilyon Türk Lirasını aşması halinde Rekabet Kurulu’ndan izin almaları zorunludur.*” hükmü ve 1998/4 sayılı Tebliğ’in 5. maddesi uyarınca Ladik Çimento’nun ilgili ürün pazarlarında pazar payının (çimento için 2004 yılında %(...) ve cirosunun (..... TL) Tebliğ’de öngörülen eşikleri aşması nedeniyle söz konusu işlem, ilgili Tebliğ çerçevesinde Rekabet Kurulu’nun iznine tabi bir devralma işlemidir.

#### **H.3.3. İşlemin 4054 Sayılı Kanun’un 7. Maddesi Açısından Değerlendirilmesi**

4054 Sayılı Kanun’un 7. maddesi uyarınca, bir birleşme veya devralmanın yasaklanabilmesi için işlemin, ya hakim durum yaratarak ya da mevcut hakim



## **REKABET Dergisi**

durumu güçlendirerek ilgili piyasada rekabeti önemli ölçüde azaltması gerekmektedir. Bu anlamda, başvuru konusu işlemin taraflarının pazardaki konumları ele alınarak, işlem sonucunda bir hakim durum yaratılması ya da mevcut hakim durumun güçlendirilmesinin söz konusu olup olmadığının değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bunun için Ladik Çimento'nun satışı için açılan ihalede en yüksek teklifi veren Akçansa (Sabancı Grubu) ve Türkerler teşebbüsleri için Kanun'un 7. maddesi açısından ayrı ayrı değerlendirmelere yer verilecektir.

### **H.3.3.1. Akçansa Teşebbüsü ve Çimento İlgili Ürün Pazarı Açısından İşlemin Değerlendirilmesi**

Dosya konusu işlem hakkında Kanun'un 7. maddesi açısından bir sonuca ulaşabilmek için öncelikli olarak "hakim durum" analizinde kullanılan tüm unsurlar incelenerek aşağıda sunulmuştur:

#### **a) İlgili Pazarda Yoğunlaşma Analizi**

Dosya mevcudu bilgilere göre; Akçansa, Sabancı Grubu tarafından kontrol edilmektedir. Sabancı Grubu, Türkiye klinker kapasitesinin %(...)’ini, çimento kapasitesinin ise %(...)’sini kontrol eden ikinci büyük üretici konumundadır. Sabancı Grubu, İstanbul-Büyükçekmece, Çanakkale, Mersin ve Kayseri’deki üretim tesisleri; OYAK Grubu ile ortaklaşa kontrol ettikleri OYSA teşebbüsüne ait Niğde ve İskenderun üretim tesisleri ve Zonguldak Karabük’teki öğütme tesisi ile Marmara, Ege, İç Anadolu ve Karadeniz Bölgelerinde çimento üretimi ve satışı faaliyetlerinde bulunmaktadır. Sabancı Grubu’nun çimento satış faaliyetlerinin coğrafi sınırlarını Çanakkale, Balıkesir, Edirne, Tekirdağ, Bursa, İzmir, Manisa, Bilecik, Kocaeli, İstanbul, İzmit, Edirne, Adapazarı, Yalova, Karabük, Kastamonu, Sinop, Çankırı, Zonguldak, Bartın, Ankara, Hatay, Gaziantep, Niğde, Aksaray, Konya, Karaman, Nevşehir, Adana, Kayseri, Mersin, Osmaniye, Kahramanmaraş, Antalya ve Malatya illeri olarak çizmek mümkündür. Dolayısıyla Ladik Çimento’nun devir işlemine ilişkin olarak belirlenen coğrafi pazarda Sabancı Grubu’nun çimento-klinker faaliyetleri kontrolündeki Karçimsa teşebbüsü vasıtasıyla yalnızca Sinop İli’nde çakışmaktadır. Sabancı Grubu’nun Ladik Çimento’yu alma varsayımıyla devir öncesi-devir sonrası pazarda oluşabilecek yoğunlaşma oranlarına ilişkin tablolara aşağıda yer verilmektedir:

#### **DEVİR ÖNCESİ PAZAR PAYLARI**

#### **DEVİR SONRASI PAZAR PAYLARI**

	2003	2004		2003	2004
LADİK	(.....)	(.....)	AKÇANSA	(.....)	(.....)

## REKABET Dergisi

YLOAÇ <sup>114</sup>	(....)	(....)	YLOAÇ	(....)	(....)
OYAK <sup>115</sup>	(....)	(....)	OYAK	(....)	(....)
SET <sup>116</sup>	(....)	(....)	SET	(....)	(....)
KARÇİMSA	(....)	(....)	BAŞTAŞ	(....)	(....)
BAŞTAŞ	(....)	(....)	TOPLAM	100	100
TOPLAM	100	100			

Akçansa'nın Ladik Çimento'yu devralması durumunda pazarın %(...)’sı üç teşebbüs tarafından kontrol edilecektir. İlgili coğrafi pazarda Sabancı ve Oyak Grupları ile YLOAÇ Grubu dışında kalan SET ve BAŞTAŞ’ın Ankara’da yerleşik üretim tesislerinden yaptıkları satışlar ile elde ettikleri toplam %(...) oranındaki pazar payları vasıtasıyla pazardaki fiyat-üretim seviyeleri gibi parametreler üzerinde fazla etkili olamayacağı söylenebilir. Esasen, SET ve BAŞTAŞ’ın Ankara ve çevresi merkezli üretim-satış yapımları ve nakliyenin çimentonun satış maliyetindeki rolü bu durumu ortaya çıkaran doğal bir neden olarak gösterilebilir.

	C4		HHI	
	2003	2004	2003	2004
Devir Öncesi	%97	%97	3450	3707
Devir Sonrası	%98,5	%98	3552	3814

Rekabet hukuku davaları ile ilgili analizlerde yaygın olarak kullanılan, bir ilgili pazarda faaliyet gösteren ve en fazla pazar payına sahip olan ilk 4 teşebbüsün toplam pazar paylarını gösteren C4 oranları bahse konu devralma işleminin çimento ürün pazarının coğrafi pazarı için hesaplanmıştır. Yukarıda yer verilen tablodan da görüleceği üzere 2003 ve 2004 yılları için C4 oranı muhtemel devir öncesi %97 düzeyinde ve Akçansa'nın Ladik Çimento'yu aldığı varsayımıyla 2003 ve 2004 yılları için sırasıyla %98,5 ve %98 düzeyindedir. Halihazırda “çok yüksek yoğunlaşma” oranına sahip olan ilgili pazarda Akçansa'nın Ladik Çimento'yu devralması neticesinde %99'a kadar çıkan bir “yoğunlaşma” seviyesine ulaşılacağı açıktır. Söz konusu pazarda mevcut ve gelecekte ulaşılabilir %97-98 düzeyindeki C4 oranları pazarın muhtemel

<sup>114</sup> YLOAÇ Grubunun Çorum ve Samsun Fabrikalarının toplam satışlarından oluşmaktadır.

<sup>115</sup> OYAK Grubunun Bolu ve Ünye Fabrikalarının toplam satışlarından oluşmaktadır.

<sup>116</sup> SET Grubunun Ankara Fabrikasının satışlarından oluşmaktadır.

## **REKABET Dergisi**

devralmalarla nasıl bir rekabetçi yapıya sahip olacağına yönelik analizlerin daha ayrıntılı şekilde yapılmasını gerektirmektedir.<sup>117</sup>

İlgili pazarda toplam yoğunlaşma seviyesini değerlendirmede kullanılan bir diğer ölçüt ise Herfindahl-Hirschman Index (HHI)'dir. HHI bir pazarda faaliyet gösteren tüm teşebbüslerin pazar paylarının kareleri toplanarak hesaplanmaktadır. HHI'nin toplam seviyesi birleşme sonrası pazar yapısındaki anti-rekabetçi bir ortamın oluşup oluşmadığının önemli bir göstergesi iken HHI seviyelerindeki değişim miktarı ("delta" olarak adlandırılmaktadır) da devralmanın pazar üzerindeki etkisinin hesaplanmasında önemli bir araçtır.

Dosya konusu işlemin çimento ilgili ürün pazarı için tespit edilmiş coğrafi pazarında, 2003 ve 2004 yıllarına ilişkin HHI değerleri 3450 ve 3707 olarak hesaplanmıştır. Yine, 2003 ve 2004 yılları için Akçansa'nın Ladik Çimento'yu devraldığı varsayımıyla hesaplanan HHI değerleri sırasıyla 3552 ve 3814 düzeyindedir. 2003 ve 2004 yılları için devir öncesi-devir sonrası HHI değerlerindeki değişimler (delta rakamları) sırasıyla 102 ve 107 olarak artış şeklinde gerçekleşmiştir. AB Komisyonu'nun 2004 yılında yayınlamış olduğu "Yatay Birleşmelerin Değerlendirilmesi İçin Rehber"inde (Rehber) HHI rakamlarının nasıl değerlendirileceğine ilişkin açıklamalara yer verilmiştir. Rehber, HHI seviyelerini ve değişimlerini (deltaları) bir kombinasyon olarak birlikte yorumlamaktadır. Rehber'e göre, yatay birleşmelerde 2000'nin üzerinde HHI ve 150'nin üzerindeki delta seviyelerinin birlikte sağlanması durumunda birleşme anti-rekabetçi etkilere sahip olabilecek ve dolayısıyla pazarın muhtemel devir sonrası yapısına ilişkin farklı ağırlık verilmesi gerekecektir. Ladik Çimento'nun devri için hesaplanan HHI seviyesinin 3814 düzeyinde olmasına karşın, HHI'daki devir sonrası değişimi (delta) 107 olarak gerçekleşmiştir.

Bu noktada, her ne kadar HHI-delta kombinasyonunun sağlanamadığı görülse de, Rehber'de deltanın 150'nin altında olmasına rağmen, bazı koşullar ile 1000 ya da 2000'in üzerindeki HHI rakamlarına sahip bir pazarda da ayrıntılı "hakim durum analizi" yapılması gerekli durumlara yer verilmiştir. Birleşme taraflarından birisinin aynı pazarda faaliyet gösteren küçük pazar payına sahip rakip bir teşebbüs ya da pazara girebilecek bir potansiyel rakip teşebbüs olması bu durumlara örnek olarak verilmektedir. Sabancı Grubu-Akçansa bahse konu ilgili coğrafi pazarda Karçimsa ile küçük de olsa faaliyet göstermektedir. Ayrıca, Sabancı Grubu söz konusu ilgili pazarın birçok coğrafi pazarında faaliyet gösteren

---

<sup>117</sup> Amerika Birleşik Devletleri (ABD) antitröst hukuku uygulamalarında, birleşmeler sonrası %75'i aşan bir C4 oranına sahip bir pazarın antirekabetçi bir yapıya dönüşebileceği varsayılmaktadır (Hovenkamp, H. (1999), "Federal Antitrust Policy", s. 511.).

## **REKABET Dergisi**

ve her zaman için diğer coğrafi pazarlara yatırım-devralmalar yoluyla girebilecek bir konumda bulunmaktadır. Bu çerçevede, 3814-107 olarak hesaplanmış HHI-delta kombinasyonunun devir sonrası oluşacak pazarın anti-rekabetçi bir yapıda oluşabileceğine işaret eden göstergelerden birisi olduğunu söylemek mümkündür.

Keza, ABD rekabet otoriteleri olan Adalet Bakanlığı Antitröst Dairesi (DOJ) ve FTC'nin birlikte 1992 yılında yayınladıkları "Yatay Birleşmeler Rehber" (YBR)'inde de ayrıntılı HHI analizlerine yer verilmektedir. YBR'ye göre devir sonrası HHI düzeyi 1800'ün üzerinde ise ilgili pazar "çok yüksek derecede yoğunlaşmış" olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, Rehber'in yaklaşımına benzer şekilde, YBR'de, 100'ün üzerindeki HHI değişimine yol açan bir birleşmenin pazar gücünün ortaya çıkması veya kuvvetlendirilmesi ya da pazar gücünün kullanılmasını kolaylaştırıcı etkide bulunması sonuçlarını doğuracağı ifade edilmektedir. Bu çerçevede, Ladik Çimento'nun Akçansa'ya muhtemel devri ile oluşacak pazar için hesaplanan HHI değeri, YBR'nin kıstasları ile "çok yoğunlaşmış" ve "anti-rekabetçi etkilerin oluşabileceği" bir pazarın oluşumuna işaret etmektedir. Ancak, bahse konu devir sonrası oluşabilecek bir hakim durumun varlığını ortaya koyacak bir analiz, pazar payları dışında diğer kriterlerinde mevcudiyetini gerektirmektedir.

### **b) İlgili Pazardaki Oyuncuların Sayısı**

İlgili pazarda faaliyet gösteren firmaların az sayıda olması söz konusu teşebbüslerin gizli bir anlayışa-işbirliğine ulaşmalarını ve bunu uzun bir süre muhafaza etmelerini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, az sayıdaki teşebbüs bir pazardaki rekabeti bozucu anlaşmaları bozan firma ya da firmaların anlaşma tarafı diğer firmalarca daha kolay bir şekilde tespitine yol açmaktadır. Özellikle 3 ya da en fazla 4 teşebbüsten oluşan bir pazar yapısının "birlikte hakimiyet" in oluşumuna zemin hazırladığı, teşebbüs sayısının 5'den fazla olduğu piyasalarda ise "birlikte hakimiyet" in meydana gelmesinin zorlaştığı görülmektedir.

Akçansa'nın Ladik Çimento'yu devralma varsayımıyla pazardaki oyuncu sayısı 6'dan 5'e düşmektedir. Ancak, daha önce de belirtildiği üzere, ilgili coğrafi pazarda esas faaliyet gösteren oyuncuların Akçansa, OYAK ve YLOAÇ olmak üzere 3 olduğu söylenebilir. Söz konusu üç teşebbüsün toplam pazar payı %96 ve geri kalan 2 teşebbüs olan SET ve BAŞTAŞ'ın toplam pazar payı %4'dür. SET ve BAŞTAŞ'ın üretim tesislerinin Ankara'da olması ve ilgili coğrafi pazarın sadece bir iline satış yapmaları bu durumu açıklar niteliktedir. Bu çerçevede, hakim duruma yönelik analizlerin söz konusu 3 teşebbüs üzerinden yapılması daha sağlıklı bir sonuca ulaştıracaktır.

### **c) Giriş Engelleri**

## **REKABET Dergisi**

Rekabet Kurulu'nun Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren çimento üreticileri hakkında aldığı 2.12.2004 tarih ve 04-77/1108-277 sayılı gerekçeli kararından bazı bölümlere aşağıda yer verilmiştir:

*“Çimento üretimi, sermaye yoğun bir faaliyettir. Hammadde değirmeninde öğütülen kalker, marn, kil gibi hammaddeler daha sonra fırınlarda belli bir ısıda pişirilerek klinkere dönüştürülür. Daha sonra klinkerin öğütülmesi ve çeşitli katkı maddelerinin eklenmesiyle çimento elde edilir. Tüm bu aşamaların gerçekleştirilebilmesi için gerekli olan sermaye, oldukça yüksek miktardadır. Çimento sektöründe pazara girişin bu denli büyük miktarda sermaye gerektirmesi, sektöre yeni girecek firmalar açısından caydırıcı bir durum teşkil etmektedir. Çimento sektörü, ölçek ekonomilerinin işleyişi için uygun bir pazardır. Çimentonun homojen bir ürün olması da, ölçek ekonomisinden faydalanmak için ortam sağlamaktadır. Üretim süreci gereği büyük miktarlarda üretim yapılan çimento sektöründe, farklı üretim süreçlerinden farklı ürünlerin elde edilmesi de gerekmediğinden, bölünme yaşanmadan ölçek ekonomisinden faydalanmak için oldukça uygun bir pazardır. Çimento üretiminde optimum kapasite, 1.000.000 ton/yıl olarak kabul görmüştür.*

...

*İktisat literatüründe, pazara giriş engeli kavramı, endüstriye yeni girecek firmanın katlanmak zorunda olduğu, fakat mevcut firmanın katlanmak zorunda olmadığı üretim maliyeti olarak tanımlanmaktadır. Avrupa Birliği Hukuku uygulamasında sermaye ihtiyacı, dikey entegrasyon, fazla kapasite, ürün farklılaşması ve sınai mülkiyet hakları gibi, piyasaya yeni girecek olan teşebbüsler için zorluk teşkil eden çok çeşitli faktörler giriş engeli olarak nitelendirilmektedir. Aşağıda “çimento” pazarındaki giriş engelleri incelenmiştir:*

**Sermaye İhtiyacı ve Batık Maliyet:** *Batık maliyet, bir sektörde faaliyet gösterebilmek için yapılan maliyetlerden, sektörden çıkarken o varlığı elden çıkarma yoluyla tekrar paraya dönüştürülemeyen ya da yapılan harcamanın geri kazanılamaz veya başka bir faaliyet alanında kullanılamayacak nitelikte olanlarını ifade etmektedir. Çimento sektöründe var olan batık maliyetlerin yanı sıra, sektöre giriş önemli miktarda sermaye gerektirmekte ve bu da sektöre yeni girecek firmalar açısından caydırıcı bir durum teşkil etmektedir. Nitekim, AB Komisyonu bir piyasaya giriş için gerekli yüksek sermaye ihtiyacını, batık maliyetleri dikkate almaksızın giriş engeli olarak değerlendirmektedir.*

## REKABET Dergisi

*Sermaye piyasası aksaklıkları da sermaye ihtiyacının giriş engeli oluşturmasında etkilidir. Sermaye piyasasındaki bilgi asimetrilerinden (borç verenin borçlunun risk düzeyini ve mali gücünü inceleme imkanının olmaması gibi) dolayı, daha küçük bilançosu olan yeni teşebbüs, iflas olasılığı daha yüksek görüldüğünden, ancak daha yüksek faizle kredi alabilmekte ve sermaye maliyeti artmaktadır. Türkiye çimento pazarına, optimum ölçek kabul edilen 1.000.000 ton/yıl kapasiteli bir fabrika kurarak girmek isteyen bir teşebbüsün, 100 milyon USD'a ihtiyacı olacaktır.*

...

*Ülkemiz sermaye piyasalarında var olan sıkıntılar sebebiyle, piyasaya yeni giriş yapacak firmaların, gerekli sermaye için kredi bulmakta zorlanacağı ya da daha yüksek bir sermaye maliyetine katlanmak durumunda kalacağı da açıktır.*

*Yukarıdaki açıklamalar göz önüne alındığında, ilgili ürün pazarı olan "çimento" pazarında batık maliyetlerin ve sermaye ihtiyacının ciddi giriş engelleri oluşturduğu görülmektedir.*

**Ölçek Ekonomileri ve Fazla Kapasite:** Çimento sektöründe, ana işlemin basit olması, ürünün homojen olması ve teknolojinin herkes tarafından uygulanabilir olması sebebiyle, ölçek ekonomilerinin sabit maliyet ve emek maliyetleri üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bu nedenle, sektöre yeni girecek teşebbüsün fiyat rekabeti yapabilmesi için büyük miktarlarda yatırım ve geniş ölçekte üretim yapması gerekmektedir. Çimento üretiminde optimum kapasite, 1.000.000 ton/yıl olarak kabul görmüştür.

*Önceki yıllarda verilen teşvikler sebebiyle, arz fazlasına sahip olan Türkiye çimento pazarı, önce birbirini izleyen ekonomik krizler, sonra da deprem sebebiyle büyük bir talep daralmasıyla karşı karşıya kalmıştır. Mevcut durumda, doygun bir hale gelmiş sektördeki üretim fazlası, ihracat yoluyla eritmeye çalışılmaktadır.*

*Bir sektördeki arz fazlasının o sektöre giriş açısından bir engel teşkil ettiği açıktır. Talepte bir artış yaşansa dahi, ülkemiz çimento sektöründeki kapasite fazlası ve ölçek ekonomilerinden faydalanan firmaların varlığı nedeniyle yeni firmaların pazara girme olasılığı düşük görülmektedir.*

**Dikey Entegrasyon:** Hammaddelerin fırınlanarak pişirilmesiyle elde edilen klinkerin öğütülüp, toz haline getirildikten sonra katkı maddeleri eklenmesi sonucu üretilen çimento, hazır beton üretiminin ana girdisini teşkil



## REKABET Dergisi

2004	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	9394240
<b>KKO</b>	<b>Ladik</b>	<b>Çorum</b>	<b>Samsun</b>	<b>Ünye</b>	<b>Karşın</b>	<b>Başta</b>	<b>Set</b>	<b>Bolu</b>	
2003	%(...)	%(...)	%(...)	%(...)	%(...)	%(...)	%(...)	%(...)	
2004	%(...)	%(...)	%(...)	%(...)	%(...)	%(...)	%(...)	%(...)	

Yukarıda yer verilen tabloda görüldüğü üzere, ilgili coğrafi pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin kapasite kullanım oranları 2003 ve 2004 yılları için oldukça düşük oranlarda gerçekleşmiştir. Bu durum arz fazlasının mevcudiyetine işaret edip pazara giriş engelinin varlığını kanıtlar niteliktedir. İhracat dışında bölgedeki talebin 1 milyon tona yaklaşık bir rakam olduğu da göz önüne alındığında, toplam çimento üretim kapasitesinin yaklaşık talebin 10 katına yakın bir düzeyde olması da söz konusu piyasada giriş engellerinin bulunduğunu desteklemektedir. Kaldı ki, yeni bir piyasaya giriş tehlikesinin bulunması halinde OYAK ve Sabancı Grupları ile YLOAÇ'ın diğer yakın coğrafi bölgelerdeki üretim tesislerinden nakliye sübvansiyonu ile söz konusu coğrafi pazara mal tedarik edebileceği ve bunun da "stratejik giriş engeli" olarak söz konusu teşebbüslerce kullanılabilmesi de belirtilmelidir.

Bu noktada, piyasaya uzun bir süredir yeni firma girişinin olmamasının da bir engel olarak rekabet otoritelerince değerlendirmeye alındığını ifade etmek yerinde olacaktır.<sup>118</sup> Dosya konusu coğrafi pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin üretime başlamalarının 1974'lere kadar uzandığı ve sektöre son çeyrek asırdır yeni bir firma girişinin olmadığı göz önüne alındığında "giriş engellerinin" yüksek olduğuna ilişkin düşünce kuvvetlenmektedir.

Öte yandan, OYAK Grubu'nun ve YLOAÇ'ın bölgede klinker, çimento ve hazır beton üretimi; Ladik Çimento'nun hem klinker hem çimento üretimi, Baştaş ve SET'in de klinker, çimento ve hazır beton üretimi faaliyetleri göstermeleri piyasaya girişte bir engel yaratabilecek dikey entegrasyonun varlığını göstermektedir. Ayrıca, yukarıda yer verilen gerekçelerin ışığında, dosya konusu coğrafi pazarda çimento ürünü için; batık maliyetler, dağıtım ağları, yüksek sermaye ihtiyacı, ölçek ekonomileri gibi unsurların da giriş engelleri yaratacak düzeyde mevcut olduğu görülmektedir.

<sup>118</sup> Örneğin, *Jos. Schlitz Brewing Co. v. United States* davasında Mahkeme, ilgili piyasaya 19 yıl boyunca yalnızca tek bir yeni firma girişinin olmasının bir "giriş engeli" teşkil ettiğine hükmetmiştir. Keza, *United States v. Healthco, Inc.* davasında Mahkeme, son 7 yıl içerisinde piyasaya belirgin bir giriş olmamasını "giriş engeli" olarak değerlendirmiştir.



## **REKABET Dergisi**

Yukarıda yer verilen açıklamaların ışığında Samsun ili ve çevresindeki illerden oluşan ve “Batı Karadeniz” pazarı olarak da nitelendirilebilecek ilgili pazarda “yüksek giriş engellerinin” mevcut olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

### **d) İlgili Ürün Pazarının Özellikleri**

Rekabet Kurulu’nun Ege Bölgesi’nde faaliyet gösteren çimento üreticileri hakkında aldığı 2.12.2004 tarih ve 04-77/1108-277 sayılı gerekçeli kararından bazı bölümlere aşağıda yer verilmiştir:

*“Çimento, homojen bir yapı malzemesidir. İlgili ürün pazarı başlığı altında daha detaylı bilgi verildiği üzere, içerisine katılan katkı maddelerine göre bazı farklı özellikler kazandırılabilen, bu durum ürünün kullanım alanında küçük değişiklikler yapmaktadır. Örneğin sülfata dayanıklı çimento (SDÇ), suyla temasında daha iyi mukavemet gösterdiğinden, havuz, baraj gibi inşaatlarda tercih edilmektedir. Çimento türleri arasındaki özellikleri bakımından birbirine benzeyen, ikamesi kolay bir ürün olan çimentonun özelliklerinin farklılaştırılması, dolayısıyla da farklı müşteri kitlesine hitap etmesi ya da farklı fiyatlandırma yapılması oldukça kısıtlıdır. Örneğin sabunda olduğu gibi, kokusu, rengi, ambalajı değiştirilerek farklılaştırılmamaktadır. Ürün özelliklerini daha fazla değiştirme imkanı olmadığından, pazarda rekabet aracı olarak sadece fiyat kullanılmaktadır.*

*Çimento, uzun süre stoklarda durmadığı için üreticiler ve satıcılar bakımından kısa zamanda satışının yapılması gereken bir üründür. Stok ömrü 3 ay olan çimentonun, stokta bu sürenin aşılması durumunda kalitesi bozulur. Bu nedenle sektörde, nisbeten stoklanma süresi uzun olan klinker stoklanmakta, ancak klinkerin de uzun süre stoklanması mümkün olmamaktadır. Sektörde stok süresi kısa olduğundan, talep tahminleri ve ürünün üretiminden itibaren kısa sürede satılması önemlidir.*

*Çimento pazarında talebin fiyat esnekliği düşüktür. Talebin fiyat esnekliğini kısaca, talep miktarının fiyat değişimlerine vereceği tepki olarak tanımlayabiliriz. Talebin fiyat esnekliğinin düşük olması durumunda, müşterinin pazarlık gücü zayıftır. Talebin fiyat esnekliği düşükse, satıcıların da fiyat indirimi yapmaları ortak menfaatlerine terstir. Çünkü yapacakları indirimle, bu indirimi karşılayıp hatta kara geçecekleri talep artışıyla karşılaşmazlar. Bu nedenle de, talep esnekliği ne kadar düşerse, pazarda yapılan fiyat anlaşmalarının kalıcılığı da o kadar muhtemel hale gelebilecektir.*

## REKABET Dergisi

*Teknolojik gelişme, daha önce tatmin edilmemiş ihtiyaçları tatmin edecek yeni ürün veya yeni üretim süreci geliştirilmesine olanak sağlar. Oysa çimento sektöründe enerji ve yakıt tasarrufu sağlayan bazı gelişmeler dışında pek bir teknolojik gelişme yaşanmaz.*

*Çimento pazarında, üretici fabrikalar belirli dönemlerde fiyat listeleri yayınlayarak fiyatlarını bayilerine ve müşterilerine duyurmaktadır. Ancak genellikle söz konusu fiyat listelerine uyulmamakta, yapılan iskontolarla fiili fiyat daha düşük olmaktadır. Fiyat listelerinin üzerinden yapılan iskontoların oranını ise bölgedeki talebin durumu, çimentosu satılan üretici sayısı, bölgenin rekabetçi olup olmaması ve nakliye mesafesi belirlemektedir. Ortak bayilerin de bulunduğu bir pazar olması dolayısıyla, çimento üreticisi rakiplerin, ortak bayiler ya da diğer çimento müşterilerinden, rakiplerin fiili fiyatlarını çok kısa bir zamanda öğrenmeleri mümkündür. Bu nedenle, az sayıda üreticinin olduğu dar bir oligopol pazar olan çimento pazarı, oldukça şeffaf bir pazardır.”*

Dosya kapsamında Ladik Çimento'nun gönderdiği bilgiler ve Rekabet Kurulu'nun (.....) yılında yürüttüğü çimento sektörüne yönelik önaraştırmada, (.....)da tespit edilen “(.....)” adlı belgeden elde edilen bilgiler çerçevesinde bahse konu devralma işleminin coğrafi pazarının yer aldığı bölge olan Karadeniz Bölgesi'nde çimento satışının %(...)’ü dağıtıcılara (bayiler), %(...)’si hazır beton üreticilerine, %(...)’sı yapı müteahhitlerine ve geri kalanı da kamu gibi kanallara yapılmaktadır. Bu çalışmanın sonuçlarının yaklaşık olarak bahse konu işlemin ilgili pazarında da geçerli olabileceği varsayımından hareketle, pazardaki rakiplerin birbirlerinin fiyatlarını ya da üretim miktarlarını bayiler, hazır beton firmaları ya da müteahhitlik firmalarından çok kolaylıkla öğrenebileceklerini söylemek mümkündür. Rekabet Kurulu'nun bu sektörlerde uzun yıllardır yaptığı birçok önaraştırma-soruşturmanın yarattığı bilgi birikiminin ışığında çimento, hazır beton ve gazbeton gibi yapı malzemelerini içeren sektörlerde rakiplerin birbirlerinin fiyat, üretim ve satış gibi rakamlarını birbirlerinin bayilerinden, kontrat yaptıkları müteahhitlerden pazar araştırmaları vasıtasıyla gecikmeksizin öğrenebildiklerini söylemek mümkündür. Çimento sektöründe fiyat listelerinin büyük önemi bulunmaktadır. Fiyat listelerinin yazılı, faks, e-mail gibi yöntemlerle dağıtıcılara ulaştırıldığı bilinmektedir. Ayrıca, sektörel dernekler, birlikler piyasaların şeffaflaştırılması açısından büyük önem arz etmektedir. Türkiye çimento pazarında faaliyet gösteren ve hemen hemen tüm çimento üreticilerinin üye olduğu Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği (TÇMB) oldukça faal bir mesleki birlik konumundadır. TÇMB'nin Rekabet Kurulu'nun 17.6.1999 tarih ve 99-30/276-166 (a) sayılı kararı ile 1.2.2002 tarih, 02-06/51-24 sayılı

## **REKABET Dergisi**

kararlarında da görüleceği üzere özellikle Rekabet Kanunu'nun uygulanmaya başlamasından önceki dönemlerde fiyat-miktar gibi rekabeti etkileyen parametreler üzerinde üye teşebbüslerarası bilgi değişimini sağladığı hususunda tespitler mevcuttur.

Yukarıda yer verilen açıklamalar çerçevesinde, ilgili pazarın şeffaf olduğu ve bu nedenle gizli bir işbirliğini, işbirliğini bozan bir teşebbüsün varlığının anında diğer teşebbüslerce öğrenilebilmesinin çok kolay olması gerekçesiyle, uzun vadelere korumanın mümkün olduğu görülmektedir.

Genel olarak Türk çimento sektöründe ve bahse konu işlemin çimento ilgili ürün pazarına ilişkin coğrafi pazarında, "alıcı gücünden" söz etmenin zor olduğu ifade edilebilir. Yukarıdaki bölümde de yer verildiği üzere çimento satışının %50'ye yakını bayilere (distribütörlere) yapılmaktadır. Söz konusu bayilerin belirli bir alıcı gücünde olmadığı, dikey rekabet ihlallerinin (renkli torba uygulamaları, bölgeler arası ticaretin engellenmesi) çimento üreticisi teşebbüslerce yapılmasından da görülebilmektedir.<sup>119</sup> Çimento sektöründeki bayilerin sağlayıcılarını birbirleriyle rekabet etmeye zorlayıcı organize bir kapasiteye sahip olmadıkları bugüne kadarki mevcut Rekabet Kurulu soruşturmalarının bir gerçeği olarak ortaya çıkmıştır. Öte yandan, çimento üreticilerinin aynı zamanda hazır beton üreticileri olması (dikey entegrasyonun yüksekliği) ve bağımsız hazır beton üreticilerinin de çimento üreticilerine ham madde açısından bağımlı olması, hazır betonun Türkiye'de son 10 yılda depremlerin de etkisi ile birlikte ön plana çıkan bir ürün olması gibi unsurlar dikkate alındığında, çimento satışının bir diğer önemli kanalı olan hazır beton üreticileri bağlamında da bir alıcı gücünün özellikle yapı müteahhitleri için mevcut olmadığı görülmektedir. Nitekim, Rekabet Kurulu'nun 04-77/1109-278 sayılı ve 2.12.2004 tarihli gerekçeli kararında da çimento sektöründe alıcı gücünün zayıflığı konusunda kuvvetli kanıtlara yer verilmektedir.

İlgili pazarda, talebin ya da piyasanın büyüme oranı da gizli işbirliğine yönelik önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir. (.....)da tespit edilen "(.....)" adlı belgede yer alan Türk Çimento sektöründeki talebin yapısına yönelik analizlere bu noktada yer vermek yerinde olacaktır. Belgeden, 1993-2002 yılları arasında bahse konu işlemin coğrafi pazarının da yer aldığı Karadeniz Bölgesi'nin talep büyümesinin %(...) oranında olduğu ve diğer coğrafi bölgelere nazaran daha dengeli olduğu görülmektedir. Örneğin aynı oran Doğu Anadolu Bölgesi için %(...) ve Marmara Bölgesi için %(...) seviyelerindedir. Marmara Bölgesi için depremin bu seviyenin oluşmasında bir faktör olduğunu

---

<sup>119</sup> Rekabet Kurulu'nun 17.6.1999 tarih ve 99-30/276-166 (a) sayılı, 1.2.2002 tarih ve 02-06/51-24 sayılı kararları

## **REKABET Dergisi**

söylemek mümkündür. Belgedeki bilgilerden Karadeniz Bölgesi'ndeki çimento fiyatları değişimlerinin de diğer tüm bölgelere göre (.....) bir dönem için (...-...) daha az olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum da talebin dengeli olduğuna işaret etmektedir. Ladik Çimento'nun faaliyet gösterdiği coğrafi pazarın, Marmara, Ege, Akdeniz Bölgeleri gibi çok yoğun konut talebi veya turizm yatırımlarına sahne olmadığı ve talep artırıcı bu tip etkilere maruz kalmadığı söylenebilir. Dolayısıyla, bu bölgelere nazaran daha stabil bir talep artışına sahip olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Birlikte hakim durum kavramına yönelik bir analizdeki önemli unsurlardan biri de birlikte hakim duruma geleceği düşünülen teşebbüsler dışında ilgili pazarda rekabeti artırabilecek faaliyetlerde bulunabilecek firmaların mevcut olup olmadığıdır. Akçansa'nın Ladik Çimento'yu muhtemel devralmasıyla birlikte OYAK GRUBU-SABANCI GRUBU-YLOAÇ üçlüsü ilgili coğrafi pazarın %(...) 'sını kontrol edeceklerdir. Geriye kalan %(...) pazar payı ise SET ve BAŞTAŞ teşebbüsleri tarafından paylaşılacaktır. Ancak, daha önce de ifade edildiği üzere bu iki teşebbüsün birlikte de olsa söz konusu üç grup üzerinde etkin bir rekabet baskısı kurmasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Çimentonun bölgesel pazar özelliğinden dolayı farklı coğrafi pazarlardan bölgeye mal girişi ve rekabet baskısının oluşması da istisnai olarak kabul edilmektedir. Bir diğer alternatif olan çimento ithalatı ise Türk çimento sektörü için geçerli bir unsur değildir. Dosya kapsamındaki bilgi ve belgelerin ışığında Türk çimento sektöründeki fazla kapasite probleminin çimento ithalinin gereğini ortadan kaldırdığı söylenebilir. Son 10 yılda toplam çimento tüketimi içinde ithalatın payı önemsiz sayılabilecek seviyelerdedir. Örneğin 2002 yılında toplam Türkiye çimento tüketiminin %0.12'si ithalat yoluyla karşılanmıştır. Sonuç itibarıyla ilgili pazarda OYAK-SABANCI-YLOAÇ üçlü grubuna rekabetçi baskıda bulunabilecek 3. taraf konumunda teşebbüs ya da teşebbüsler bulunmamaktadır.

Yukarıda yer verilen açıklamaların ışığında; çimentonun homojen bir ürün olması, çimento talebinin fiyat esnekliğinin düşük olması, ilgili pazarın teknolojik gelişmelere açık olmaması neticesinde teknolojik doygunluğa ulaşmış olması, şeffaf olması, ilgili pazarda rekabetçi baskıda bulunabilecek 3. taraf teşebbüslerin eksikliği, ilgili stabil talep artışına sahip olması, alıcı gücünün mevcut olmaması olarak özetlenebilecek unsurlar ilgili pazarda fiyat-miktar gibi parametreler üzerinde gizli bir işbirliğinin doğmasını kolaylaştırıcı özellik arz etmektedir. Bu unsurlara eklenebilecek ve "gizli işbirliği" riskinde öne çıkan bir diğer husus da, teşebbüslerin bir piyasada çok sıklıkla karşı karşıya gelip gelmedikleridir. Çimento talebi çok sık, küçük parçalar halinde nitelendirilebilecek bir talep yapısına sahiptir. Çimento talebi belli bir zaman dilimi içerisinde çok az sıklıkta ve büyük

## **REKABET Dergisi**

parçalar halinde oluşan bir şekle sahip değildir. Dolayısıyla, bahse konu ilgili coğrafi pazarı da kapsayan şekilde teşebbüsler sürekli olarak birbirleriyle etkileşim halinde karşılaşan bir piyasa da faaliyet göstermektedir. Talebin belli bir zaman diliminde çok sık şekilde oluşumu, böyle bir pazarda faaliyet gösteren firmaların birbirlerinin pazar davranışlarını öğrenmeyi ve işbirliklerinin bozulduğu anlarda birbirlerini cezalandırmayı kolaylaştırıcı etkide bulunmaktadır. Sonuç itibarıyla, söz konusu talep yapısı “gizli işbirliği” riskini artırmaktadır.

### **e) İlgili Pazarda Teşebbüsler Arası Yapısal Bağlar**

İlgili pazarda Ladik Çimento'nun Akçansa tarafından devralınması olasılığı, Akçansa'yı kontrol eden SABANCI Grubu ile OYAK-Ünye ve OYAK-Bolu üretim tesislerini kontrol eden OYAK Grubu arasındaki yapısal bağın incelenmesini gerektirmektedir.

Dosya mevcudu bilgilere göre; OYAK Grubu ile SABANCI Grubu, OYSA Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş. (OYSA) adlı ortak girişim şirketini ortaklaşa kontrol etmektedirler. OYSA'nın Niğde ve İskenderun illerinde çimento fabrikaları bulunmakta<sup>120</sup> ve İç Anadolu (Niğde, Aksaray, Konya, Karaman, Nevşehir vb. ), Akdeniz (Hatay) ve G. Doğu Anadolu (Gaziantep) Bölgelerinde faaliyet göstermektedir. OYSA'nın ortaklık yapısı ve yönetim kurulu-denetim kurulu bilgilerine aşağıda yer verilmektedir:

<b><u>Ortaklar</u></b>	<b><u>Payı (%)</u></b>
ÇimSa	41.09
OYAK	41.09
Halka Açık	17.82

<b><u>Yönetim Kurulu Üyeleri</u></b>	<b><u>Denetim Kurulu Üyeleri</u></b>
Celalettin Çağlar	Tamer Güven
Yılmaz Külcü	Fadıl Baysan
Kemal Ümit Özel	
Murat Seferoğlu	
Mustafa Özmen	
Hüseyin Özkan	

Çimsa Sabancı Grubu tarafından kontrol edilmektedir. Çimsa'nın Genel Müdürü Yılmaz Külcü OYSA'nın Yönetim Kurulunda görev yapmaktadır. Çimsa'nın Genel Müdür Yardımcısı Hüseyin Özkan, OYSA'nın Yönetim Kurulu

<sup>120</sup> OYSA Niğde Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş. ile OYSA İskenderun Çimento Sanayii Ticaret A.Ş. 14.03.2003 tarihinde birleşmiş ve şirket ünvanı 29.05.2003 tarihinde OYSA Çimento Sanayii ve Ticaret A.Ş. olmuştur.

## REKABET Dergisi

üyesidir. OYSA'nın Yönetim Kurulu Başkanı Celalattin Çağlar, OYAK Ünye ve OYAK Bolu Çimento Şirketlerinin de Yönetim Kurulu Başkanı'dır.

Rekabet Kurulu, daha önce aldığı bir karar ile SABANCI ve OYAK grupları arasında çimento sektöründe OYSA vasıtasıyla rekabeti bozucu koordinasyonun varlığını kabul etmiştir<sup>121</sup>.

Bu çerçevede, OYSA'nın varlığı SABANCI ve OYAK gruplarının çimento sektöründe rekabetçi davranışlarını koordine etmeye, uyumlaştırmaya, adeta tek bir teşebbüs gibi davranmalarına neden olabilecek ve dolayısıyla bahse konu işlemin coğrafi pazarında da SABANCI ve OYAK grupları arasında ilgili pazarda gizli işbirliğine yol açabilecek riski taşımaktadır.

### f) Birden Fazla Pazarda Temas Riski

Teşebbüslerin birden çok pazarda temas halinde bulunmaları, aynı ürün grubunda ama farklı coğrafi pazarlarda ya da farklı ürün gruplarında ama aynı coğrafi pazarlarda şeklinde gruplandırılabilir. Farklı ürün gruplarında teşebbüsler arası temasın gizli işbirliğini kolaylaştırıcı etkisi daha fazladır. Birden fazla pazar teması, teşebbüslerin rakipleri hakkında daha fazla bilgi edinmesini sağlamak ve bir rakibin rekabeti bozucu anlaşmaya uymaması halinde diğer teşebbüslere anlaşmayı bozan teşebbüsü cezalandırılma fırsatını yaratmaktadır<sup>122</sup>. Birlikte hakimiyetin en önemli unsurlarından birisi olarak kabul edilen ve gizli işbirliğinin sürekli olmasını sağlayan "cezalandırma" mekanizmasının oligopoldeki varlığına en büyük delillerden birisi olarak "birden fazla pazarda temas" gösterilebilir<sup>123</sup>. Bu çerçevede, OYAK-SABANCI-YLOAÇ arasındaki "pazar temaslarının incelenmesi yerinde olacaktır.

SABANCI Grubu ile OYAK Grubu'nun bankacılık, sigorta, finansal kiralama, emeklilik fonları, ambalaj, otomotiv, enerji, gıda, bilişim teknolojileri, çimento, hazır beton ilgili ürün pazarlarında (yaklaşık 11'den fazla değişik pazarda) faaliyetleri çakişmaktadır. Ayrıca, çimento ve hazır beton ilgili ürün

<sup>121</sup> 1.2.2002 tarih, 02-06/51-24 sayılı Karar

<sup>122</sup> Komisyon, Nestle/Perrier ve Gencor/Lonrho davalarında, oligopolün bir üyesini disipline etmek ile teşebbüslerin birden fazla pazarda temas"ı arasında kolaylaştırıcı etkisi açısından bağlantı kurmuştur.

<sup>123</sup> Benheim ve Whinston adlı yazarlar 1990 yılında yazdıkları bir makalede birden fazla pazarda temas riskinin gizli işbirliğini kolaylaştırmasının teorik çerçevesini ortaya koymuşlardır. ABD çimento sektöründe 25 farklı coğrafi pazarda yapılan araştırma "birden fazla pazarda temas" riskinin seviyesinin fiyat-marjinal maliyet arasındaki farkı etkilediğini ve dolayısıyla anti-rekabetçi fiyata yaklaşıldığını ortaya koymuştur. (Sukharoman, s.17-18)

## **REKABET Dergisi**

pazarlarında İç Anadolu, Marmara ve Akdeniz coğrafi bölgelerinde OYAK ve SABANCI arasında “birden fazla pazarda temas” riski gerçekleşmektedir.

OYAK-SABANCI-YLOAÇ grupları arasında çimento ve hazır beton ilgili ürün pazarlarında, İç Anadolu ve Marmara coğrafi bölgeleri için “birden fazla pazarda temas” riskinin mevcut olduğu görülmektedir.

### **g) Teşebbüsler Arası Rekabeti Bozucu Davranışların Tarihçesi**

İlgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin geçmişte farklı coğrafi pazarlarda da olsa rekabeti bozucu koordineli davranışlar göstermesi bu teşebbüslerin gelecekteki bir pazarda gizli işbirliği içerisine girmeleri yönündeki riski artırıcı bir faktördür. Bu çerçevede OYAK-SABANCI-YLOAÇ-SET-BAŞTAŞ arasında gerçekleşmiş rekabeti bozucu davranışların geçmişi özetlemek yerinde olacaktır.

Rekabet Kurulu 17.6.1999 tarih, 99-30/276-166 sayılı kararında Ege Bölgesi coğrafi pazarında Akçansa A.Ş., Batıçim A.Ş., Batisöke A.Ş., Çimentaş A.Ş. ve Denizli Çimento A.Ş.’nin eylemleri ile 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinin (a), (b) ve (c) bentlerini ihlal ettiklerine hükmetmiştir.

Rekabet Kurulu 1.2.2002 tarih, 02-06/51-24 kararında BAŞTAŞ, OYAK Bolu, SET ve YLOAÇ’ın İç Anadolu Bölgesi (Ankara) coğrafi pazarında fiyat tespiti yaparak anlaşma içerisinde oldukları ve Kanun’un 4. maddesini ihlal ettiklerine hükmetmiştir. Keza, Kurul aynı Karar’da AKÇANSA ve SET’in Güney Marmara coğrafi pazarını paylaşmak suretiyle Kanun’un 4. maddesini ihlal ettikleri sonucuna ulaşmıştır.

Rekabet Kurulu 04-77/1108-277 sayı ve 2.12.2004 tarihli kararı ile;

1- Akçansa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş., Batı Grubu Şirketler (Batıçim Batı Anadolu Çimento Sanayii A.Ş. ve Batisöke Söke Çimento Sanayii T.A.Ş.), Çimentaş İzmir Çimento Fabrikası Türk A.Ş. ve Denizli Çimento Sanayii Ticaret A.Ş.’nin; a) 2002 yılı Nisan ayından başlayarak, İzmir ve Aydın başta olmak üzere tüm Ege Bölgesi torbalı çimento pazarında uyumlu eylem halinde fiyat tespit ettikleri, b) 2003 yılı Haziran ayından başlayarak Körfez Bölgesi başta olmak üzere tüm Ege Bölgesi torbalı çimento pazarında uyumlu eylem halinde fiyat tespit ettiklerine ve dolayısıyla Kanun’un 4. maddesini ihlal ettikleri sonucuna ulaşmıştır.

Rekabet Kurulu 05-18/197-M sayı ve 24.3.2005 tarihli toplantısında aldığı karar ile Marmara, Akdeniz, İç Anadolu Bölgelerinde faaliyet gösteren Akçansa, OYAK Bolu, LAFARGE Aslan, SET, Çimsa, BAŞTAŞ, YLOAÇ

## REKABET Dergisi

teşebbüslerinin de bulunduğu birçok çimento ve hazır beton üreticisine Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin tespiti amacıyla soruşturma açmıştır. Bu soruşturmanın açılmasına neden teşkil eden belgeler YLOAÇ-SABANCI-OYAK grupları arasındaki rekabeti bozucu koordinasyona işaret etmektedir.

Öte yandan ülkemizde çimento sektöründe yabancı teşebbüslerin kontrolü önemli bir yer teşkil etmektedir. Akçansa, SABANCI ve Almanya menşeli Heidelbergcement tarafından ortaklaşa kontrol edilmektedir. YLOAÇ'ın ortağı Fransız Lafarge Grubu'dur. SET Çimento Grubu, İtalyan menşeli Italcementi grubunun kontrolü altındadır. Fransız Vicat Grubu'nun BAŞTAŞ'la ortaklığı bulunmaktadır. Globalleşen dünya ekonomisinde uluslararası kartellerin etkisi gün geçtikçe artmaktadır. Çimento sektörünün de global kartellerin etkisine en fazla maruz kalan piyasalardan birisi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Avrupa Komisyonu, 1994 tarihli *Cement* kararı ile, aralarında Heidelbergcement, Lafarge, Italcementi, Vicat gruplarının da bulunduğu 76 çimento üreticisinin Roma Antlaşması'nın 81. maddesini ihlal ettiklerine hükmetmiş ve söz konusu teşebbüslere ağır para cezaları uygulamıştır. Yine 2003 yılında Alman Rekabet Otoritesi "Bundeskartellamt", aralarında Lafarge ve Heidelbergcement'in de bulunduğu çimento üreticilerini kartel oluşturmaktan suçlu bularak 660 milyon euroyu bulan para cezasıyla cezalandırmıştır. Bu çerçevede Heidelbergcement, Lafarge, Italcementi, Vicat teşebbüslerinin Avrupa Birliği'nde geçmişte rekabeti bozucu koordinasyon içinde olmalarının Türkiye'de de benzer davranışlarda bulunmalarını kolaylaştırıcı bir unsur olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Hemen belirtmek gerekir ki, Ladik Çimento'nun devralınması işlemine konu olan coğrafi pazarda bugüne kadar Rekabet Kurulu'nun yürütmüş olduğu herhangi bir soruşturma bulunmamaktadır. Ladik Çimento'nun, Uzanlar döneminde ve devamında TMSF kontrolüne geçtikten sonra da "bağımsız (ayrık) davranış" gösteren bir teşebbüs olduğu ifade edilebilir. Bu noktada Uzan Grubu zamanında bu grubun kontrol ettiği çimento fabrikalarının "ayrık-bağımsız davranışlar" sergilediğine ilişkin kanaati kuvvetlendirmek amacıyla Rekabet Kurulu'nun Ege Bölgesi'nde gerçekleştirdiği soruşturmanın gerekçeli kararından<sup>124</sup> alıntılar yapmak yerinde olacaktır.

*"Körfez Bölgesi'nde faaliyet gösteren çimento yeniden satıcılarıyla yapılan görüşmelere ilişkin bayi ifadeleri şu şekildedir:*

*"...Temmuz ayı başında Uzanlar'dan gelen çimentonun kesilmesi veya başka bir sebeple çimento firmaları fiyatlarına arka arkaya zam yaptılar.*

<sup>124</sup> 04-77/1108/277 sayılı ve 2.12.2004 tarihli Karar.



## **REKABET Dergisi**

*... Uzanlar'dan gelen çimento kesilince Temmuz ayı başında, diğer çimento fabrikaları fiyatlarına 3 ay içerisinde arka arkaya yaklaşık % 30 zam yaptılar.*

*... Temmuz ayı başında İmar Bankası'na BDDK tarafından el konulmasından sonra, Körfez Bölgesine Lalapaşa ve Eskişehir'den gelen çimentonun satışları durmuştur. Uzanlar tarafından satılan çimento fiyatları, diğer firmalara göre her zaman çok aşağıdaydı. Bu olay sonrasında, diğer firmalar bu durumu fırsat bilen diğer çimento firmaları (Set Çimento, Akçansa, Çimentaş, Batıçim) fiyatlarına arka arkaya zam yapmıştır.*

*...Temmuz ayı başında Uzanlar'dan gelen çimentonun kesilmesi veya başka bir sebeple çimento firmaları fiyatlarına arka arkaya zam yaptılar. Temmuz ayı başından bu yana çimento fiyatlarına 3 kere zam yapıldı ve yaklaşık toplam % 30 zam yapıldı.*

*... Uzanlar'a el konulmadan, Körfez Bölgesinde perakende torba çimento satış fiyatı, 3.200.000 TL/torba idi. Temmuz ayı başında Uzanlar'a el konulduktan sonra fiyat, 4.750.000–5.000.000 TL/torba seviyesine yükselmiştir.*

*Uzanlar'ın Lalapaşa ve Eskişehir Çimento'dan gelen torbalı çimento fiyatının diğer fabrikaların fiyatlarına göre oldukça düşük olması, diğer çimento fabrikalarının fiyatları üzerinde bir baskı oluşturmakta iken”*

Söz konusu ilgili coğrafi pazarda Ladik Çimento'nun konumuyla rekabeti artırıcı bir özellik sergilemiş olabileceği ve AKÇANSA, YLOAÇ, OYAK, BAŞTAŞ ve SET gibi diğer coğrafi bölgelerde rekabeti bozucu davranışlar içerisine girmiş teşebbüslerin faaliyet gösterdiği bir pazarda dengeleyici bir unsur olarak görev yapmış olabileceği kanaatine ulaşmak mümkündür.

Akçansa'nın Ladik Çimento'yu muhtemel devralması da teşebbüslerin geçmişteki koordinasyonları bağlamında işte tam bu noktada önem kazanmaktadır. Bahse konu ilgili coğrafi pazarda “ayrık davranış sergileyen”, önemli bir çimento ve klinker üretim kapasitesine sahip olan Ladik Çimento'nun devralma öncesi rekabeti artırıcı etkisinin devralma sonrası ortadan kaybolma riski çok yüksektir. Çünkü, Ladik'in söz konusu muhtemel devri ile, diğer coğrafi pazarlarda rekabeti bozucu geçmişlere sahip SABANCI-OYAK-YLOAÇ tarafından kontrol edilmesiyle devir sonrası oluşacak piyasa yapısında, fiyat-üretim parametreleri açısından menfi değişimlerin görüleceği kanaatine ulaşılmıştır.

**h) Diğer Faktörler**

Teşebbüslerin birbirine eşit derecede pazar paylarına sahip olması rekabetçi davranışlarını koordine etmeleri açısından kolaylaştırıcı bir unsur olarak görülmektedir. Akçansa'nın Ladik Çimento'yu devralması halinde pazarın %(...)'sına yakın bir kısmını kontrol edecek olan SABANCI ve YLOAÇ'ın sırasıyla %(...) ve %(...)’lik benzer pazar paylarına sahip olacak olmaları da “gizli işbirliği” riskini artırmaktadır. Özellikle SABANCI ile OYAK arasındaki yapısal bağlarla (OYSA) tek teşebbüs gibi davranabilme öngörüsünün gerçekleşmesi durumunda ilgili pazar, Oyak-Sabancı-YLOAÇ şeklinde birbirine çok yakın pazar paylarına sahip bir düopol şekline de dönüşebilecektir. İlgili pazardaki teşebbüslerin benzer kapasitelere ve dikey entegrasyon açısından da simetrik özelliklere sahip olması birlikte hakimiyetin oluşumunu kanıtlar niteliktedir.

İlgili pazarda çok yüksek miktarda fazla çimento üretim kapasitesinin mevcudiyeti, gizli işbirliğinin sürdürülmesinde önemli bir unsur olan “cezalandırma” kabiliyetinin teşebbüslerce sahip olunduğunu ve istenildiği zaman kullanılabileceğini göstermektedir.

Yukarıda a), b), c), d), e) ,f) g) ve h) başlıkları altında incelenen tüm unsurların birlikte değerlendirilmesinin ışığında;

1) AKÇANSA'nın Ladik Çimento'yu devralması durumunda ilgili coğrafi pazarda yaklaşık %(...) oranında pazar payına sahip olmasının, bu teşebbüsün ilgili pazarda YLOAÇ ve OYAK gruplarının sırasıyla %(...) ve %(...) oranlarında pazar paylarına sahip olmaları nedeniyle tek başına hakim duruma gelmesine yeterli olmayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

2) Birlikte hakimiyet; ilgili pazarda, meydana gelen birleşme-devralma (yoğunlaşma) işlemi neticesinde değişen pazar yapısı ve yapısal-davranışsal unsurların da etkisiyle birlikte, iki ya da daha fazla teşebbüs arasında rekabeti bozucu gizli işbirliği riskinin meydana gelmesi ve bu teşebbüslerin rakiplerinden ve müşterilerinden bağımsız olarak fiyat-üretim gibi parametreleri belirleyebilme gücünü (pazar gücünü) birlikte ellerinde tutmaları şeklinde tanımlanabilir. Bu kavram çerçevesinde, yukarıda sırayla incelenen başlıklardaki risklerin varolması neticesinde, Akçansa'nın Ladik Çimento'yu devralması halinde SABANCI-OYAK-YLOAÇ gruplarının ilgili coğrafi pazarda birlikte hakim duruma geçecekleri kanaatine ulaşılmıştır.

**H.3.3.2. Akçansa Teşebbüsü ve Kraft Torba İlgili Ürün Pazarı Açısından İşlemin Değerlendirilmesi**

## **REKABET Dergisi**

Ladik Çimento İktisadi Bütünlüğü içerisinde yer alan Merkez Kağıt Torba ve San. Tic. A.Ş. (Merkez Kağıt), halihazırda yalnızca Rumeli Grubu çimento fabrikalarına satış yapmaktadır. 2004 yılı için bu satış rakamı (.....) adet olarak gerçekleşmiştir. Akçansa'nın kraft torba pazarında faaliyeti bulunmamasıyla birlikte Sabancı Holding iştiraki olan Çimsa'nın kraft torba üretimi yaptığı bilinmektedir. 2004 yılı için bu üretim miktarı (.....) adettir. Sektörün kraft torba üretiminde önde gelen teşebbüslerinden Işıklar Holding A.Ş. tarafından verilen bilgilere göre, Türkiye toplam kraft çimento torba pazar büyüklüğü yaklaşık (.....) adettir. Merkez Kağıt'ın bu bilgilere göre yaklaşık pazar payı %(...)'tir. Olası bir devir sonrasında Çimsa ve Merkez Kağıt'ın kraft torba üretiminde toplam olarak yaklaşık %(...)'lik bir pazar payına sahip olacakları anlaşılmaktadır. Dosya mündericatındaki bilgi ve belgelerin ışığında; Ladik Çimento'nun Akçansa tarafından devralınması işleminin, kraft torba ilgili ürün pazarında hakim durum yaratan veya mevcut hakim durumu güçlendiren bir nitelik arz etmediği sonucuna ulaşılmıştır.

### **H.3.3.3. Türkerler Teşebbüsü ve Çimento İlgili Ürün Pazarı Açısından İşlemin Değerlendirilmesi**

Dosya konusuna ilişkin ihalede en yüksek ikinci teklifi veren Türkerler A.Ş.'nin, hali hazırda çimento pazarında herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır. Bu doğrultuda, Ladik Çimento'nun ilgili piyasadaki pazar payının %(...)'a yakın olması yanında, başvuru konusu işlem sonrası ilgili pazardaki yapının değişmeyeceği dikkate alındığında ve ayrıca Türkerler A.Ş.'nin Ladik Çimento'nun rekabeti artırıcı "bağımsız-ayrık davranış" özelliğini sürdürebileceği dikkate alındığında, Türkerler A.Ş.'nin Ladik Çimento'yu devralması işlemi sonucunda herhangi bir hakim durumun ortaya çıkmasının ya da mevcut hakim durumun güçlendirilmesinin söz konusu olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

### **H.3.3.4. Türkerler Teşebbüsü ve Kraft Torba İlgili Ürün Pazarı Açısından İşlemin Değerlendirilmesi**

Türkerler A.Ş.'nin kraft torba pazarında herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır. Dolayısıyla Türkerler A.Ş.'nin Ladik Çimento'yu devralması durumunda tarafların kraft torba pazarındaki pazar payları değişmeyecektir. Yukarıda H.3.3.2. bölümünde yer verilen gerekçeler de göz önüne alındığında, Türkerler A.Ş.'ye yapılacak olası devrin ilgili ürün pazarında hakim durum yaratma veya mevcut bir hakim durumu güçlendirme olasılığı taşımadığı sonucuna ulaşılmıştır.

## **I. SONUÇ**

## **REKABET Dergisi**

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre:

Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu bünyesinde bulunan ve 5354 sayılı Kanun ile değişik 4389 sayılı Bankalar Kanunu'nun 15. maddesinin 7. fıkrasının (a) bendi gereğince, Fon Kurulu'nun 6.7.2005 tarih, 271 sayılı kararı ile, Rumeli Çimento Grubu şirketlerinden Ladik Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün haczedilen tüm mal, hak ve varlıklarının satılması işleminin,

1. 1998/4 sayılı "Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurumuna Yapılacak Önbildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ" kapsamında izne tabi bir işlem olduğuna OYBİRLİĞİ ile,
2. Ladik Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün 13.10.2005 tarihinde yapılan ihalede;
  - a) en yüksek birinci teklifi veren Akçansa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye devredilmesi halinde, işlemin kraft torba ilgili ürün pazarında hakim durum yaratılmasına veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesine yol açmayacağına, ancak çimento ilgili ürün pazarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında hakim durum yaratılmasına ve rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açacağına, bu nedenle işleme izin verilemeyeceğine OYÇOKLUĞU ile,
  - b) en yüksek ikinci teklifi veren Türkerler İnşaat Turizm Madencilik Tic. ve San. A.Ş.'ye devredilmesi halinde, işlemin çimento ve kraft torba ilgili ürün pazarlarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında hakim durum yaratılmasına ya da mevcut hakim durumun güçlendirilmesine ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açmayacağına, bu nedenle işleme izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile,

karar verilmiştir.

**20.12.2005 tarih ve 05-86/1188-340 Sayılı Kurul Kararı'na**

### **KARŞI OY GEREKÇESİ**

Kurul tarafından alınan, Akçansa'nın Ladik Çimento'yu devralmasının rekabet açısından uygun olmayacağı ve devralma işlemine izin verilemeyeceği Kararı, Akçansa'nın, ilgili coğrafi pazarda tek başına hakim durum oluşturmayacağı, ancak devralma gerçekleşirse, diğer teşebbüslerle, "birlikte

## **REKABET Dergisi**

hakim durum”un ortaya çıkacağı ve rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açacağı, dolayısıyla da, bu durumun önlenmesi gerektiği görüşüne dayandırılmıştır.

Gerek Karar’ın alınmasına esas teşkil eden Rapor’daki ileri sürülen gerekçeler ve gerek işleme izin verilemeyeceğine dair sebep-sonuç ilişkileri ile ilgili olarak Kurul’un benimsediği değerlendirme tarzı, “rekabetçi bir yaklaşım” açısından sakıncalar ihtiva etmektedir. Şöyle ki;

1. Satış işleminin cereyan ettiği ürün pazarı, Samsun, Tokat, Amasya, Çorum ve Sinop olarak belirlenmiştir. Buna karşılık coğrafi pazarda “birlikte hakim durum oluşturabilecekleri ve rekabeti önemli ölçüde azaltabilecekleri” varsayılan, bölgedeki üç önemli teşebbüsten biri olan OYAK’ın Ünye işletmesinin bulunduğu Ordu ili, coğrafi pazarı belirlemek için kullanılan teknik gereği pazara dahil edilmemiştir.

2. Ladik Çimento’nun Akçansa’ya devredilmesi varsayımında, devir öncesi ve devir sonrası, yoğunlaşma oranları 2003 ve 2004 yılları itibarıyla, ancak ihmal edilebilecek düzeyde değişmekte, Ladik Uzan grubunda iken bölgedeki payı, sırasıyla %(...) ve (...) iken, Akçansa’ya devri halinde % (...) ve (...) olmaktadır. Ayrıca Akçansa’nın Ladik Çimento’yu devralması durumunda, pazarın % (...)’sı üç büyük teşebbüs tarafından kontrol edilecektir, fakat, devir öncesi de, pazarın %(...) sından daha fazlasının, zaten, yine üç büyük teşebbüsün kontrolü altında olduğunu unutmamak gerekir. İlgili Dosya’da, pazarda faaliyet gösteren ve en fazla pazar payına sahip olan ilk 4 teşebbüsün toplam pazar paylarını gösteren C4 oranları da, 2003 ve 2004 yılları için, takriben %97 dolaylarında iken, Akçansa’nın Ladik Çimento’yu aldığı varsayımı ile, sırasıyla %97 ve %98 olmaktadır. Buna göre, devir öncesi durum ile muhtemel devir sonrası durum arasında, çimento pazarı ve ilgili coğrafi pazar açısından bakıldığında kayda değer bir fark yoktur. Böyle bir tabloda anti-rekabetçi yeni bir yapının oluşması gibi bir iddiayı ileri sürmek zordur.

3. Sadece bir piyasa aktörünün adının değişmesinden başka, teşebbüs sayısı, ürünün özellikleri, üretim teknolojisi, dağıtım yöntemi, giriş engelleri, talep yapısı gibi piyasayı etkileyen unsurlar bakımından değerlendirildiğinde de ilgili coğrafi pazarda Akçansa’nın Ladik Çimento’yu devralmasından sonra, anti-rekabetçi ve yoğunlaşma düzeyi yüksek bir piyasanın ortaya çıkacağını iddia etmek, yine zordur: Çimentonun homojen olması, nakliyesinin güçlüğü, üretim teknolojisinin sınırları, giriş engelleri, belli bir bölgede sınırlı sayıda teşebbüsün varlığını zorunlu kılmaktadır. Dar bir bölgede, çok sayıda teşebbüsün varlığının rasyonel olduğunu söylemek mümkün değildir. Çimento sektöründe, dar alanda zaten bir tür “zorunlu hakim durum” söz konusudur. 100 veya 200 km yarı çaplı bir bölgede, eğer

## REKABET Dergisi

tüketim de az ise, mesela, çimento sektöründeki optimum kapasite kabul edilebilecek 1.000.000 ton/yıl'dan aşağıda ise, çok sayıda teşebbüsün faaliyette olmasını istemek, irrasyonel davranmak anlamına gelecektir. Sözü edilen bölgedeki teşebbüs sayısı, hatta, olması gerekenden fazladır. Nitekim bölgeyi biraz genişletirsek, bölgede az da olsa payı olan teşebbüslerin üretim kapasiteleri göz önüne alındığında, 10 milyon tonluk üretim kapasitesine karşılık, 1 milyon tonluk talebin varlığı olgusu ile karşılaşırız. Mevcut teşebbüsler, zaten neredeyse % 50 civarında kapasite ile çalışmakta iken, bölgeye yeni bir aktör girmemiş iken hangi yoğunlaşmadan bahsedilebilir? Üstelik rekabet politikasının, öncelikli amacı "iktisadi etkinliği" sağlamak iken, düşük kapasiteli çalışma sonucunu doğuracak, çok sayıda piyasa aktörünün varlığını kabul ve teşvik etmek, hangi rekabet anlayışı ile bağdaşacaktır?

4. Karar'a esas olan Raporda, "Bir coğrafi pazarda, teşebbüs sayısı 3 veya 4 olursa "birlikte hakimiyet" oluşumu için uygun bir zemin oluşur, teşebbüs sayısı 5'ten fazla olursa" hakimiyet" zorlaşır" denilmektedir. Bu durumda, sadece sözü edilen bölgede değil, bütün Türkiye'de yani coğrafi pazar olarak tanımlanabilecek alt bölgelerde, fiilen "anti-rekabetçi bir yoğunlaşma durumu"nun var olduğunu kabul etmek gerekir. Böyle bir tespit, sektörün ve ilgili ürünün, diğer mal ve hizmet kategorilerinden farklı ele alınmadığının açık bir göstergesi olacak; yapılan analiz kağıt üstünde ve "sanal" olmaktan öteye gidemeyecektir. Halbuki Rekabetçi yaklaşım, ölçek ekonomisi, verimlilik, k rlılık ve sürdürülebilirlik yani "iktisadi etkinlik" amacıyla ters düşmeyecek özellikler taşımalıdır: Çimento sektöründe, belli bir coğrafi pazarda faaliyette bulunacak teşebbüs sayısı, zorunlu olarak sınırlı olmak durumundadır.

5. Dosya münderecatından anlaşıldığı kadarıyla, Akçansa'ya izin verilmemesi, bölgedeki hâkim durumla ilgili olduğu kadar, piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin yapısı ve aralarındaki ilişkilerin, rekabeti engelleyici ve koordinasyona yol açıcı özellikler taşıması kaygısından da kaynaklanmaktadır. Yapılan analiz ve değerlendirmede, Ladik Çimento'nun Akçansa'ya devri konusunun, Akçansa'nın ortaklık yapısı ile ve sektördeki diğer önemli teşebbüsler olan OYAK ve YLOAÇ ile ilişkileri bağlamında ele alınması söz konusudur. Buradan hareketle de, ülkenin diğer bölgelerinde yapılan daha önceki "çimento soruşturmaları"na atıf yapılarak, bu bölgede de "koordinasyon"a gidilebileceği, birlikte hakim durum oluşturularak rekabetin önemli ölçüde azaltılacağı varsayımı, izin verilmemesine gerekçe teşkil etmiştir. Bilindiği gibi, Akçansa, Sabancı ve Heidelberg Cement'in ortak kuruluşu, bölgedeki bir diğer fabrikanın sahibi OYAK ise OYSA teşebbüsüne ait Niğde ve İskenderun üretim tesislerinde, Sabancı grubunun eşit kontrol gücüne sahip ortağıdır. Bölgedeki aktörlerden

## **REKABET Dergisi**

YLOAÇ ise, çeşitli çimento soruşturmalarında, diğer önemli teşebbüslerle birlikte hakim durum oluşturmak, uyumlu eylem içinde bulunmak gibi gerekçelerle hakkında idari ceza verilen bir başka teşebbüstür. Bilinen, bütün bu “olgu” lara rağmen, Akçansa’nın Ladik Çimento’yu devralması halinde, “SABANCI-OYAK-YLOAÇ gruplarının ilgili coğrafi pazarda hakim duruma geçecekleri” gibi bir tespit, mevcut tabloya bakıldığında doğru olsa bile, “bizatihi bu sebepten dolayı”, rekabetin ortadan kalkacağı veya azalacağı gibi bir sonuca varılırsa, rekabet açısından, sağlam bir karar alınmış olmayacaktır. Ayrıca, 4054 sayılı kanunun 7.maddesi kapsamında, yoğunlaşma analizi yapılırken, teşebbüsler arasındaki anlaşma ve uyumlu eylem ihtimallerine itibar etmek ve bundan hareketle de, birleşme veya devralmalara izin vermemek, tartışılabilir bir konudur.

6. Ladik Çimento Ticari ve İktisadi Bütünlüğü’nü, ikinci sıradaki teşebbüsün(Türkerler) alması halinde “hakim durum yaratılmasına ya da mevcut hakim durumun güçlendirilmesine ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açılmayacağına” dair Kurul Kararı, her ne kadar oybirliği ile alınmış olsa da, böyle bir piyasada, böyle bir coğrafi pazarda rekabetin tesisi ve işletilmesi için nihâi teminat, yeni ve nispeten deneyimsiz bir aktörün pazara girmesi değil, “caydırıcı”, ekonomik ve hukûki ortam olacaktır. İktisadi açıdan, bir piyasada rekabet, küçük ve yeni teşebbüslerin devreye girmesinden ziyade, güçlü rakiplerin varlığı halinde daha etkin ve gerçekçi olabilecektir.

7. Çimento Fabrikalarının TMSF tarafından satışa çıkarılması öncesinde, ilgili tebliğler çerçevesinde Rekabet Kurulu’nun, hangi teşebbüslerin ihalelere giremeyeceği veya nihai iznin hangi şartlar dahilinde verilebileceğine dair yeterli ölçüde yönlendirici herhangi bir “görüş” belirtmemesinin veya bildirmemesinin de “sistem” açısından önemli bir eksiklik olduğunu belirtmek gerekir. Oysa ki açık, öngörülebilir bir hukûki-idarî sistem ve işleyiş, modern kamu yönetimi anlayışının gereğidir.

Bu gerekçelerle, ilgili Karar’ın “kraft torba” dışındaki, çimento ile ilgili bölümüne katılmıyorum.

Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
Kurul Üyesi

**REKABET Dergisi**

**Dosya Konusu:** T.C. Devlet Demiryolları İşletmesi Genel Müdürlüğü (TCDD)'ne ait İskenderun Limanı'nın 36 seneliğine "işletme hakkının verilmesi" yöntemiyle özelleştirilmesi işlemine izin verilmesi talebi.

Dosya Sayısı : 2005-4-216  
Bildirim)

(Özelleştirme

Nihai

Karar Sayısı : 05-70/967-261

Karar Tarihi : 20.10.2005

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Mustafa PARLAK

**Üyeler** : Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI,  
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

**B. RAPORTÖRLER :** Hakan SABUNCU, Sezin Elçin  
CENGİZ

**C. BİLDİRİMDE BULUNAN:**

T.C. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı

**D. TARAFLAR:**

- T.C. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı  
Hüseyin Rahmi Sk. No:12 Çankaya/Ankara

- PSA-AKFEN Ortak Girişim Grubu  
Koza Sk. No:22 06700 GOP/Ankara

- Limar Liman ve Gemi İşletmeleri A.Ş.  
Kasap Sk. Arkas Binası No:2/9 34394 Esentepe/ İstanbul

**E. DOSYA KONUSU:** T.C. Devlet Demiryolları İşletmesi Genel Müdürlüğü (TCDD)'ne ait İskenderun Limanı'nın 36 seneliğine "işletme hakkının verilmesi" yöntemiyle özelleştirilmesi işlemine izin verilmesi talebi.

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 27.9.2005 tarih ve 6776 sayı ile giren ve Özelleştirme İdaresi Başkanlığı (ÖİB) tarafından yapılan ön



## **REKABET Dergisi**

bildirimde; İskenderun Limanı'nın 36 seneliğine "işletme hakkının verilmesi" yöntemiyle özelleştirilmesine ilişkin olarak, 1998/4 sayılı "Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurumu'na yapılacak Ön Bildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ" in 4. maddesi uyarınca Rekabet Kurulu'nun Görüşü talep edilmiştir.

1.4.2005 tarih, REK.0.08.00.00/175 sayılı Mesleki Daire Görüşü ile 14.4.2005 tarih ve 2400/260 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden ÖİB'nin Görüşü dikkate alınarak, 6.5.2005 tarih ve 05-31/376-M sayılı Karar ile konuya ilişkin Rekabet Kurulu Görüşü oluşturulmuş ve anılan İdare'ye bildirilmiştir.

Bu çerçevede, Kurum kayıtlarına en son 27.9.2005 tarih ve 6776 sayı ile giren ÖİB'nin izin başvurusu üzerine, 4054 sayılı "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun" un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" ve 1998/4 sayılı Tebliğ'in ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 10.10.2005 tarih, 2005-4-216/ÖN-05-HS sayılı Özelleştirme Nihai Bildirim Raporu, 10.10.2005 tarih, REK.0.08.00.00-120/300 sayı ve 19.10.2005 tarih, REK.0.08.00.00-120/310 sayılı Başkanlık önermeleri ile 05-70 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; ihalede en yüksek teklifi veren PSA-AKFEN Ortak Girişim Grubu (PSA-AKFEN)'nin Mersin Limanı işletme hakkını devralması nedeniyle aynı coğrafi pazarda yer alan İskenderun Limanı'nın işletme hakkını devralması durumunda hâkim durumunun daha da güçlendirilmesi sonucu ortaya çıkacağından, anılan gruba İskenderun Limanı'nın işletme hakkının devredilmemesi gerektiği; bununla birlikte ihalede ikinci en yüksek teklifi veren Limar Liman ve Gemi İşletmeleri A.Ş. (Limar)'nin ilgili coğrafi pazarda herhangi bir faaliyetinin olmaması nedeniyle hakim durum yaratılması veya hakim durumun güçlendirilmesi riski meydana gelmeyeceği, dolayısıyla anılan teşebbüse İskenderun Limanı'nın işletme hakkının devrinde sakınca bulunmadığı ifadelerine yer verilmiştir.

## **H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

### **H.1. İŞLEMİN NİTELİĞİ VE KAPSAMI**

Bildirim konusu işlem,

- TCDD tarafından işletilmekte olan İskenderun Limanı'nda sunulabilecek barınma, yükleme, boşaltma, şifiting, limbo, terminal, ardiye, kılavuzluk (pilotaj), römorkaj, palamar, gemilere su verme, atık alma, yolcu salonu işletmeciliği ve

## **REKABET Dergisi**

bakım-onarım, iâşe vb. diğler hizmetlerin,

- Taşınmazlar ve bunların altyapı tesisleri, yerüstü yapıları ve bütünleyici parçalarının,

- İskenderun Limanı'nın kullanımında bulunan makine, ekipman, teçhizat, alet, edevat ve yedek parçaları ile İskenderun Limanı'nda pilotaj, römorkaj ve barınma hizmetlerine bağılı olarak bulunan deniz vasıtaları ve kara taşıtlarının,

30.12.2004 tarih, 2004/128 sayılı Özelleştirme Yüksek Kurulu Kararı'na istinaden, 36 yıl süreyle işletme hakkının devri suretiyle özelleştirilmesini kapsamaktadır.

Anılan işlemin gerçekleşmesi neticesinde ilgili teşebbüs, "TCDD İskenderun Limanı-36 Yıl Süreli İşletme Hakkı Devir Sözleşmesi" uyarınca, sözleşme tarihi itibarıyla 36 yıl boyunca İskenderun Limanı'nın işletme hakkına sahip olacaktır.

### **H.2. İLGİLİ PAZAR**

#### **H.2.1. İlgili Ürün Pazarı**

Dosya konusu bakımından ilgili ürün pazarı İskenderun Limanı'nda verilen "kuru yük, sıvı yük ile konteyner elleçleme hizmetleri pazarı" olarak belirlenmiştir.

#### **H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar**

Liman hizmetlerinin verildiğı ilgili coğrafi pazarlar gerek limanın bulunduğu coğrafi konum gerekse limanın hizmet verdiği diğler liman ve hatlar ile yakın ilişkilidir. Anılan durum, limanlarla ilgili olarak kullanılan ve yakalama alanları (catchment areas) olarak isimlendirilen, ilgili limana hizmet veren ya da ilgili limanın hizmet verdiği limanlar ve/veya coğrafi alanları kapsayan, diğler bir deyişle limanın rekabet edebileceğı coğrafi aralıklar ile açıklanmaktadır.

Bu bakımdan, liman hizmetlerine ilişkin ilgili coğrafi pazar kavramında iki unsur ön plana çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, pazarın "statik unsuru" olarak adlandırılan, limanın hizmet verdiği coğrafi alandır; "hinterlant trafiğı". İkincisi ise, "dinamik unsur" olarak adlandırılan, liner hatları tarafından belirlenen ve işletilen rotalar ile ilgili olan, limanın hizmet verdiği diğler limanlar şeklinde tanımlanan coğrafi alandır; "derin su trafiğı veya transit trafik".

Derin su gemileri için gerekli olan farklı rıhtım ve kara ekipmanları veri olarak alındığında limanların hizmet verdiği pazarın unsurları belirgin hale gelmekte; bu bakımdan, limanın bulunduğu bölge, kapasitesi, derinlik ve elleçleme

## REKABET Dergisi

verimlilikleri limanın statik ve/veya dinamik unsurları içeren bir coğrafi pazara sahip olup olmadığının belirlenmesinde önem kazanmaktadır.

Bu hususlar dikkate alınarak İskenderun Limanı'nın yoğun olarak hinterland trafiğine hizmet eden bir liman olduğu anlaşıldığından, ilgili coğrafi pazar statik unsurları ile belirgin hale gelmektedir. Bu bakımdan "Akdeniz, Doğu ve Güney Doğu Anadolu Bölgeleri" ilgili coğrafi pazar olarak belirlenmiştir.

### H.3. YAPILAN TESPİTLER VE HUKUKİ DEĞERLENDİRME

#### H.3.1. İskenderun Limanı'na İlişkin Tespitler

Aşağıdaki tabloda yıllar itibarıyla (1998-Ağustos 2005) İskenderun Limanı'ndaki elleçlenen yüklerin cinslerine göre dağılımı verilmiştir:

YIL	KONTEYNER	KURU YÜK	DÖKME SIVI	TOPLAM
1998	5.940	1.390.136	248.001	1.644.077
1999	2.309	1.366.726	371.886	1.740.921
2000	5.739	1.265.858	944.503	2.216.100
2001	317	728.339	968.369	1.697.025
2002	303	715.502	886.200	1.602.005
2003	3.646	1.026.179	1.226.892	2.256.717
2004	8.282	803.733	1.421.583	2.233.598
2005	0	546.827	762.299	1.309.126

Limanın konteyner elleçlemeye ilişkin rakamları incelendiğinde, seneler itibarıyla gerçekleşen konteyner elleçleme trendinde önemli miktarda nispi yükseliş ve düşüşler görülmektedir. Ancak, bu durumun limanın elleçleme kapasitesinden ziyade, bölgede yaşanan ekonomik ve siyasi gelişmelerden kaynaklandığı kanaatine varılmıştır.

Türkiye genelinde ve limanın bulunduğu coğrafi bölgede faaliyet gösteren limanlardaki yük elleçlemelerinde artış görülmesine rağmen, bu durum TCDD tarafından işletilen İskenderun Limanı'nda görülmemektedir. Hangi sene temel alınır alınsın yıllar itibarıyla elleçleme verimlilikleri konusunda özel teşebbüsler tarafından işletilen limanlar ön plana çıkmaktadır. Örneğin, kuru yüke ilişkin olarak 2004 senesinde Marlim limanlarında elleçlenen yüklerde 2003 senesine nazaran %23,61 artış gözlenirken; TCDD tarafından işletilen limanlardaki artış %5,08 olarak gerçekleşmiştir. Aynı şekilde İskenderun Körfezi'nde bulunan limanlardaki artışlar da anılan örneğe benzer sonuçlar içermektedir. Görüldüğü üzere, TCDD tarafından işletilen limanların diğer limanlarda olmayan demiryolları ve karayolları bağlantıları ile fiziki yapılanmadan kaynaklanan üstünlükleri,

## REKABET *Dergisi*

rekabette avantaj olarak kullanılamamaktadır. Dolayısıyla, İskenderun Limanı'nın kuru yük elleçlemesi konusunda gerek ülke genelindeki verimlilikler; gerekse Körfez'deki limanlarda gerçekleşen verimliliklerin gerisinde kalmasının nedeninin yetersiz talepten ziyade, etkin olmayan işletme yöntemlerinden kaynaklandığı izlenimi belirgin hale gelmektedir. Bu durumda, yukarıda yer verilen rakamların işletme sorunları sebebiyle meydana geldiği anlaşılmaktadır.

Konteyner ve kuru yük verimliliklerinin aksine, sıvı yük elleçleme hizmetlerinde Liman'da artan bir verimlilik trendi göze çarpmaktadır. Bu durumda, Liman her türlü yükün elleçlendiği multi-kargo limanı şeklinde yapılandırılmasına rağmen sıvı yük terminali olarak dikkati çekmektedir.

### H.3.2. İskenderun Limanı'na Rakip Olan Limanlara İlişkin Tespitler

İncelemeler yapılırken İskenderun Limanı'na rakip olan, diğer bir deyişle, özel teşebbüslere ait hizmet limanları ve kendi ihtiyaçları ile birlikte dışarıya hizmet veren sanayi tesislerine ait limanlar dikkate alınmış, pazar paylarına ilişkin olarak ise bölgedeki limanlarda elleçlenen toplam yük miktarları kullanılmıştır.

Buna göre, İskenderun Körfezi'nde toplam 16 liman bulunmaktadır. Bunlardan 8'i kuru yük, 7'si sıvı yük, biri de kömür elleçleme hizmeti vermektedir. Aşağıdaki tabloda, ilgili coğrafi pazar olarak belirlenen hinterlanda hitap eden ve 3. kişilere hizmet veren limanlarda 2004 yılında elleçlenen karışık, dökme katı ve dökme sıvı yük miktarları ve yüzde oranlarına yer verilmiştir:

<i>Liman Adı</i>	<i>Kuru Yük+D.Sıvı (bin ton)</i>	<i>Pazar Payı (%)</i>
Mersin	11.257	40,23
İDÇ	6.247	22,33
Toros	3.675	13,13
Yazıcı	2.394	8,56
İskenderun TCDD	2.256	8,06
O.Ekinci	1.023	3,66
Sarıseki	803	2,87
Sasa	189	0,68
Çekisan	138	0,49
<i>TOPLAM</i>	<i>27.982</i>	<i>100</i>

Buna göre, pazar payının belirlenmesi aşamasında 3. kişilere hizmet vermeyen ve dolayısıyla rakip olarak nitelendirilemeyecek limanların

## REKABET Dergisi

ayrıştırılmasından sonra yukarıda yer verilen pazar payları ortaya çıkmaktadır. İskenderun limanı gerçekleştirdiği toplam elleçlemelerde %8 pazar payına sahip olmaktadır. Pazarda en yüksek pay ise (konteyner elleçlemeleri hariç) %40 ile Mersin Limanı'na ait olmaktadır. Bu durumda aynı hinterlanta hitap eden söz konusu iki TCDD limanı, pazarın yaklaşık %50'sine sahip olmaktadır.

Ancak, pazar paylarına ilişkin hesaplamalar yapılırken özel teşebbüs limanlarının kendi kurumları ile 3. kişilere ait yüklerin toplam elleçleme miktarları dikkate alınmıştır. Dolayısıyla, söz konusu limanların 3. kişilere verdikleri hizmetlerin ayrıştırılması durumunda İskenderun Limanı'nın pazar payı daha da yükselecektir.

Deniz taşımacılığında görülen konteyner ile yük taşımacılığına ilişkin artan eğilim, pazarın büyüme kriterlerinden birinin de konteyner elleçleme hizmetleri olduğuna işaret etmektedir. İlgili limandaki konteyner hizmetleri ise limanın sahip olduğu kapasite imkânları ile sınırlı olmakta ve bu kritere göre şekillenmektedir. Buna göre aşağıdaki tabloda İskenderun Körfezi'nde bulunan ve İskenderun Limanı'na rakip olabilecek limanların bazı verilerine yer verilmektedir.

<i>Liman</i>	<i>Liman Alanı m<sup>2</sup></i>	<i>Maksimum Draft</i>	<i>Konteyner Rıhtımı</i>
Çekisan	- (Şamandra)	8 m	Yok
İsk. Demir Çelik	-	16,40 m	Yok
O. İkinci	45.038	19 m	Yok
Petrol Ofisi	-	12 m	Yok
Sarıseki	-	-	Yok
Sasa	67.423	9,5 m	Yok
Yazıcı	12.800	10-19,5 m	Yok
Toros	750.000	13,50	Konteyner elleçlemesinde kullanılabilir 70.000 m <sup>2</sup> beton saha var.

Bir limanın konteyner elleçleme hizmeti verebilmesi için üç unsur çok önemlidir. Bunlardan birincisi, konteyner stoklama kapasitesi olarak adlandırılan liman arka alanı; ikincisi draft olarak adlandırılan liman girişi ve kenar derinliği; üçüncüsü ise rıhtım yapısıdır. Yukarıda yer verilen limanlar incelendiğinde ise, yeterli derinlik olmasına rağmen konteyner rıhtımı ve liman alanlarının olmadığı görülmektedir ki; bu durum anılan limanların genişleme potansiyellerinin olmadığına ilişkin önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir. Bu durum, 374.630 m<sup>2</sup> açık ve 19.076 m<sup>2</sup> kapalı alan genişliği ile anılan limanlardan çok farklı olan İskenderun Limanı'nı ön plana çıkarmakta ve sahip olduğu fiziki potansiyel gelecekte sahip olacağı pazar konumuna ilişkin önemli bir işaret olarak kabul edilmektedir.

### **H.3.3. İskenderun Limanı'nın Özelleştirilmesine İlişkin Rekabet Kurulu Görüşü ve Gerekçeleri**

Rekabet Kurulu'nun 6.5.2005 tarih ve 05-31 sayılı, TCDD Genel Müdürlüğü tarafından işletilen limanların özelleştirilmesine dair Görüşü'nde İskenderun Limanı'nın özelleştirilmesine ilişkin olarak herhangi bir koşul ileri sürülmemiştir. Bununla birlikte, özelleştirme kapsamında olan ve aynı hinterlanda hitap eden Mersin Limanı'nın özelleştirilmesine ilişkin belirlenen koşullar oluşturulurken İskenderun Limanı'nın durumu da göz önüne alınmıştır.

Buna göre, söz konusu Görüş'te; özelleştirme kapsamında olan her bir liman ayrı ayrı, ancak ilgili coğrafi pazarları, hinterlandları ve sahip oldukları potansiyellerin birbirlerini etkileme dereceleri birlikte değerlendirilmiştir. Dolayısıyla, Mersin Limanı'nın coğrafi pazarının tanımlanması aşamasında İskenderun Limanı ile aynı hinterlanda hitap ettiği ve bu nedenle anılan iki limanın da coğrafi pazarlarının çakıştığı tespit edilmiştir. Yapılan analizler ve pazar araştırmaları neticesinde Mersin Limanı'nın ilgili pazarda sahip olduğu rekabet avantajı ve ortaya koyduğu hizmet verimlilikleri açısından bölgesindeki rekabet parametrelerini belirleme gücü ortaya çıkarılmış ve Mersin Limanı içinde bölünme suretiyle liman içi rekabetin tesisine ilişkin Görüş belirtilmiştir. Bu sayede meydana getirilecek yapılanma ile hem liman içinde hem de bölgedeki diğer limanlar ve özellikle İskenderun Limanı ile limanlar arası rekabetin tesis edilmesi hedeflenmiştir. Diğer bir ifadeyle, Mersin Limanı'nda hedeflenen bölünme sonucunda Liman'ın işletme hakkını devralan teşebbüslerden herhangi birinin İskenderun Limanı'nın işletme hakkını devralması durumu ilgili pazarda yoğunlaşma olmayacağı varsayımıyla önemsenmemiştir. Ancak, Özelleştirme İdaresi Başkanlığı tarafından gerçekleştirilen Mersin Limanı'nın işletme hakkının 36 yıl süre ile özelleştirilmesine dair ihale bölünme öngörülmeden neticelendirilmiştir.

İdare tarafından oluşturulan "İşletme Hakkı Devir Sözleşmesi"nde işleticiye "hâkim durumun kötüye kullanılmasını" engelleyen bir takım kısıtlamalar getirilerek Kurul Görüşü'ndeki bölünme ile hedeflenen sonuçlara yaklaşılmaya çalışılmıştır. Bu durum, Mersin Limanı'nın özelleştirilmesine ilişkin Nihai Bildirim aşamasında 15.9.2005 tarih ve 05-58/855-231 sayılı Kurul toplantısında değerlendirilerek olumlu bulunmuş ve Mersin Limanı'nın özelleştirilmesine ilişkin nihai izin verilmiştir. Ancak, bölünmeden beklenen "limanlar arası rekabet" faydası gerçekleşmemiş, Mersin Limanı'nın işletme hakkını devralmasıyla birlikte hâkim duruma geçecek olan teşebbüsün aynı zamanda İskenderun Limanı'nın işletme hakkını devralması durumunda hâkim durumun daha da güçlendirilmesi riski bertaraf edilememiştir. Nitekim belirtilen hususa ilişkin olarak yukarıda tarih

## **REKABET Dergisi**

ve sayısı belirtilen Karar'da, Mersin Limanı işletme hakkını devralacak teşebbüsün İskenderun Limanı işletme hakkını devralmaması koşulunun "Mersin Limanı özelleştirilmesi aşamasında değerlendirilemeyeceği" belirtilmiştir.

### **H.3.4. İskenderun Limanı İşletme Hakkı Devir Sözleşmesi**

Bildirime konu işlemin kapsam ve koşullarını içeren "İşletme Hakkı Devri Sözleşmesi" üzerinde yapılan incelemelerde, işleticiye yönelik olarak yükümlülükler ve denetim mekanizması getirildiği belirlenmiştir. Bununla birlikte, Liman'ın özelleştirilmesine ilişkin Rekabet Kurulu tarafından herhangi bir koşul ileri sürülmemesi nedeniyle gerek ihale öncesi "İhale Şartnamesi"nde gerekse ihale sonrası "İşletme Hakkı Devir Sözleşmesi"nde herhangi bir kısıtlama yer almamaktadır. Dolayısıyla Sözleşme, tipik bir imtiyaz hakkı devri sözleşmesidir.

Mersin Limanı İşletme Hakkı Devir Sözleşmesi'nde TCDD tarafından üstlenilen denetim mekanizması, benzer bir biçimde İskenderun Limanı için de geçerli olmakta, bu durum Sözleşme'nin 11. maddesi ile açıklığa kavuşturulmaktadır. Sözleşme'nin "Hakların Devri" başlıklı 13. maddesinde ise devir yasağı hükme bağlanmaktadır.

### **H.3.5. Mersin Limanı'nın İşletme Hakkı Devrine İlişkin Rekabet Kurulu Nihai İzin Kararı'ndan Sonra İlgili Pazar Yapılanması**

TCDD Genel Müdürlüğü'ne ait Mersin Limanı'nın işletme hakkı devri yöntemi ile 36 yıl süreyle özelleştirilmesine ilişkin Kurum kayıtlarına 1.9.2005 tarih ve 6111 sayı ile giren ÖİB'nin izin başvurusu üzerine, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı Tebliğ ve 1998/4 sayılı Tebliğ'in ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 8.9.2005 tarih, 2005-4-197/ÖN-05-HS sayılı Özelleştirme Nihai Bildirim Raporu, 15.9.2005 tarih ve 05-58 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek; ilgili pazarda yeni bir hakim durum yaratılması veya hakim durumun güçlendirilmesi riski oluşturmayacağından, anılan ihalede en yüksek teklifleri veren sırasıyla PSA-AKFEN Ortak Girişim Grubu ile Dubai Limanlar Otoritesi'nden herhangi birinin limanı devralması işlemine izin verilmesi karara bağlanmış, dolayısıyla PSA-AKFEN Ortak Girişim Grubu Mersin Limanı'nın işletme hakkını 36 yıl süreyle devralmıştır.

ÖİB'nin 27.9.2005 tarih ve 6776 sayı ile Kurum kayıtlarına giren yazısında; TCDD Genel Müdürlüğü'ne ait İskenderun Limanı'nın "işletme hakkının verilmesi" yöntemiyle özelleştirilmesine ilişkin olarak, 9.9.2005 tarihinde kamuya açık olarak yapılan nihai pazarlık görüşmeleri sonucunda, İhale Komisyonu'nca Özelleştirme Yüksek Kurulu'nun söz konusu Liman'ın

## **REKABET Dergisi**

özelleştirilmesine ilişkin nihai devir kararında yer alması uygun görülen teklif sahiplerinin; PSA-AKFEN Ortak Girişim Grubu ve Limar Liman ve Gemi İşletmeleri A.Ş. olarak belirlendiği ifade edilmektedir. Görüleceği üzere, İskenderun Limanı işletme hakkı devri ihalesinde en yüksek teklif, aynı zamanda Mersin Limanı işletme hakkını devralan PSA-AKFEN Ortak Girişim Grubu tarafından verilmiştir.

Yukarıda yer verilen gelişmelerin yanı sıra, ilgili pazar analizinin yapılmasında önem görülmektedir. Buna göre; Türkiye’de deniz taşımacılığı ve liman işletmeciliğinde görülen gelişim ve ilerlemenin İskenderun Limanı tarafından yakalanamamış olması sebebiyle, Liman’ın cari elleçleme rakamlarının gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla sahip olduğu potansiyelin çok altında faaliyet göstermemekte olduğu tespitler arasındadır. 3. kişilere hizmet veren Körfez limanları ve Mersin Limanı’ndaki kuru yük ve sıvı yük elleçlemeleri dikkate alınarak oluşturulan pazar büyüklüğünde İskenderun Limanı %8 pazar payı ile dikkati çekmektedir.

Ancak, bölgedeki ekonomik gelişmeler beklenmeksizin ihtiyaç duyulan yatırımların gerçekleştirilmesi ve etkin işletme prensiplerine uygun yönetiminin yapılması durumunda da limanın rekabetçi bir yapı kazanacağı bir gerçektir. Nitekim Körfez’deki diğer limanlardan farklı olarak çok geniş bir alana sahip olan ve karayolu bağlantısı bulunan İskenderun Limanı’nın her bir rıhtımında demir yolu bağlantısı bulunmaktadır ki, sadece bu nitelik dahi limanı bölgesinde ayrıcalıklı bir konuma getirmektedir. Bununla birlikte, GAP projesi ve Orta Doğu ülkelerinde yaşanan olumsuzlukların giderilmesi ile birlikte İskenderun Limanı’nın doğrudan ve/veya transit ihracat-ithalat konularında bölgede vazgeçilemeyen bir ticaret üssü olacağı yönündeki projeksiyonlar limanın önemini daha da artırmakta, sahip olduğu potansiyeli ön plana çıkarmaktadır.

Yukarıda yer verilen açıklamalar ışığında, PSA-AKFEN ortak girişim grubunun aynı hinterlantlara hitap eden Mersin ve İskenderun limanlarının işletme haklarına sahip olması halinde ilgili pazarda hâkim durumun güçlendirilmesi anlamında olumsuzlukların meydana geleceği çok açıktır. Nitekim Mersin Limanı’nın hâlihazırda etkin işletilemediği durumda dahi ilgili coğrafi pazarda özellikle konteyner elleçleme hizmetlerinde %90'lara ulaşan pazar payı ile bölgede hâkim durumda bulunduğu; kuru ve sıvı yük elleçlemeleri hizmetlerinde ise İskenderun Körfezi’nde bulunan sanayi kuruluşlarının limanlarının kendi faaliyetlerinden kaynaklanan elleçlemeleri ile birlikte oluşturulan pazarda da yaklaşık %40 pazar payı ile lider olduğu yapılan tespitler arasındadır. Dolayısıyla, İskenderun Limanı’nın etkin işletilmesi ve Bölge potansiyelinin değerlendirilmesi durumunda anılan limanın işletme hakkının Mersin Limanı işletme hakkı sahipliği



## **REKABET Dergisi**

ile birlikte, pazarda tekel yaratılmasının kaçınılmaz olduğu düşünülmektedir.

### **H.3.6. İşlemin Niteliği ve Bildirimi Bakımından Değerlendirme**

Özelleştirme işlemine konu olan İskenderun Limanı'nın, ayrıcalıklı coğrafi konumu, diğer limanlardan farklı olarak hem kara hem de demir yolu ile doğrudan bağlantılı olması, sahip olduğu alt ve üst yapı yatırım büyüklüğü ve oldukça geniş geri sahaya sahip olması hususları, Liman'ı diğer TCDD limanları gibi fiili olarak imtiyazlı konuma getirmektedir. Ayrıca İskenderun Limanı'nın komşu limanlara kılavuz kaptan ve römorkaj hizmetlerini sunma imtiyazı ise hukuki imtiyaz olarak değerlendirilmektedir. İskenderun Limanı'nın, yukarıda aktarılan sebeplerle hem hukuki hem de fiili imtiyazlara sahip olması dolayısıyla, inceleme konusu işlem, 1998/4 sayılı "Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri için Rekabet Kurumuna Yapılacak Ön Bildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip edilecek Usul Esaslar Hakkında Tebliğ" in 3. maddesi anlamında ön bildirim tabi bir devralma işlemidir. Nitekim Tebliğ'in anılan maddesinde öngörüldüğü üzere, ÖİB, Kurumumuz kayıtlarına 10.2.2005 tarih ve 922 sayılı ile intikal eden bildirim ile Rekabet Kurulu'ndan ihale şartlarına esas olacak görüş talep etmiş; aynı Tebliğ'in 4. maddesi çerçevesinde hazırlanan Rekabet Kurulu Görüşü 24.5.2005 tarih ve 1785 sayılı yazımızla ÖİB'ye tebliğ edilmiştir.

Bu çerçevede, 1998/4 sayılı Tebliğ'in "İzin Başvurusuna Tabi Özelleştirme Yolu ile Devralmalar" başlıklı 5. maddesi uyarınca, Rekabet Kurumu'na ön bildirimde bulunulması zorunlu olan özelleştirme yolu ile devralma işlemleri için izin alınması zorunlu olduğundan, dosya konusu işlem izne tabi bir özelleştirme işlemidir.

İskenderun Limanı'nın 36 seneliğine "işletme hakkının verilmesi" yöntemiyle özelleştirilmesi işleminin, izne tabi bir özelleştirme işlemi olduğu belirlendikten sonra işlem, yukarıda anılan 1998/4 sayılı Tebliğ'in 7. maddesi uyarınca, 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 1997/1 sayılı "Rekabet Kurumundan İzin Alınması Gerekli Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" hükümleri çerçevesinde değerlendirilmiştir.

### **H.3.7. İşlemin 1997/1 Sayılı Tebliğ Açısından Değerlendirilmesi**

1997/1 sayılı Tebliğ'de hâkim durum yaratmayan veya bir hâkim durumu güçlendirmeyen ve bunun sonucu olarak ülkede veya bir bölümünde etkin rekabeti önemli ölçüde engellemeyen birleşme veya devralmalara izin verileceği hükme bağlanmıştır.

Dosya konusu özelleştirme işlemi neticesinde İskenderun Limanı'nın

## **REKABET Dergisi**

işletme hakkı, tüm fiili ve hukuki imtiyazlarıyla birlikte, “TCDD İskenderun Limanı – 36 Yıl Süreli İşletme Hakkı Devir Sözleşmesi” hükümleri çerçevesinde ihaleyi alacak olan teşebbüs(ler)e devredilecektir. Aşağıda, söz konusu teşebbüslerden, PSA-AKFEN ortak girişim grubu ve Limar Liman ve Gemi İşletmeleri A.Ş. (“Limar”) hakkında ayrı ayrı değerlendirme yapılmıştır.

PSA-AKFEN Konsorsiyumu, TCDD’ye ait Mersin Limanı’nın işletme haklarının devrine ilişkin özelleştirme ihalesine katılmış ve ihaleyi kazanmıştır. Gerekli yasal işlemler tamamlandıktan sonra Konsorsiyum, Mersin Limanı’nı 36 yıl süreyle işletecektir.

Mersin Limanı’nın devralınmasına ilişkin olarak yapılan değerlendirmelerde; söz konusu işlem neticesinde, Mersin Limanı’nın hâkim durumda bulunduğu ilgili coğrafi pazarın mevcut yapısında, devralma sonrası işleticinin değişmesi dışında herhangi bir değişiklik meydana gelmeyeceği yapılan tespitler arasındadır. Ancak, Kurul Görüşü oluşturulurken bölgede aynı zamanda limanlar arası rekabetin de sağlanabileceği “liman içi rekabet”in tesisi tercih edilirken; İhale Şartnamesi’nde anılan Görüş İdare’ce benimsenmemiş; Kurul’un liman içi rekabetin tesisine yönelik kararına ilişkin gerekçeleri dikkate alınarak İşletme Hakkı Devir Sözleşmesi’nde işleticiye yönelik yükümlülükler ile hâkim durumun kötüye kullanılması engellenmeye çalışılmıştır.

Ancak söz konusu yükümlülüklerin, devir yoluyla hâkim duruma geçecek işletici firmanın İskenderun Limanı’nın da işletme hakkını alması halinde hâkim durumunu güçlendirmesi yönündeki riski bertaraf edemeyeceği çok açık bir husustur.

Nitekim, Kurul tarafından Mersin Limanı’nda öngörülen bölünme neticesinde, pazar güçleri nispi olarak farklı olan rakip iki işleticinin varlığında, İskenderun Limanı işleticisinin niteliği önemsenmemiş, İskenderun Limanı’nın işletme hakkının Mersin Limanı’nın herhangi bir işleticisi tarafından devralınması durumu da ilgili coğrafi pazarda hâkim durumun güçlendirilmesi olarak değerlendirilmemiştir. Bu durumda İdare tarafından ortaya konulan, Mersin Limanı’nın tek bir teşebbüs tarafından işletilmesi şeklindeki yeni yapılanmada, bölgedeki rekabetin tesisi açısından limanlar arası rekabetin, dolayısıyla İskenderun Limanı’nın önemi daha da artmaktadır.

İskenderun Limanı, Daire Görüşü’nde de belirtildiği üzere içinde bulunduğu bölge ve komşu bölgelerde yaşanan olumsuz gelişmeler neticesinde uzun yıllardır tam randımanlı olarak faaliyet gösterememektedir. Ancak, iç dinamiklere dayalı bölgesel gelişmeler ve komşu ülkelerdeki ticaretin canlanmasına paralel olarak gerek ülkemizin ihracatı gerekse transit ihracat ve

## **REKABET Dergisi**

ithalat konusunda önemli potansiyelleri bünyesinde barındırmaktadır.

Bunun yanı sıra, Liman'ın işletme hakkının devri yöntemiyle özelleştirilmesi sonucunda, devralan teşebbüs tarafından yapılacak yatırımlar, söz konusu potansiyellerin değerlendirilmesini kolaylaştıracak, bu sayede Liman'ın önemini daha da artacaktır.

Mersin Limanı işletmesini devralacak olan PSA-AKFEN Konsorsiyumu, daha önce de belirtildiği üzere, ilgili coğrafi pazarda hâkim durumda olacaktır. Bu çerçevede, Mersin Limanı ile aynı hinterlanda hizmet veren ve Liman'a 180 km mesafede olan İskenderun Limanı'nın, aynı teşebbüs tarafından işletilmesi durumunda, ilgili coğrafi pazarda 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve 1997/1 sayılı Tebliğ açısından yasaklanan hâkim durumun daha da güçlendirilmesi sonucunda rekabetin önemli ölçüde azalması riski ortaya çıkacaktır. Bu nedenle, İskenderun Limanı'nın işletme hakkının PSA-AKFEN Konsorsiyumu'na devredilmesine izin verilmesi uygun değildir.

İhalede en yüksek ikinci teklifi veren Limar Liman ve Gemi İşletmeleri A.Ş.'nin ise ilgili coğrafi pazarda liman işletmeciliği alanında herhangi bir faaliyeti bulunmamasıyla birlikte hat taşımacılığı (liner) pazarında faaliyetleri olduğu bilinmektedir.

Rekabet Kurulu'nun 6.5.2005 tarih ve 05-31 sayılı Görüşü'nde liner işletmecilerinin liman işletmesi durumunda ortaya çıkması muhtemel pazar risklerine ilişkin durum değerlendirmesi yapılmış; analizlerde özellikle bölgelerinde alternatifleri bulunmayan ana (hub) liman olma potansiyeline sahip İzmir ve Mersin limanlarındaki işletmecilerin hat işleticisi olmaları durumunda;

- Rakip hat işletmecilerinin sürşarja tabi tutulmasını sağlamak amacıyla limanda bekletilmesi ya da limana alınmaması şeklinde ayrımcılık yapabilmesi,
- Manifesto belgelerinin liman işletmesine verilmesi neticesinde rakip firmanın "ticari sır" olarak nitelendirilebilecek müşteri portföyü ve ilgili bilgilerine kolaylıkla ulaşabilmesi,
- Maliyetler arasında çapraz sübvansiyon yaparak ilgili ya da etkilenen ürün pazarlarında durumunu daha avantajlı hale getirmesi,

neticesinde, diğer hat işletmecilerinin aleyhine pazar paylarının büyümesi sağlanarak ilgili pazarda rekabetin bozulacağı öngörülmüştür. Bu nedenle, buldukları bölgelerde konteyner elleçleme hizmetleri konusunda anılan limanlardan başka kendilerine ikame olacak limanlar bulunmaması nedeniyle, liman işleticisinin aynı zamanda hat işletmecisi olması durumunda diğer rakip hat işletmecilerinin aleyhine maliyet artışı, müşteri kaybı ve dolayısıyla pazar kaybı anlamında olumsuzluklar

## **REKABET Dergisi**

meydana geleceği şüphesizdir.

Ancak, aynı durum TCDD tarafından işletilen Bandırma, İzmit (Derince) ve İskenderun limanları için geçerli olmamaktadır. Bu durumun en belli başlı nedenlerinden birincisi, anılan limanların gerek konum ve fiziki koşulları gerekse kapasiteleri açısından ana liman şeklindeki yapılanmaya müsait olmamalarıdır. Bandırma ve İzmit (Derince) limanlarının Marmara Denizi iç bölgelerinde; İskenderun Limanı'nın ise İskenderun Körfezi'nde konumlanmış olması, söz konusu limanların ana liman olabilme konusunda coğrafi konumlarından kaynaklanan engelleridir.

Ayrıca, ana liman olabilmek ve dolayısıyla hat işletmelerini limana çekebilmek söz konusu limanın elleçleme kapasitesi ve fiili verimlilikleriyle de çok yakından ilgilidir. Limanın ana liman olabilmesi için en az 1.000.000 TEU fiili konteyner elleçleme kapasitesinin olması beklenmektedir. Dolayısıyla, anılan limanlarda elleçleme miktarlarının çok yüksek değerlerde olmadığı bilinen bir husus olup, özellikle İskenderun Limanı için de belirli bir elleçleme miktarı hedeflenmemektedir.

İkinci neden ise, alternatif temin kaynaklarına ilişkin husustur. Diğer bir değişle Bandırma ve İzmit (Derince) limanlarının içinde bulunduğu Marmara Denizi ve İskenderun limanının içinde bulunduğu İskenderun Körfezi'ndeki pazar yapılanmasıdır. Nitekim Marmara Denizi'nde bulunan 48 liman'ın toplam elleçleme rakamları Türkiye geneline oranlandığında; 2004 yılındaki kuru yük elleçlemelerinin %45,12'si; konteyner elleçlemelerinin %45,44'ü ve sıvı yük elleçlemelerinin %24,63'ü anılan limanlar tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu bakımdan, Bandırma ya da İzmit (Derince) Limanı'nın işleticisinin liner olması halinde ilgili coğrafi bölgede çok sayıda ve yeterli kapasitede alternatif temin kaynaklarının olması sebebiyle yukarıda belirtilen olumsuzluklar beklenmemektedir.

İskenderun Limanı'na ilişkin olarak, İskenderun Körfezi yapılanması da benzer bir biçimde Marmara Denizi'ndeki limanları andırmaktadır. Körfez'de toplam 16 liman faaliyet göstermekte; coğrafi pazar olarak düşünüldüğünde ise Mersin Limanı da pazara dâhil olmaktadır. İskenderun Limanı ise, belirli bir seviyede ancak ana liman olamayacak miktarlardaki elleçleme verimlilikleriyle faaliyet göstermektedir. Körfez limanlarındaki faaliyetlerin kuru ve sıvı yük elleçlemesi olması nedeniyle bölgedeki tek konteyner limanı da Mersin Limanı olmaktadır. Yapılan açıklamalar ışığında; herhangi bir liner firmasının Körfez'de liman işletmecisi olarak faaliyet göstermesi durumunda yukarıda yer verilen pazar olumsuzlarına karşı, kuru ve sıvı yükler açısından Körfez'de bulunan limanlar

## **REKABET Dergisi**

(aynı zamanda Mersin Limanı); konteyner tipi yükler açısından ise Mersin Limanı İskenderun Limanı'na ikame olabileceğinden, hizmet alıcısı alternatif temin kaynakları konusunda kısıtlı olmamaktadır. Dolayısıyla, İskenderun Limanı'nın işleticisinin niteliği anılan pazar yapılanması göz önüne alınarak önemsenmemektedir.

Yukarıda hat taşımacılığına ilişkin yer verilen değerlendirmeler de dikkate alınarak ihalede en yüksek ikinci teklifi veren Limar Liman ve Gemi İşletmeleri A.Ş.'nin İskenderun Limanı'nın işletme hakkını devralması durumunda, anılan teşebbüsün ilgili coğrafi pazarda herhangi bir faaliyetinin bulunmaması nedeniyle, pazarın mevcut yapısında işleticinin değişmesi dışında herhangi bir değişiklik meydana getirmeyeceği ve dosya konusu işlem neticesinde yeni bir hâkim durum yaratılması söz konusu olmayacağı tespit edilmiştir.

### **I. SONUÇ**

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

T.C. Devlet Demiryolları İşletmesi Genel Müdürlüğü'ne ait İskenderun Limanı'nın 36 seneliğine "işletme hakkının verilmesi" yöntemiyle özelleştirilmesi için yapılan ihalede en yüksek teklif sahipleri olan;

- PSA-AKFEN Ortak Girişim Grubu ve
- Limar Liman ve Gemi İşletmeleri A.Ş.

için, Rekabet Kurumu'na, 1998/4 sayılı "Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurumuna Yapılacak Ön Bildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ" çerçevesinde yapılan izin başvurusunun, 4054 sayılı "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun" ve 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" çerçevesinde değerlendirilmesi neticesinde;

**1-** PSA-AKFEN Ortak Girişim Grubu'nun Mersin Limanı işletme hakkını devralması halinde, aynı coğrafi pazarda yer alan İskenderun Limanı'nın işletme hakkını da devralması, hâkim durumun daha da güçlendirilmesi sonucunda rekabetin önemli ölçüde azalması riskini ortaya çıkaracağından anılan gruba İskenderun Limanı işletme hakkının devredilmesine izin verilmemesine;

**2-** Limar Liman ve Gemi İşletmeleri A.Ş.'nin ilgili coğrafi pazarda herhangi bir faaliyetinin olmaması nedeniyle, hâkim durum yaratılması veya hâkim durumun güçlendirilmesi riski meydana gelmeyeceğine, dolayısıyla anılan teşebbüse İskenderun Limanı'nın işletme

## REKABET Dergisi

hakkının devredilmesine izin verilmesinde sakınca bulunmadığına  
OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

**20.10.2005 tarih ve 05-70/ 967-261 sayılı Kurul kararı'na**

### KARŞI OY GEREKÇESİ

İlgili Kurul Kararı'na aşağıdaki gerekçelerle katılmıyorum:

1. Karar konusu işlem, TCDD tarafından işletilmekte olan İskenderun Limanı'nın, 36 yıl süreyle, "işletme hakkının devri" suretiyle özelleştirilmesini kapsamaktadır. Dolayısıyla "kayıtsız ve şartsız" bir mülkiyet devri söz konusu değildir. İlgili teşebbüs, birtakım yönetim ve işletmecilik inisiyatiflerini kullanmayı sınırlandıran ve ciddi tedbirler içeren "TCDD İskenderun Limanı-36 Yıl süreli İşletme Hakkı Devir Sözleşmesi" uyarınca, tâbir c iz ise, kamu idaresinin gözetimi altında İskenderun Limanı'nı işletme hakkına sahip olacaktır.

2. Özelleştirme İdaresi tarafından oluşturulan, "İşletmecilik Hakkı Devir Sözleşmesi", "hâkim durumun kötüye kullanılmasını" engelleyen bir takım tedbirler öngördüğü ve önemli kısıtlamalar getirdiği için, Kurul tarafından dikkate alınmış ve bu keyfiyet, Mersin Limanı'nın Özelleştirmesine ilişkin nihai izin kararına yansımıştır. Özelleştirme İdaresinin, Mersin Limanı'nın bölünmeden İşletme hakkının 36 yıl süre ile özelleştirilmesine dair yaptığı ihale, "devir sözleşmesi" hükümlerine itibar edilerek, Kurul'un aksi yöndeki görüşüne ve ilgili Kararı'na rağmen 15.09.2005 tarih ve 05-58 /855-231 sayılı Karar ile benimsenmiş, Liman'ın bölünmeden devredilmesine izin verilmiştir.

3. Mersin Limanı'nın işletme hakkını 36 yıl süreyle devralacak bir teşebbüsün veya ilgili dosyada olduğu gibi devralmasında sakınca görülmeyen PSA- AKFEN Ortak Girişim Grubunun, İskenderun Limanı'nın özelleştirilmesi için "teklif" veremeyeceğine dair bir karar ve "öngörülebilirlik" durumu, ihale öncesi dönemde söz konusu değildir. Dolayısıyla, İskenderun Limanı'nın ihalesine de giren ve en yüksek teklifi veren PSA- AKFEN Ortak Girişim Grubunun, Mersin ile ilgili "işlem" de olduğu gibi, yine İdare tarafından belirlenecek "devir sözleşmesi" çerçevesinde "işletme hakkı"na sahip kılınması yoluna gidilebilir ve karar en azından bu açıdan savunulabilirdi.

4. Rekabet Politikası ve bu politikanın meşrûiyet ve sürdürülebilirlik aracı olan rekabet hukuku, "hâkim durumun oluşmasını önlemek" "hâkim durumun doğurduğu olumsuzlukları azaltmak" veya "hâkim durumun yol açacağı rekabete aykırı yapı ve işleyişin önünü kesmek" gibi amaç ve gerekçelere dayandığı kadar, "rekabeti tesis etmek, rekabeti güçlendirmek" ve daha önemlisi de "iktisadi

## **REKABET Dergisi**

kaynakların etkin kullanımına imkan vermek”, yani, “iktisadi etkinlik” amacına da hizmet etmelidir. Bu açıdan bakıldığında, bazı durumlarda, ilgili pazarlarda daha güçlü rakiplerin ortaya çıkmasını kolaylaştırmak veya böyle bir sürece engel olmamak, rekabet politikasının gereği olacaktır. Mersin Limanı’nı İskenderun ile ikameye etmeye çalışan ve rekabeti tesis amacıyla, iki limanın da, iki ayrı işletmeci tarafından işletilmesini zorunlu gören bir yaklaşım, “dar bir bölgede, küçük oyuncular”la, hem ülke içinde, hem de ülke dışındaki rakiplerle başa çıkılabileceğini varsayan, bu tedbiri yeterli gören bir anlayıştır. Üstelik, İskenderun Limanı’nın PSA- AKFEN Ortak Girişimine devredilmesi halinde, ilgili pazarda ne yeni bir “hâkim durum” oluşacak, ne de var olan hakim durum güçlenecektir.

5.TCDD tarafından yapılandırılan ve işletilen, halen de birçok açıdan yetersiz olan limanların özelleştirme sonrasında kapasite, hizmet kalitesi, kârlılık ve rekabet güçlerini artırmak için, işletme hakkını devralan, teşebbüslerin önemli miktarlarda yeni yatırım yapmaları gerektiğini unutmamak icap eder. Dolayısıyla limanların bölünerek satılması veya dar bölgede de olsa birbirine yakın limanların aynı teşebbüs tarafından işletilmesinin önlenmesi gibi bir “tedbir”, rekabetin güçlendirilmesinden ziyade, “kaynakların etkin kullanılmaması”na yol açabilecektir.

6.Genel olarak, çağdaş ekonomik gelişmeler ve bu çerçevede yerli ve yabancı limanlar arasındaki rekabet açısından bakıldığında, bütün limanlarımızın ve bu arada Mersin ve İskenderun limanlarının ortak bir paydası varsa, o da, bu limanların “gerekli altyapı ve teknolojiye uzak, “ölçek ekonomisi”nin avantajlarından mahrum olmaları” olgusudur. İskenderun ve Mersin’e kayda değer oranda sermaye bağlayan, sermayesi ile “fırsat maliyetleri” çerçevesinde en yüksek getiriyi sağlamak isteyen ve bu arada “yoğun ve yakın kamu denetimi” çerçevesinde işletmecilik yapmaya çalışan bir teşebbüsün, kâr etmek, büyümek ve rekabet gücü kazanmak için başvuracağı tek yol “hakim durumunu istismar etmek” mi olacaktır? Bu dosyada olduğu gibi, rekabeti tesis amacıyla, ilk planda, “hakim durumun önlenmesi” gibi bir amaç, gerekçe veya kritere sığınmak, verimlilik, kârlılık, rekabet gücü, sosyal sorumluluk ve itibar, kamuoyu, politik ve bürokratik faktör gibi değer ve/veya risk unsurlarını önemsiz görmek, göz ardı etmek anlamına gelebilecek, ayrıca 4054 sayılı kanunun ve Rekabet Kurulu’nun varlık ve fonksiyonunu ihmal etmek demek olacaktır.

Prof.Dr.Nurettin KALDIRIMCI  
Kurul Üyesi

## REKABET Dergisi

**Dosya Konusu:** Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş.'nin Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'na ait %46,12 oranında hissesi ile Kalkınma Bankası kontrolünde bulunan %3,81 oranında hissesinin özelleştirme yoluyla devredilmesi işlemine izin verilmesi talebi.

**Dosya Sayısı :** 2005-1-143

**(Devralma)**

**Karar Sayısı :** 05-79/1083-271

**Karar Tarihi :** 24.11.2005

### **A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Mustafa PARLAK

**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfıkı ÜNAL,  
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, M. Sıraç ASLAN,  
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

**B. RAPORTÖRLER** : Hasan Hüseyin ÜNLÜ, İsmail Yücel ARDIÇ, Metin PEKTAŞ, Cumhuriyet HATİPOĞLU

**C. BİLDİRİMDE BULUNAN:**  
Özelleştirme İdaresi Başkanlığı



## **REKABET Dergisi**

### **D. TARAFLAR:**

- Özelleştirme İdaresi Başkanlığı

Ziya Gökalp Caddesi No: 80 06600 Kurtuluş Ankara

- Ordu Yardımlaşma Kurumu

Ziya Gökalp Caddesi No: 64 06600 Kurtuluş Ankara

- Ereğli Ortak Girişim Grubu

Kibar Holding A.Ş. (Lider Ortak)

Tersane Cad. Bakır Sok. No:19 Assan Han 34420 Karaköy  
İstanbul

- Novolipetsk Open Joint Stock Company Novolipetsk Iron and  
Steel Corporation

2, Metallurgov sq., Lipetsk 398040 RUSYA

**E. DOSYA KONUSU: Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş.'nin Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'na ait %46,12 oranında hissesi ile Kalkınma Bankası kontrolünde bulunan %3,81 oranında hissesinin özelleştirme yoluyla devredilmesi işlemine izin verilmesi talebi.**

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 27.7.2004 tarih ve 4104 sayı ile giren Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'nın ön bildiriminde, Ereğli Demir Çelik Fabrikaları T.A.Ş.'nin Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'na ait %46.12 oranındaki hisselerinin satışına ilişkin olarak, 1998/4 sayılı Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurumu'na yapılacak Ön Bildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ'in 4. maddesi uyarınca Rekabet Kurulu'nun görüşü talep edilmiştir.

Bunun üzerine, 27.8.2004 tarih, 3265 sayılı Mesleki Daire görüşü ile 9.9.2004 tarih, 4969 sayı ile intikal eden Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'nın görüşleri dikkate alınarak, 21.9.2004 tarih ve 04-61 sayılı karar ile konuya ilişkin Rekabet Kurulu Görüşü oluşturulmuş ve 22.9.2004 tarih, 662 sayı ile anılan İdare'ye bildirilmiştir.

Kurum kayıtlarına 6.10.2005 tarih, 7013 sayı ile giren Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'nın izin başvurusu üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ ve 1998/4 sayılı Tebliğ'in ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen

## REKABET Dergisi

17.11.2005 tarih, 2005-1-143/ÖN-05-HHÜ sayılı sayılı Özelleştirme Nihai Bildirim Raporu, 21.11.2005 tarih, REK.0.05.00.00-120/222 sayılı Başkanlık önergesi ile 05-79 sayılı toplantıda görüşülerek karara bağlanmıştır.

### G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda;

Özelleştirme kapsamında olan Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş. (Erdemir)'nin sermayesinde yer alan Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'na ait %46.12'lik ve Kalkınma Bankası kontrolündeki %3,81'lik payın "Blok Satış" yöntemiyle özelleştirilmesine ilişkin olarak Erdemir'in;

1. Ordu Yardımlaşma Kurumu tarafından devralınması işleminin, ilgili ürün pazarlarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir hakim durumun yaratılması veya mevcut bir hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin olumsuz yönde etkilenmesi sonucunu doğurmayacağı,
2. Ereğli Ortak Girişim Grubu tarafından devralınması işleminin;
  - a. Ereğli Ortak Girişim Grubu'nun bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkmadığı, ortak kontrolün sağlanmadığı ve ilgili pazarlarda neden olacağı koordinasyon nedeniyle rekabeti sınırlandırıcı etkilerinin bulunduğu, bu nedenle 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan izin alınması gereken birleşme ve devralmalar hakkında Tebliğ" in "Birleşme veya devralma sayılan haller" başlıklı 2. maddesinin "*Amaçlarını gerçekleştirmek üzere işgücü ve malvarlığına sahip olacak şekilde bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkan ve taraflar arasındaki veya taraflarla ortak girişim arasındaki rekabeti sınırlayıcı amacı veya etkisi olmayan ortak girişimler (joint-venture)*" şeklindeki (c) bendi çerçevesinde bir ortak girişim olmadığına, bu nedenle başvuru konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir birleşme veya devralma değil, 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı bir işbirliği anlaşması olduğu,
  - b. Bildirim formunda yer alan talep doğrultusunda yapılan menfi tespit ve muafiyet incelemesi neticesinde, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı etkileri bulunmasından dolayı söz konusu ortak girişime menfi tespit verilemeyeceği,
  - c. Kanun'un "Muafiyet" başlıklı 5. maddesinde yer alan muafiyet şartlarını taşımaması nedeniyle, söz konusu ortak girişime muafiyet tanınamayacağı,
3. OJSC Novolipetsk Steel tarafından devralınması işleminin, ilgili ürün pazarlarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir hakim durumun

## **REKABET Dergisi**

yaratılması veya mevcut bir hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin olumsuz yönde etkilenmesi sonucunu doğurmayacağı,

ifade edilmektedir.

### **H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

#### **H.1. Demir Çelik Sektörüne İlişkin Genel Bilgiler**

##### **H.1.1. Dünya Demir Çelik Sektörü**

Demir çelik sektörü inşaat, otomotiv, makina, gemi yapımı, demiryolları, madencilik, kimya endüstrisi, beyaz eşya, ambalaj gibi hemen hemen tüm sanayi dallarına ara ürün sağlamaktadır.

Dünya çelik ürünleri üretim ve tüketim rakamları incelendiğinde yaklaşık yarısının Çin, Japonya, ABD ve Rusya tarafından gerçekleştirildiği, Çin, ABD, İtalya ve İspanya'nın net ithalatçı, Japonya, Rusya, Almanya, Brezilya ve Fransa'nın ise net ihracatçı ülkeler oldukları görülmüştür. 2003 yılında Türkiye, dünya nihai çelik üretiminde 18.3 ton/yıl ile %2, tüketiminde ise 13.2 ton/yıl ile %1.5 civarında pazar payına sahiptir.

Dünya çelik üretim ve tüketiminden bölgelerin aldığı pay incelendiğinde AB, NAFTA, BDT ülkeleri ve Japonya gibi çelik üretim ve tüketiminin önemli bir bölümünü gerçekleştiren bölgelerde 10 yıl içinde üretim ve tüketim rakamlarında önemli gerilemeler olduğu, buna karşılık Çin'in üretim ve tüketimini neredeyse ikiye katladığı görülmektedir. Türkiye'ye bakıldığında, üretimin önemli ölçüde arttığı, tüketimin ise değişmediği anlaşılmaktadır.

Dünya'daki demir çelik üretim ve tüketimindeki bu değişimi kişi başına düşen çelik tüketim miktarıyla açıklamak mümkündür. Sanayileşme ve gelişmeyle birlikte çelik üretiminin arttığı, belli bir gelişmişlik düzeyine ulaşıldığında ise bu tüketim miktarının azalmaya başladığı genel olarak kabul edilmektedir. Sanayileşmekte ve gelişmekte olan ülkelerde bu artış önce uzun demir çelik ürünlerinde gerçekleşmekte, ilerleyen yıllarda ise uzun ürünlerin tüketimi azalarak yassı ürünlerin tüketiminin arttığı görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda, dünya genelindeki demir çelik üreticilerinin üretim bilgilerine yer verilmiştir.

Tablo-1: Erdemir Verilerine Göre Dünya Yassı Çelik Üreticilerinin 2003 Yılı Ham Çelik Üretimi (milyon ton/yıl)

SIRA	FİRMA ADI	YERLEŞİM YERİ	ÜRETİM	PAY (%)
1	Arcelor Toplamı	Lüksemburg	88.4	13.52

**REKABET Dergisi**

2	LNM Toplamı	İngiltere	65.1	9.96
3	Corus Toplamı	İngiltere	31.6	4.83
4	Nippon Steel	Japonya	31.3	4.79
5	JFE	Japonya	30.2	4.62
6	Riva Toplamı	İtalya	29.6	4.53
7	Posco	G.Kore	28.9	4.42
8	US Steel Toplamı	ABD	27.3	4.17
9	Evrız Holding Toplamı	Rusya	21.3	3.26
10	Baosteel	Çin	19.9	3.04
11	ThyssenKrupp	Almanya	16.1	2.46
12	Nucor	ABD	15.8	2.42
13	ISG	ABD	13.5	2.06
14	Sumitomo	Japonya	12.8	1.96
15	SAIL	Hindistan	12.4	1.90
16	Gerdau	Brezilya	12.3	1.88
17	Magnitogorsk	Rusya	11.5	1.76
18	China Steel	Çin	10.8	1.65
19	Anshan	Çin	10.2	1.56
20	Severstal	Rusya	9.9	1.51
21	Novolipetsk	Rusya	8.9	1.36
22	Wuhan	Çin	8.4	1.28
23	Shougang	Çin	8.2	1.25
24	MINI Steel	G.Kore	7.8	1.19
25	Köbe Steel	Japonya	7.3	1.12
26	plmidro (Nisco)	İran	7.2	1.10
27	Benxi	Çin	7.2	1.10
28	Iscor	G.Afrika	6.7	1.02
29	Bluescope	Avustralya	6.5	0.99
30	Mariupol	Ukrayna	6.5	0.99
31	Tangshan	Çin	6.1	0.93
32	Maanshan	Çin	6.1	0.93
33	Handan	Çin	6.1	0.93
34	Voestalpine	Avusturya	5.8	0.89
35	HKM	Almanya	5.6	0.86
36	AK Steel	ABD	5.4	0.83
37	Panzhihua	Çin	5.3	0.81
38	Azovstal	Ukrayna	5.3	0.81

## REKABET Dergisi

39	CSN	Brezilya	5.3	0.81
40	Bautou	Çin	5.3	0.81
41	Hualin	Çin	5.2	0.80
42	Salzgitter	Almanya	5.2	0.80
43	Jinan	Çin	5.1	0.78
44	Sugang	Çin	5.0	0.76
<b>45</b>	<b>Erdemir</b>	<b>Türkiye</b>	<b>3.5</b>	<b>0.54</b>
TOPLAM			653,9	100,00

Dünya yassı çelik üretimine sahip olan gruplar dikkate alınarak bir değerlendirme yapıldığında; dünya yassı çelik üretiminin %23.48'inin iki grup (Arcelor ve LNM) tarafından, toplam yassı çelik üretiminin yarısının da 8 grup tarafından paylaşıldığı ve Türkiye'nin de dünya yassı çelik üretiminden aldığı payın binde 5 civarında olduğu tespit edilmiştir.

### H.1.2. Türkiye Demir Çelik Sektörü

Türkiye'de demir çelik sektöründe üretim yapan 19 teşebbüs bulunmaktadır. Bunlardan Erdemir, İsdemir ve Kardemir birer entegre tesis, diğerleri ise elektrik ark ocaklı (EAO) tesis niteliğindedir. Bu tesislerden Asil Çelik, Çemtaş ve MKEK vasıflı çelik, Erdemir yassı çelik ürünleri, geriye kalan 15 tesis ise uzun çelik ürünleri üretmektedir. Söz konusu tesislere ilişkin bilgiler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo-2: Türkiye'deki Demir Çelik Üreticilerinin Kapasite ve Üretim Bilgileri

	Teşebbüs	Sıvı Çelik Kapasitesi (ton)	Pay (%)	Sıvı Çelik Üretim Miktarı (ton)				2004 KKO
				2003	Pay (%)	2004	Pay (%)	
1	Çebitaş	700,000	3.63	413,725	2.78	207,848	1.24	29.69
2	Çolakoğlu	1,675,000	8.67	1,630,518	10.97	1,659,732	9.94	99.09
3	Diler	1,251,641	6.48	1,255,813	8.45	1,286,447	7.70	102.78
4	Ege Çelik	1,500,000	7.77	1,113,830	7.50	1,008,232	6.04	67.22
5	Erege Metal	720,000	3.73	563,149	3.79	642,044	3.84	89.17
6	Ekinciler	1,000,000	5.18	0	0.00	452,243	2.71	45.22
7	Habaş	2,093,040	10.84	1,747,878	11.76	2,072,945	12.41	99.04
8	İçdaş	2,800,000	14.50	1,793,229	12.07	2,805,000	16.79	100.18
9	İsdemir	2,200,000	11.39	1,853,144	12.47	1,997,746	11.96	90.81
10	İzmir D,Ç,	850,000	4.40	727,629	4.90	758,357	4.54	89.22
11	Kaptan D,Ç	1,010,000	5.23	940,771	6.33	919,556	5.51	91.05
12	Kardemir	1,100,000	5.70	811,631	5.46	803,261	4.81	73.02
13	Kroman	1,000,000	5.18	908,921	6.12	946,051	5.66	94.61

## REKABET Dergisi

14	Yazıcı D,Ç,	1,010,321	5.23	879,447	5.92	836,748	5.01	82.82
15	Yeşilyurt	400,000	2.07	219,025	1.47	306,548	1.84	76.64
16	Asil Çelik	260,000	52.85	214,759	61.07	207,848	57.33	79.94
17	Çemtaş	172,000	34.96	130,117	37.00	146,696	40.47	85.29
18	MKEK	60,000	12.20	6,796	1.93	7,976	2.20	13.29
19	Erdemir	3,000,000	100.0	3,087,978	100.0	3,031,338	100.00	101.04
EAO'ları Toplamı		16,502,002	72.37	14,168,869	77.43	15,870,793	73.13	96.17
Entegre Toplamı		6,300,000	27.63	5,752,753	31.44	5,832,345	26.87	92.58
Uzun Ürünler Toplamı		19,310,002	84.69	14,858,710	81.20	16,702,758	83.11	86.50
Yassı Ürünler Toplamı		3,000,000	13.16	3,087,978	16.88	3,031,338	15.08	101.04
Vasıflı Çelik Toplamı		492,000	2.16	351,672	1.92	362,520	1.80	73.68
GENEL TOPLAM		22,802,002	100.0	18,298,360	100.0	20,096,616	100.00	88.14

Tablodan anlaşıldığı üzere, 2004 yılında Türkiye’de sıvı çeliğin yaklaşık %73’ü EAO tesislerde, %26’ı ise entegre tesislerde üretilmektedir. Toplam sıvı çeliğin yaklaşık %83’ü uzun çelik, %15’i yassı çelik, %1.8’si de vasıflı çelik üretimine yöneliktir. Sanayileşmiş ülkelerde, uzun çelik üretimi toplam üretim içerisinde %30-40, yassı çelik üretimi ise %60-70 paya sahiptir.

Aşağıdaki tabloda, çelik ürünleri bazında üretim, tüketim, ithalat ve ihracat bilgilerine yer verilmiştir.

**REKABET *Dergisi***





**REKABET Dergisi**

Tablo-3: Türkiye Çelik Ürünleri Üretimi, Dış Ticareti ve Tüketimi (1,000 ton)

Ürünler	2001				2002				2003				2004			
	Üretim	İthalat	İhracat	Tüketim	Üretim	İthalat	İhracat	Tüketim	Üretim	İthalat	İhracat	Tüketim	Üretim	İthalat	İhracat	Tüketim
Teneke ve Krom Kaplı	86	97	11	172	146	113	25	234	179	87	26	240	220	122	55	287
Galvanizli	245	261	85	421	424	356	143	637	483	385	102	766	904	420	208	1,016
Soğuk Sac	910	486	497	899	826	810	450	1,186	1,028	949	390	1,587	1,443	1,338	258	2,188
Sıcak Sac	1,582	1,684	584	2,682	1,697	2,190	501	3,386	1,666	2,512	364	3,814	1,915	2,889	336	3,829
Levha	52	140	5	187	53	238	4	287	46	188	3	231	50	349	5	391
Diğer	54	78	28	104	65	102	27	140	63	137	90	110	100	153	79	174
<b>Toplam Yassı Çelik</b>	<b>2,929</b>	<b>2,746</b>	<b>1,210</b>	<b>4,465</b>	<b>3,211</b>	<b>3,809</b>	<b>1,150</b>	<b>5,870</b>	<b>3,465</b>	<b>4,258</b>	<b>975</b>	<b>6,748</b>	<b>4,662</b>	<b>5,268</b>	<b>941</b>	<b>7,885</b>
Çubuk, Tel, Filmaşın	9,553	93	4,563	5,083	10,559	132	4,114	6,577	11,826	173	4,596	7,403	-	-	-	-
Profil	769	72	357	484	850	130	306	674	952	118	347	723	-	-	-	-
Demiryolu Malz.	0	6	0	6	0	9	0	9	0	19	1	18	-	-	-	-
Kaliteli Çelik	356	47	155	248	394	69	243	220	414	91	281	224	-	-	-	-
<b>Toplam Uzun Çelik</b>	<b>10,678</b>	<b>218</b>	<b>5,075</b>	<b>5,821</b>	<b>11,804</b>	<b>340</b>	<b>4,663</b>	<b>7,481</b>	<b>13,192</b>	<b>401</b>	<b>5,225</b>	<b>8,368</b>	<b>13,932</b>	<b>727</b>	<b>6,040</b>	<b>8,616</b>
Dikişsiz Boru	6	49	5	50	7	86	4	89	7	99	6	100	4	149	11	142
<b>Genel Toplam</b>	<b>13,613</b>	<b>3,013</b>	<b>6,290</b>	<b>10,336</b>	<b>15,021</b>	<b>4,235</b>	<b>5,817</b>	<b>13,439</b>	<b>16,665</b>	<b>4,758</b>	<b>6,206</b>	<b>15,217</b>	<b>18,568</b>	<b>6,144</b>	<b>6,992</b>	<b>16,646</b>

**REKABET *Dergisi***

## REKABET Dergisi

Yukarıda yer verilen tabloya göre, ürün bazında üretimin tüketimi karşılama oranlarına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo-4: Türkiye Çelik Üretiminde Ürünlere Göre Üretimin Tüketimi Karşılama Oranı

Ürünler	2001	2002	2003	2004
Teneke ve Krom Kaplı	0.50	0.62	0.75	0.76
Galvanizli	0.58	0.67	0.63	0.89
Soğuk Sac	1.01	0.70	0.65	0.66
Sıcak Sac	0.59	0.50	0.44	0.50
Levha	0.28	0.18	0.20	0.12
Diğer	0.52	0.46	0.57	0.57
<b>Toplam Yassı Çelik</b>	<b>0.66</b>	<b>0.55</b>	<b>0.51</b>	<b>0.58</b>
Çubuk, Tel, Filmaşın	1.88	1.61	1.60	-
Profil	1.59	1.26	1.32	-
Demiryolu Malz.	0.00	0.00	0.00	-
Vasıflı Çelik	1.44	1.79	1.85	0.43
<b>Toplam Uzun Çelik</b>	<b>1.83</b>	<b>1.58</b>	<b>1.58</b>	<b>1.61</b>
Dikişsiz Boru	0.12	0.08	0.07	0.02
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.32</b>	<b>1.12</b>	<b>1.10</b>	<b>1.11</b>

Görüldüğü üzere, yurt içi yassı çelik üretimi, tüketimin ancak yarısını karşılayabilecek seviyededir. Uzun çelik ürünlerinde ise tam tersi bir durum söz konusudur. Yurt içi uzun demir çelik ürünlerinin yarısı talep yetersizliği nedeniyle ihraç edilmektedir. Dikişsiz borularda ise talebin oldukça altında bir üretim söz konusudur.

Yassı çelik ürünlerinin ithalatının ürünlere göre dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

## REKABET Dergisi

Tablo-5: Türkiye 2004 yılı Yassı Çelik İthalatının Ürünlere Göre Dağılımı

Ürünler	Pay (%)
Teneke/Krom Kaplı Sac	2.3
Galvanizli Sac	8.0
Soğuk Sac	25.4
Sıcak Sac	54.8
Levha	6.6
Diğer	2.9
TOPLAM	100.0

Ürün bazında bakıldığında en fazla ithalatın, sıcak ve soğuk hadde ürünlerinde olduğu görülmüştür. 2003 yılında AB ülkelerinden yapılan yassı çelik ürün ithalatı toplam ithalatın yaklaşık %10'unu, BDT (Rusya ve Ukrayna) ülkelerinden yapılan ithalat %25'ini ve diğer ülkelerden yapılan ithalat ise %20'sini meydana getirmektedir.

Aşağıdaki tabloda yassı çelik ürünlerinin kullanım yerlerine göre dağılımına yer verilmiştir:

Tablo-6: Yurtiçi Yassı Çelik Ürünleri Satışlarının Kullanım Yerlerine Göre Dağılımı

Ürün Çeşidi	2003		2004	
	Miktar (ton)	Pay (%)	Miktar (ton)	Pay (%)
Makine imalatı	36,675	1.29	38,789	1.29
Boru ve profil imalatı	651,285	22.90	570,863	18.99
Ambalaj malzemeleri imalatı	82,450	2.90	205,471	6.83
Gemi ve konteyner yapımı	8,767	0.31	112,303	0.41
Ev ve büro eşyaları imalatı	91,068	3.20	238,69	7.92
Isı gereçleri imalatı	129,204	4.54	195,217	6.49
Otomotiv ve yan sanayi	188,950	6.64	526,250	17.51
Elektrik makine ve aletleri imalatı	24,492	0.86	40,596	1.35
Tarım araçları imalatı	33,308	1.17	29,387	0.98
İkincil üreticiler	342,436	12.04	512,806	17.6
Çelik servis merkezleri ve tüccarlar	1,255,321	44.15	636,507	21.17
Toplam	2,843,956	100.00	3,006,258	100

## **REKABET Dergisi**

Yukarıda da ifade edildiği üzere, Türkiye'de tek yassı çelik üreticisi Erdemir'dir. Bu sektörde faaliyet gösteren ikinci kuruluş, Erdemir'den veya ithalat yoluyla aldığı sıcak sacı alıp soğuk haddeleyerek, soğuk hadde ürünleri üreten Borusan Holding A.Ş.'ye bağlı olan Borçelik Çelik San. ve Tic. A.Ş.'dir (Borçelik). 1994 yılında kurulmuş olan Borçelik'in üretim kapasitesi 415,000 ton/yıldır. Hissenin %39'u Borusan'a, %12 International Finance Corporation'a, %40'ı Arcelor'a ve %9'u da Erdemir'e aittir. Tezcan Galvanizli Yapı Elemanları San. Tic. A.Ş. ise soğuk sac üretim kapasitesi 700.000 ton/yıl olan bir tesis kurmuş olup, deneme üretimi yapmakta ve üretime 2006 yılında geçecektir.

### **H.2. İlgili Pazarlar**

#### **H.2.1. İlgili Ürün Pazarları**

Çelik ürünlerini uzun ürünler, yassı ürünler ve vasıflı (kaliteli) ürünler olmak üzere, temelde üç gruba ayırmak mümkündür. Uzun ürünler, genelde inşaat ve yapı sektörleri tarafından tüketilirken; yassı ürünler, özellikle otomotiv, beyaz eşya, gemi yapımı ve ambalaj sektörlerinin girdisi durumundadır. Vasıflı çelik ise uzun ürünlerin bir alt sınıfı olarak değerlendirilebilmekle birlikte; kalitesi, kullanım amaçları ve üretim süreci bakımından uzun ve yassı ürünlerden ayrılmaktadır. Nitekim vasıflı çelik üretimi için gerekli olan teknik, teknolojik donanım ve know-how uzun ve yassı mamul üretimi için gerekli olandan bir hayli farklıdır. Vasıflı çeliğin kullanım alanları, ürünlerin kalite hatalarının ciddi sonuçlar doğurabileceği ve hassas parçalar kullanımını gerektiren, otomotiv sanayi, otomotiv yan sanayi, makine imalat sanayi, harp araç ve gereçleri sanayi, tarım araçları sanayi gibi sektörlerdir.

##### **H.2.1.1. Yassı Demir Çelik Ürünleri**

Yassı ürünler, demir cevheri veya hurdadan üretilen sıvı çeliğin kalıplara dökülmesi sonucu elde edilen ürünlerin (slab) haddehanelerde haddelenmesi ile üretilmektedir. Yassı hadde ürünleri ve kullanım alanları şu şekildedir:

**Kalın Levhalar:** Slabın, sürekli döküm yöntemiyle katılaştırılması sonucu meydana gelen, dikdörtgen kesitli yan ürünün, sıcak haddehanede, sıcak olarak haddelenmesi ile elde edilen ve kalınlıkları 12,00–50,00 mm aralığında değişen levha şeklindeki yassı çeliklerdir. Genel konstrüksiyon, gemi, basınçlı kap üretimi, tarım aletleri, otomotiv endüstrisi ve çeşitli boru imalatında kullanılmaktadır.

**Sıcak Haddelenmiş Rulo Saclar:** Slabın, sürekli döküm yöntemiyle katılaştırılması sonucu meydana gelen, dikdörtgen kesitli yan ürünün, sıcak haddehanede, sıcak olarak haddelenmesi ile elde edilen ve kalınlıkları 1,50–20,00 mm aralığında değişen rulo şeklinde sarılmış saclardır. Genel konstrüksiyon ve

## REKABET Dergisi

otomotiv endüstrisi ile gemi, basınçlı kap, tarım araçları, boru ve LPG tüpü imalatında kullanılmaktadır.

**Soğuk Haddelenmiş Rulo Saclar:** Sıcak haddelenmiş yassı çeliklerin soğuk haddehanede soğuk haddelenmesi sonucunda elde edilen ve kalınlıkları 0,30–2,00 mm aralığında değişen rulo şeklinde sarılmış saclardır. Dayanıklı ev aletleri, büro, mefruşat ve mutfak eşyaları üretimi ile, genel konstrüksiyon ve otomotiv endüstrisinde kullanılmaktadır.

**Galvanizli Rulo Saclar:** Soğuk veya sıcak haddelenmiş yassı çeliklerin sıcak daldırma veya elektroliz yöntemiyle çeşitli ağırlıklarda çinko kaplanması ile üretilen ve kalınlıkları 0,30-2,00 mm aralığında değişen rulo şeklinde sarılmış saclardır. İnşaat, konstrüksiyon, elektrikli ev aletleri vb. genel kullanım amaçlı ürünlerin yanı sıra beyaz eşya ve otomotiv endüstrisinde kullanılmaktadır.

**Kalay/Krom Kaplı Rulo Saclar:** Soğuk haddelenmiş yassı çeliğin elektroliz yöntemiyle çeşitli kalınlıklarda kalay veya krom kaplanması ile üretilen ve kalınlıkları 0,20–0,60 mm aralığında değişen rulo şeklinde sarılmış saclardır. Konserve, salça, yağ, peynir, meşrubat, boya, kimyasal ve aerosol kutuları, meşrubat ve kavanoz kapakları, oyuncak ve kırtasiye gereçleri gibi birçok endüstriyel ürünün imalatında kullanılmaktadır.

**Yan Ürünler:** Kok fabrikalarında metalurjik kok ve kok tozu üretimi esnasında proses gereği açığa çıkan, benzol, saf benzol, toluol, ksilol, ham katran ve amonyum sülfat (suni gübre) ile demir sülfat, granüle yüksek fırın curufu, pik gibi ürünlerdir. Bu ürünler boya, kimya ve çimento sanayinde ham madde olarak kullanılmaktadır.

### H.2.1.2. Uzun Demir Çelik Ürünleri

Demir cevheri veya hurdadan üretilen sıvı çelik, kalıplara dökülerek ingot, blum ve kütük ara ürünleri elde edilmektedir. Bu ara ürünler haddehanelerde haddelenerek uzun ürünler elde edilmektedir. Uzun ürün üretiminde kullanılan temel ara ürünler şunlardır:

**İngot:** Sıvı çeliğin ingot denilen kalıplara dökülmesi ile elde edilen külçe çeliktir.

**Blum:** Sıvı çeliğin 260-260 mm., 260-335 mm., 265-340 mm. kesitlerindeki kalıplara dökülerek, aynı kesit ebatlarında ve 6-10 m. arasında uzunluklarda elde edilen ara ürünlerdir. Blumlar, nihai ürün olan ağır profiller, büyük kesitli çubuklar, demiryolu rayları ve çelik çekme borularının girdisi olduğu gibi, kendisi de bir ara ürün olan kütüklerin de ana girdisidir.

## **REKABET Dergisi**

**Kütük:** Blumların merdanelerde haddelenmesi veya sıvı çeliğin doğrudan kütük kalıplarına dökülmesiyle elde edilen, 80-80 mm., 90-90 mm., 100-100 mm., 110-110 mm., 115-115 mm., 120-120 mm., 130-130 mm. kesitlerinde ve 80-80 mm.'lerde 12-14 m., diğerlerinde ise 12-18 m. uzunluğundaki ara ürünlerdir.

Uzun demir çelik nihai ürünleri şunlardır:

**Orta ve Ağır Profiller:** Yüksekliği 80 mm. ve üstünde olan I, U, H v.b. kesitli profiller, uzun kenarı 80 mm. ve üstünde olan eşit kenar ve çeşitkenar köşebentler ve yüksekliği 100 mm. ve üstünde olan maden direği profilleri ve benzerleridir.

**Kalın Kesitli Çubuklar:** Çapları 60 mm. ve üstünde olan yuvarlak kesitler, genişliği 120 mm. ve üstünde olan lamalar, köşe radyusları 50 mm.'nin altındaki ve bir kenarı 60 mm.'nin üstünde olan dikdörtgen veya kare kesitli ürünlerdir.

**Demiryolu Malzemeleri:** Her türlü raylar, traversler, cebire ve setlerdir.

**Filmaşın (Kangal):** 5.5 ila 16 mm. çaplarında değişen kalınlıklarda üretilen filmaşınlar, tel, tel kafes, tel hasır kaynaklı ızgara, çivi ve elektrot üretiminde kullanılmaktadır.

**Düz Yuvarlak Beton Çeliği:** 12 ila 32 mm. çaplarında değişen kalınlıklarda üretilen bu çubukların boyları talebe göre 6 ila 15 m. arasında kesilmektedir.

**Nervürlü Beton Çeliği:** 6 ila 32 mm. çaplarında değişen kalınlıklarda üretilen nervürlü beton çeliğinin 6, 8 ve 10 mm. çapında olanları, kangal gibi 1000 kg. olarak sarılıp satılmakta, 10 mm.'den daha büyük çaplı olanlar ise alıcı talebine göre 6 ila 15 metre arasında kesilmektedir. Üzeri sarmal şeklinde olan nervürlü beton çeliğinin düz, yuvarlak beton çelikten farkı, daha sağlam ve dayanıklı olmasıdır.

Yukarıdaki açıklamalar ışığında Erdemir'in faaliyet gösterdiği "uzun demir çelik ürünleri" ve "yassı demir çelik ürünleri" pazarları ilgili ürün pazarları olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte, yassı demir çelik pazarının, sıcak sac, soğuk sac, galvanizli sac, kalay/krom kaplı sac, uzun demir çelik ürünlerinin ise kütük, inşaat çubuğu ve filmaşın olmak üzere alt pazarları bulunmaktadır.

### **H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar**

Demir çelik pazarında nakliye masrafları önemli bir maliyet kalemi olmakla birlikte Erdemir ve İsdemir'in faaliyet gösterdiği bölgeler dikkate alınarak, ilgili coğrafi pazar, Türkiye Cumhuriyeti olarak belirlenmiştir.

### **H.3. Erdemir Hakkında Genel Bilgiler**

## REKABET Dergisi

Erdemir, Türkiye'nin ithalat yoluyla karşılanan yassı demir çelik ihtiyacını yurt içinden karşılamak üzere, özel teşebbüs statüsünde bir şirket olarak 28.2.1960 tarih ve 7462 sayılı Kanunla kurulmuştur.

Yönetim kurulu Recai Berber, Hasan Köktaş, Fadıl Demirel, Raif Yetim, Mehmet Bulut, Ahmet Erkan, Metin Aslan, Tuncay Karartı, Ali Sedat Kara'dan oluşan şirketin ortaklık yapısını gösteren tablo aşağıdaki gibidir:

Tablo-7: Erdemir'in Ortaklık Yapısı

Ortaklar	Hisse Oranı (%)
Özelleştirme İdaresi Başkanlığı	46,12
Türkiye Kalkınma Bankası	3,81
ERDEMİR Portföyü	2,90
ERDEMİR Vakfı	0,90
Diğer (İMKB)	46,27

Yukarıdaki tablodan her ne kadar ÖİB'nin çoğunluk hissesine sahip olmadığı görülse de, İMKB'de işlem gören hisselerin küçük paylara ayrılması ve belirli bir teşebbüsün kontrolünde yoğunlaşmaması sebebiyle, Erdemir fiilen ÖİB'nin kontrolü altındadır. Erdemir'in 27.3.2003 tarihli Olağan Genel Kurul Toplantısı Hazirun Cetveli incelendiğinde, Genel Kurul'da temsil edilen 48.855.504.940 hissenin 40.907.770.826 hissesinin ÖİB'ye ait olduğu ve ÖİB'nin mevcut nisap içindeki temsil oranının %83'ü bulduğu görülmektedir. Ayrıca, 9 kişiden oluşan Erdemir Yönetim Kurulu üyelerinin tamamı ÖİB'nin gösterdiği adaylar arasından seçilmiştir. Bu çerçevede, %46,12'lik hissenin ÖİB'ye, Erdemir'i kontrol etme imkanı verdiği anlaşılmaktadır.

### H.3.1. Erdemir'in Ürettiği Ürünler ve Sahip Olduğu Tesisler

Erdemir Türkiye'nin tek entegre yassı çelik üreticisidir. Erdemir kuruluşunda 470.000 ton olan yıllık ham çelik üretim kapasitesi, 1969-78 döneminde gerçekleştirilen yatırımlar ile 1.700.000 ton/yıl'a, 1983-87 döneminde gerçekleştirilen yatırımlarla da 2.000.000 ton/yıl seviyesine çıkarılmıştır. 1990 yılında başlatılan "Kapasite Artırma ve Modernizasyon Projesi" ile Erdemir'in ham çelik ve yassı çelik üretim kapasiteleri sırasıyla, 3.000.000 ve 3.300.000 ton/yıl düzeyine çıkarılmıştır. Erdemir'in ürettiği ürünler arasında sıcak ve soğuk haddelenmiş saclar, levha, kalay, krom ve çinko kaplamalı saclar bulunmaktadır. Bu ürünler otomotiv, beyaz eşya, boru, ambalaj basınçlı kap ve makine gibi sektörlerde hammadde olarak kullanılmaktadır.



## REKABET Dergisi

Aşağıdaki tablolarda, Erdemir'in ürün bazında üretim ve satış rakamları gösterilmiştir:

Tablo-8: Erdemir'in Ürün Bazında Üretimi (ton)

Ürünler	2000	2001	2002	2003	2004
Sıcak Maden	2,193,532	2,726,006	2,664,142	2,821,445	2.786.340
Sıvı Çelik	2,478,694	3,075,048	2,991,285	3,189,339	3.129.138
Ham Çelik (Slab Döküm)	2,388,012	2,962,255	2,887,723	3,087,978	3.031.338
Teneke	137,460	95,516	124,424	192,963	219.438
Galvanizli	-	40,959	207,465	233,916	305.967
Soğuk	1,062,489	818,510	689,289	989,548	1.127.192
Sıcak	1,878,436	1,944,931	2,074,987	2,069,866	1.909.956
Levha	51,571	55,596	48,032	48,227	53.612
<b>Toplam</b>	<b>3,129,956</b>	<b>2,955,512</b>	<b>3,144,197</b>	<b>3,534,520</b>	<b>3.616.165</b>
Yerli Üretim	2,164,677	2,570,142	2,696,057	2,836,279	2.730.829
İthal Yarı Üründen Üretim	965,279	385,370	448,140	698,241	885.335

Tablo-9: Erdemir'in Ürün Bazında Satışları (ton)

	2000	2001	2002	2003	2004
Yurtiçi	2,483,169	1,867,110	2,443,869	2,843,956	3,006,258
Teneke/Krom Kaplı	118,964	78,183	141,770	173,004	196,170
Galvanizli	-	21,770	187,373	186,449	377,024
Soğuk	731,336	450,080	434,394	658,280	904,344
Sıcak	1,583,636	1,274,157	1,629,483	1,782,326	1,579,114
Levha	49,233	42,920	50,849	43,897	49,606
İhracat	475,997	1,100,402	830,529	711,938	597,793
Teneke/Krom Kaplı	8,979	8,024	4,266	6,228	23,378
Galvanizli	-	332	11,972	29,492	48,240
Soğuk	289,793	397,075	311,183	310,197	190,539
Sıcak	177,225	686,301	500,914	364,114	335,656
Levha	-	8,670	2,194	1,907	-
<b>Toplam</b>	<b>2,959,166</b>	<b>2,967,528</b>	<b>3,274,402</b>	<b>3,555,939</b>	<b>3,604,051</b>
Teneke/Krom Kaplı	127,943	86,207	146,040	179,232	219,548
Galvanizli	-	22,108	199,345	215,941	325,264
Soğuk	1,021,129	847,162	745,577	968,522	1,094,883
Sıcak	1,760,861	1,960,458	2,130,397	2,146,440	1,914,750
Levha	49,233	51,593	53,043	45,804	49,606

Aşağıdaki tabloda, Erdemir'in sahip olduğu tesisler ve bu tesislerin kapasiteleri gösterilmiştir:

Tablo-10: Erdemir Tesisleri ve Kapasiteleri

## REKABET Dergisi

Tesis	Kapasitesi (ton)
Kok Fabrikası (3 Batarya-159 Fırın)	1,100,000
Sinter Fabrikası	2,000,000
2 Adet Kireç Fabrikası	900,000
2 Adet Yüksek Fırın	2,700,000
Çelikhane	3,000,000
4 Adet Sürekli Döküm Tesisleri	3,000,000
Sıcak Haddehane Tesisleri	3,500,000
Soğuk Haddehane Tesisleri	2,000,000
Kalay ve Krom Kaplama Hattı	250,000
Galvanizleme Hattı	250,000

### H.3.2. Erdemir Liman Tesisleri

Ereğli'de Erdemir'in liman tesisleri bulunmaktadır. Liman tesisleri, 1964 yılında, Erdemir'in üretimde kullandığı cevher, kömür, kireç taşı vb. hammaddelerin deniz yolu ile getirilmesi ve ürünlerin sevk edilmesi amacıyla hizmete açılmış ve yeni yatırımlarla genişletilmiştir. Liman, Erdemir'in hammadde, yarı mamul vs. gibi üretimi için gerekli malzemelerin tamamına yakını ile mamullerinin %35'inin deniz yolu ile sevk edilmesini sağlamaktadır. Söz konusu liman ayrıca, diğer sanayi ve ticari kuruluşlara da hizmet vermektedir.

### H.3.3. Erdemir'in Bağlı Ortaklıkları ve İştirakleri

Aşağıdaki tabloda, Erdemir'in sermayesinin %10'undan fazlasına sahip olduğu bağlı ortaklıkları ve iştirakleri ile söz konusu şirketlerin faaliyet alanları gösterilmiştir:

Tablo-11: Erdemir'in Bağlı Ortaklıkları ve İştirakleri

Şirket İsmi	Faaliyet Alanı	İştirak Oranı (%)
Çelbor Çelik Çekme Boru Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Demir ve çelik	100,0
Erdemir Müh. Yön. ve Dan. Hiz. A.Ş.	Yönetim ve danışmanlık	100,0
Erdemir Çelik Servis Merkezi San. ve Tic. A.Ş.	Demir ve çelik	100,0
Erdemir Romania S.R.L.	Demir ve çelik	100,0
İskenderun Demir ve Çelik A.Ş.	Demir ve çelik	90,9
Divriği Hekimhan Madenleri San. ve Tic. A.Ş.	Demir cevherinin çıkarılması, işlenmesi ve satışı	100,0
Sollac Ambalaj Çeliği San. ve Tic. A.Ş.	Ambalaj çeliği	25,0

## **REKABET Dergisi**

**İskenderun Demir ve Çelik A.Ş. (İsdemir):** İsdemir, Türkiye'nin üçüncü entegre tesisi olarak İskenderun'a 20 km mesafede bulunan Payas'ta kurulmuştur. Tesisin temeli 1970 yılında atılmış ve 1975 yılında işletmeye geçmiştir. İlk kuruluş kapasitesi 1.1 milyon ton/yıl blum'dur. 1984 yılında tesisin kapasitesi 2.2 milyon ton/yıl blum'a çıkarılmıştır.

İsdemir'in 610 trilyon TL. olan sermayesini temsil eden hisselerin tamamı, 31.1.2002 tarihinde Hisse Devir Sözleşmesi ile Özelleştirme İdaresi Başkanlığı tarafından Erdemir'e devredilmiştir. İsdemir'in Erdemir'e devriyle birlikte, 5 yıl içerisinde yapılacak yatırımlar sonucunda İsdemir'in 2.5 milyon ton/yıl yassı mamul, 2 milyon slab ve 500 bin ton kütük-kangal olmak üzere toplam 5 milyon ton üretim kapasiteli bir tesise dönüştürülmesi öngörülmektedir.

**Çelbor Çelik Çekme Boru Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Çelbor):** Çelbor Özelleştirme İdaresi Başkanlığı ile imzalanan Hisse Devir Sözleşmesi sonucu 31.5.2002 tarihinde Erdemir bünyesine katılmıştır. Çelbor'un ürettiği dikişsiz çelik borular, buhar kazanları, petrokimya tesisleri, silah sanayi, hidrolik sistemler gibi alanlarda kullanılmaktadır.

**Erdemir Müh. Yön. ve Dan. Hiz. A.Ş. (Erenco):** Erenco, demir çelik başta olmak üzere diğer sanayi sektörlerine de mühendislik, müşavirlik, yönetim ve danışmanlık hizmetleri vermek amacıyla, 16.8.2001 tarihinde kurulmuştur. Erenco, yurt içi projelerin yanı sıra yabancı firmalardan gelen işbirliği tekliflerini de değerlendirmektedir.

**Erdemir Çelik Servis Merkezi San. ve Tic. A.Ş. :** Erdemir Çelik Servis Merkezi San. ve Tic. A.Ş. yassı çelik ürün kullanıcıların çeşitlenen ve özel ürünlerde yoğunlaşan taleplerini karşılayabilmek üzere 2.10.2001 tarihinde kurulmuştur. Şirket, özellikle beyaz eşya, otomotiv ve makine imalat sektörlerinin ihtiyacı olan özel boyutlandırılmış dekape, soğuk haddelenmiş ve galvanizlenmiş saca, esnek ve hızlı üretimle isteğe uygun olarak kenar kesme, boy kesme ve dilme işlemleri uygulamaktadır. Erdemir Çelik Servis Merkezi San. ve Tic. A.Ş. yukarıda sayılan üretim faaliyetleri yanında, Erdemir'den aldığı ürünleri işlemeden doğrudan müşteriye satış faaliyeti de sürdürmektedir.

**Erdemir Romania S.R.L. :** Erdemir Romania S.R.L., Erdemir tarafından Romanya'daki özelleştirme olanaklarından yararlanmak amacıyla kurulmuştur. Şirket özelleştirilen Laminorul De Benzi Electrotechnice (LBE) tesisini satın almıştır. Bu tesiste motor ve transformatör sanayinin ana girdilerinden olan silisyumlu yassı çelik üretilmektedir. Tesis, Türkiye ve Romanya'daki talebi karşıladığı gibi üçüncü ülkelere de ihracat yapmaktadır.

## REKABET Dergisi

**Sollac Ambalaj Çeliği San. ve Tic. A.Ş. (Sollac):** Sollac, Arcelor Packaging International S.A. ve Erdemir arasında 17.10.2002 tarihinde yapılan Hisse Satış Anlaşması ile kurulmuştur. Şirketin 100.000 ton/yıl kesme, dilme ve biçme kapasitesi 2003 yılında yeni bir hattın ilavesi ile 150.000 ton'a çıkarılmıştır.

**Divriği Hekimhan Madenleri San. ve Tic. A.Ş. (Divhan):** Erdemir, Divhan özelleştirme ihalesinde 28.500.000.-ABD Doları ile en yüksek teklifi vermiş ve ÖİB ile 15.4.2004 tarihinde Hisse Satış Sözleşmesi imzalayarak Divhan'ı bünyesine katmıştır. Rekabet Kurulu'nun 25.3.2004 tarih ve 04-22/27-52 sayılı kararı ile Divhan'ın blok satış yöntemiyle özelleştirilmesi işlemine izin verilmiştir.

Demir cevherinin çıkarılması, işletilmesi ve satışı ile işteğal eden Divhan, madencilik faaliyetlerini Divriği'de kendi adına kayıtlı ruhsatlarla, Hekimhan'da ise Türkiye Demir Çelik İşletmeleri adına kayıtlı ruhsatlı sahalarda redevanslarla yürütmektedir.

### H.4. Erdemir'in Pazar Gücünün Değerlendirmesi

Erdemir Türkiye'nin tek entegre yassı çelik üreticisidir. Alt pazarlardan soğuk sac üretimi pazarında Borçelik'in de üretim faaliyeti bulunmaktadır. Tezcan Galvaniz ise soğuk sac üretimine yönelik olarak 700.000 ton/yıl kapasiteli tesis kurmuş olup 2006 yılında üretime başlayacaktır.

Erdemir son dört yıldır tam kapasite ile çalışmaktadır. 2004 yılında 3.6 milyon ton yassı çelik üretim ve satışı gerçekleştiren Erdemir'in satışlarının %83'ü iç piyasadır.

Yıllara göre yassı çelik ürün gruplarında Türkiye'deki pazar paylarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo-12: Yassı Çelik Ürün Gruplarındaki Pazar Payları (%)

Ürün Grubu	Yıllar	Erdemir	Borçelik	İthalat		
				AB	BDT	Diğer
Sıcak sac	1998	44.1		6.1	43.8	6.1
	1999	50.1		3.4	28.3	18.3
	2000	39.2		4.9	37.2	18.7
	2001	39.3		5.0	39.0	16.7
	2002	39.1		8.3	36.7	15.9
	2003	38.4		10.2	28.4	23.0
Soğuk sac	1998	37.4	18.2	7.7	35.4	1.3
	1999	52.5	15.4	6.7	1.6	5.8
	2000	44.1	15.2	7.7	26.9	6.1

## REKABET Dergisi

	2001	<b>42.9</b>	18.2	7.4	25.5	6.1
	2002	<b>31.5</b>	18.6	7.8	25.8	16.2
	2003	<b>36.0</b>	16.8	7.3	23.3	16.6
Teneke ve Krom Kaplı yassı ürünler	1998	<b>36.7</b>		42.0	15.6	5.8
	1999	<b>39.6</b>		26.5	24.2	9.6
	2000	<b>51.6</b>		22.9	171	8.4
	2001	<b>44.7</b>		27.1	21.5	6.7
	2002	<b>55.6</b>		27.1	7.8	9.5
	2003	<b>65.9</b>		18.9	5.4	9.9
Toplam	1998	<b>41.6</b>	5.8	8.1	39.9	4.6
	1999	<b>50.4</b>	5.1	5.5	25.2	13.8
	2000	<b>41.2</b>	4.6	6.5	33.2	14.4
	2001	<b>40.5</b>	4.8	6.6	34.7	13.5
	2002	<b>37.9</b>	4.8	9.1	32.5	15.7
	2003	<b>38.9</b>	5.0	9.7	25.9	20.5

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, 2003 yılında sıcak haddelenmiş sacda Erdemir'in yaklaşık %40 pazar payının bulunduğu, soğuk haddelenmiş sacda ise ortalama %35-40 arasında pazar payının olduğu belirlenmiştir. 2004 yılında bu oranlar sıcak ve soğuk sacda ortalama %41 olarak gerçekleşmiştir. Erdemir'in teneke ve krom kaplı ürünlerde ise 2003 yılına kadar pazar payının gittikçe arttığı gözlenmektedir. Söz konusu ürünlerde 1998'de %36.7 olan pazar payı 2003 yılı itibarıyla %65.9'a ulaşmıştır. Ancak bu oran 2004 yılında %36'ya düşmüştür. Gümrük Birliğinden dolayı AB ile Türkiye arasında herhangi bir gümrük vergisi uygulanmaması nedeniyle teneke ve krom kaplı ürünlerde AB ülkeleri en önemli rekabet unsuru olarak görülmektedir.

Bu bilgiler çerçevesinde yassı ürünlerde genel olarak Erdemir'in yaklaşık %36-41 arasında değişen bir pazar payının bulunduğu görülmektedir. Toplam yassı ürünlerde BDT ülkeleri ve diğer ülkeler önemli bir rekabet baskısı oluşturmaktadır. Yassı ürünlerde özellikle diğer ülkelerin son altı yılda gittikçe artan bir pazar payı söz konusudur. 1998'de %5 olan diğer ülkelerin pazar payı 2003'te %20'yi aşmıştır. Nitekim 1998'de söz konusu ülkelere yapılan toplam ithalat 334 bin tondan 2003 yılı sonunda 1.5 milyon tona (Erdemir'in toplam üretiminin yaklaşık %43'ü) çıkmıştır.

Türkiye'nin tek entegre yassı çelik üreticisi olan Erdemir, yassı demir çelik ürünlerinde ortalama %40 gibi görece yüksek bir pazar payına sahip olmasına rağmen, hakim durum analizlerinde pazar payı her zaman tek başına yeterli ve belirleyici bir veri olarak kullanılmamaktadır. Bu bakımdan, pazar payı kriteri yanında sektördeki yurt içi ve yurt dışı rekabet koşulları, ithalat imkanları,

## REKABET Dergisi

pazara giriş imkanları, alıcıların gücü, pazardaki rakip teşebbüslerin mevcut ve potansiyel rekabet güçleri de hakim durum değerlendirmesinde göz önünde bulundurulması gereken hususlardır.

### H.4.1. Uluslararası Rekabette Erdemir'in Yeri

Yassı demir çelik ürünleri, büyük ölçüde uluslararası ticarete konu ürünlerdir. Sektörde küresel ölçekte faaliyet gösteren büyük teşebbüsler bulunmaktadır. Ülkemize de satışları olan Arcelor (Lüksemburg), LNM (İngiltere), Nippon Steel (Japonya), Corus (İngiltere) gibi şirketler, küresel ölçekte faaliyet göstermekte ve yıllık ortalama 30 milyon ton üretimleri olan dev şirketlerdir. Dünya yassı çelik üretimi yaklaşık 654 milyon tondur ve Erdemir ortalama 3.5 milyon ton/yıl üretimle dünya yassı demir çelik pazarında yaklaşık binde 5 pazar payına sahiptir. Sektörün bu yapısı; yani yassı demir çelik ürünlerin büyük ölçüde uluslararası ticarete konu olması, pazarda dünya çapında faaliyet gösteren birçok teşebbüsün bulunması ve Erdemir'in de küresel düzeyde çok küçük bir oyuncu olması noktaları dikkate alındığında, Erdemir'in sektörün tamamına sahip olmasının zor olduğu anlaşılmaktadır.

### H.4.2. İthalat İmkânları

Türkiye'de yassı çelik ürünlerinde ortalama %50 tüketim fazlası bulunmaktadır. Başka bir deyişle yurt içi yassı çelik üretimi tüketimin ancak yarısını karşılayabilecek seviyededir. Bu durum sektörde ithalatın önemini artırmaktadır. Genel olarak ithalatın önünde fiili veya hukuki bir engel bulunmamakla birlikte, bazı ülkelere zaman zaman gümrük vergileri veya kotaları konulmaktadır. Buna göre AB, EFTA<sup>125</sup> ve STA<sup>126</sup> ülkeleri dışında (bu ülkelere gümrük vergisi uygulanmamaktadır) diğer ülkelerden yapılacak ithalatlara yönelik gümrük vergisi oranlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo-13: Diğer Ülkelerden Yapılacak İthalata Yönelik Gümrük Vergisi Oranı (%)

Yassı Ürünler	31.12.2003	12.3.2004
Sıcak Haddelenmiş Yassı Çelik	11	5
Soğuk Haddelenmiş Yassı Çelik	13	6
Teneke/TFS	14	14

<sup>125</sup> İsviçre, Avusturya, İsveç, Norveç, Finlandiya, İzlanda, Lihtenştayn

<sup>126</sup> Romanya, İsrail, Litvanya, Etonya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Bulgaristan, Slovenya, Letonya, Makedonya, Hırvatistan, Bosna-Hersek, Polonya.

## REKABET Dergisi

Galvanizli Yassı Çelik	14	14
------------------------	----	----

Gümrük vergisi uygulanmayan AB ülkeleri, yurt içinde yaklaşık %10 pazar payına sahip olmalarına karşılık, gümrük vergilerinin uygulandığı BDT (Rusya ve Ukrayna) ve diğer ülkeler yurt içinde sırasıyla ortalama %25 ve %20 pazar paylarına sahiptirler. Sektördeki ithalat miktarlarının bu kadar yüksek olması, Erdemir'in pazar gücü üzerinde önemli bir rekabetçi baskı meydana getirmektedir. Öte yandan, sektörde faaliyet gösteren yassı çelik kullanıcısı teşebbüsler, ithalatın önemli bir temin kaynağı olduğunu ve kolaylıkla yapılabildiğini ifade etmiştir.

### H.4.3. Pazara Giriş Engelleri ve Pazardaki Rakip Teşebbüslerin Mevcut ve Potansiyel Rekabet Güçleri

Erdemir gibi entegre bir tesisin kurulması maliyet, teknik bilgi ve yatırım süresi bakımından oldukça zordur. İki milyon ton/yıl kapasiteli entegre bir tesis kurmanın maliyeti liman ve arazi hariç olmak üzere 2,5 milyar ABD Doları civarında olduğu tahmin edilmektedir. Yatırım maliyetlerin bu kadar yüksek olması pazara yeni girişler önünde önemli bir engel meydana getirmektedir. Ancak, sektörün küresel yapısı ve ithalat imkânlarının geniş olması, bu olumsuzluğu bertaraf edecek güçtedir. Öte yandan yassı demir üretiminde Erdemir Türkiye'de tek üretici olmasına karşılık, yassı demir çelik ürünlerin alt pazarlarını oluşturan soğuk haddelenmiş sac ve galvanizli ürünlerde faaliyet gösteren teşebbüsler bulunmaktadır. Borçelik soğuk sacda yaklaşık %(...-...), galvanizli ürünlerde %(...-...) pazar payına sahiptir. Tezcan Galvanizli Yapı Elemanları San. ve Tic. A.Ş. ise galvanizli ürünlerde yaklaşık %(...-...) pazar payına sahiptir ve yıllık kapasitesi (.....) ton olan soğuk hadde tesisini 2006 yılında faaliyete geçirmeyi planlamaktadır. Assan Galvaniz San. ve Tic. A.Ş.'de galvanizli ürünlerde ortalama %(...) pazar payına sahiptir.

### H.4.4. Alıcıların Gücü

Erdemir'in üretim ve satışını yaptığı ürünler geniş bir yelpazede değişik sektörlere hitap etmektedir. Bu sektörler 11 ana başlık altında değerlendirilmektedir. Bu sektörler içinde %21.17'lik payı çelik servis merkezleri ve tüccarlar, %18.99'luk payı boru ve profil imalat sektörü almaktadır. Otomotiv ve yan sanayi sektörü ise %17.51 paya sahiptir. Diğer sektörlerin payı ise %0.41 ile %17.06 arasında değişmektedir. Yassı çelik kullanıcılarıyla yapılan görüşmelerde; bu şirketlerin küresel düzeyde faaliyet gösteren, alım gücü yüksek, uluslararası bağlantı yapabilecek teşebbüsler olduğu tespit edilmiştir. Alıcıların bu niteliği, alıcılara arz kaynaklarını süratle değiştirme ve alternatif arz kaynaklarına

## REKABET Dergisi

kolaylıkla ulaşabilme imkanı vermektedir. Bu durum yine Erdemir üzerinde önemli rekabetçi baskılar meydana getirmektedir.

### H.5. Teşebbüsler Bakımından Değerlendirme

#### H.5.1. Ordu Yardımlaşma Kurumu

##### H.5.1.1. Ordu Yardımlaşma Kurumu Hakkında Genel Bilgiler

1 Mart 1961 tarihinde 205 sayılı Yasa ile kurulmuş olan Ordu Yardımlaşma Kurumu (OYAK), özel hukuk hükümlerine bağlı, ağırlıklı TSK mensuplarından oluşan üyelerinin yardımlaşma ve emeklilik fonudur. OYAK'ın 2004 yılı sonu itibarıyla genel olarak finans, çimento, otomotiv, gıda, kimya ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren toplam 45 iştirak ve bağlı ortaklığı bulunmaktadır. OYAK'ın Yönetim kurulu E. Korg. Yıldırım Türker, J. Tümğ. Mustafa Bıyık, Tuğa. Mehmet Ali Çınar, E. Hak. Tuğg. Ahmet Taner Candemir, Tuğg. Kamil Başoğlu, Prof. Dr.Necdet Serin, Lütfi Fikret Tuncel, Şerif Coşkun Ulusoy'dan oluşmaktadır

OYAK Grubu, bu dosya kapsamında ilgili ürün pazarı ya da etkilenen pazar olarak tanımlanan herhangi bir iş kolunda faaliyet göstermemektedir.

##### H.5.1.2. Ordu Yardımlaşma Kurumu'nun Değerlendirilmesi

OYAK Grubu içinde yer alan teşebbüslerin faaliyet alanları (finans, sanayi ve hizmet) göz önüne alındığında, OYAK'ın Erdemir'in faaliyet gösterdiği ilgili ürün pazarlarında ne üretici ne de satıcı olarak herhangi bir faaliyetinin bulunmadığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte OYAK Grubuna bağlı teşebbüsler, bazen Erdemir'den bazen de diğer tedarikçilerden ilgili ürün pazarını meydana getiren demir çelik ürünleri satın almakta ve kullanmaktadırlar. Aşağıda OYAK'ın bağlı ortaklık ve iştiraklerinin Erdemir ve diğer teşebbüslerden ilgili ürün pazarında yer alan ürünlerle ilgili olarak son 5 yılda gerçekleştirdikleri alımlara ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

**Oyak-Renault Otomobil Fabrikaları A.Ş.:** Erdemir Grubu'ndan son 5 yılda alım gerçekleştirmemiştir. Erdemir Grubu dışındaki diğer teşebbüslerden son 5 yılda gerçekleştirilen alım miktarı aşağıdadır<sup>127</sup>:

Tablo-14: Oyak-Renault'nun Sac Alım Miktarları

Yıllar	Alım (ton)
2001	(.....)

<sup>127</sup> Soğuk, sıcak ve galvanizli sac.



## REKABET Dergisi

2002	(.....)
2003	(.....)
2004	(.....)
2005	(.....)

Yukarıda belirtilen miktarların tamamı yurt dışından (ağırlıklı olarak Arcelor ve Thyssen) temin edilmiştir.

**Tam Gıda San. ve Tic. A.Ş.:** Erdemir Grubu'ndan son 5 yılda gerçekleştirilen alım miktarı (.....) tondur. Erdemir Grubu dışındaki diğer teşebbüslerden son 5 yılda gerçekleştirilen alım miktarı (...) tondur.

Yukarıdaki tespitlerden hareketle, OYAK'ın Erdemir'in faaliyet gösterdiği ilgili ürün pazarlarında ne üretici ne de satıcı olarak herhangi bir faaliyetinin bulunmaması nedeniyle, OYAK'ın Erdemir'i devralması durumunda ilgili ürün pazarlarında bir hakim durum yaratılması veya mevcut bir hakim durumun güçlendirilmesi veya böylece rekabetin olumsuz yönde etkilenmeyeceği öngörülmüştür. Öte yandan, OYAK'ın Erdemir müşterisi olarak aldığı ürün miktarlarının son derece düşük olması nedeniyle, (Tam Gıda'nın son 5 yılda gerçekleştirdiği (.....) tonluk alımı dışında, OYAK grubu içinde yer alan teşebbüsler tarafından Erdemir'den alım yapılmamıştır.) söz konusu devir sonrasında ilgili ürün pazarlarında dikey entegrasyondan kaynaklanan herhangi rekabet sınırlamasının meydana gelmeyeceği anlaşılmaktadır.

Netice olarak, OYAK'ın Erdemir'i devralması durumunda, ilgili ürün pazarlarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir hakim durumun yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin olumsuz yönde etkilenmesi sonucu ortaya çıkmayacaktır.

### H.5.2. Ereğli Ortak Girişim Grubu

Ereğli Ortak Girişim Grubu (EOGG), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Ankara Ticaret Odası, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası ile 9 teşebbüs tarafından, Ereğli Demir Çelik Fabrikaları T.A.Ş.'nin özelleştirilmesine ilişkin ihaleye müşterek teklif vermek üzere oluşturulmuş bir ortak girişim grubudur. EOGG üyelerinin tamamı aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo-15: EOGG Üyeleri

Unvan	Gruptaki Payı %
Kibar Holding A.Ş.	30.0
Diler Holding A.Ş.	6.4
Tezcan Galvanizli Yapı Elemanları Sanayi ve Ticaret A.Ş.	6.4

## REKABET Dergisi

Turkon Holding A.Ş.	6.4
Borusan Holding A.Ş.	6.4
Yıldırım Dış Ticaret ve Pazarlama A.Ş.	6.4
İçdaş Çelik Enerji Tersane ve Ulaşım Sanayi A.Ş.	6.4
Tosçelik Profil ve Sac End. A.Ş.	6.4
Fiba Holding A.Ş.	6.4
Ankara Ticaret Odası	6.4
Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	6.4
Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği	6.4

### H.5.2.1. Taraflar Hakkında Genel Bilgiler

#### H.5.2.1.1. Kibar Holding A.Ş.

Kibar Holding A.Ş. (Kibar Holding) bünyesinde bulunan toplam 20 grup şirketiyle galvanizli sac üretimi ve pazarlaması, metal üretimi, gıda, otomotiv, ambalaj, metal-servis, taşımacılık, sigortacılık, bilişim ve dış ticaret alanlarında faaliyet göstermektedir. Yönetim kurulu Asım Kibar, Ali Kibar ve Ahmet Kibar'dan oluşan Kibar Holding, Kibar Ailesi'nin kontrolündedir.

#### H.5.2.1.2. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)

TOBB, Odalar, Borsalar ve Birlik hakkındaki 5590 sayılı Kanun'un 15 Mart 1950 tarih ve 7457 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmesi üzerine kurulmuştur. 5590 sayılı Kanun, 1 Haziran 2004 tarihinde yerini yürürlüğe giren 5174 sayılı Kanun'a bırakmıştır. Birlik halen bu Kanun ve ilgili mevzuat hükümleri doğrultusunda yönetilmektedir. TOBB, yerel düzeyde, ticaret, sanayi, ticaret ve sanayi, deniz ticaret odaları ve borsalar şeklinde oluşmuş toplam 364 üyeye özel sektörün Türkiye'de mesleki üst kuruluşu ve yasal temsilcisidir. Türkiye'deki oda ve borsalara, bütün sektörlerden çeşitli büyüklüklerde bir milyon iki yüz binin üzerinde firma kayıtlı bulunmaktadır.

TOBB'un ana amacı üyeler arasındaki iletişim platformu oluşturarak mesleki sorunların çözümüne yönelik adımlar atmaktır.

#### H.5.2.1.3. Ankara Ticaret Odası (ATO)

ATO, 5174 sayılı Türkiye Odalar Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu uyarınca Ankara ilinde kurulmuş bir meslek birliği olup anılan Kanun ve diğer ilgili mevzuat uyarınca yönetilmektedir.

## **REKABET Dergisi**

### H.5.2.1.4. Bursa Ticaret ve Sanayi Odası

BTSO, 5174 sayılı Türkiye Odalar Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu uyarınca Bursa ilinde kurulmuş bir meslek birliği olup anılan Kanun ve diğer ilgili mevzuat uyarınca yönetilmektedir.

### H.5.2.1.5. Tosçelik Profil ve Sac Endüstrisi A.Ş.

Tosçelik Profil ve Sac Endüstrisi A.Ş. (Tosçelik), İskenderun Organize Sanayi Bölgesinde kurulu olup boru, profil, galvanizli boru üretimi ve çelik servis merkezi konularında faaliyet göstermektedir. Tosçelik Holding bünyesinde bir şirket olan Tosçelik Profil ve Sac Endüstrisi A.Ş.'nin herhangi bir iştiraki ve bağlı ortaklığı bulunmamaktadır. Yönetim kurulu Fuat Tosyalı, Erol Ayhan Tosyalı ve Mehmet Fatih Tosyalı'dan oluşan Tosçelik Holding, Tosyalı Ailesi'nin kontrolündedir.

### H.5.2.1.6. Tezcan Galvanizli Yapı Elemanları San. Tic. A.Ş.

Tezcan Galvanizli Yapı Elemanları San. Tic. A.Ş. (Tezcan Galvaniz), Kocaeli Organize Sanayi Bölgesi'nde kurulu olup galvanizli sac üretimi alanında faaliyet göstermektedir. Yönetim kurulu Sönmez Tezcan, Sadettin Tezcan, Deniz Öngören ve Cahit Kilimci'den oluşan Tezcan Galvaniz, Tezcan Ailesi tarafından kontrol edilmektedir.

### H.5.2.1.7. Fiba Holding A.Ş.

1987 yılında Finansbank ile faaliyete başlayan Fiba Grubu 1989 yılında Fiba Holding A.Ş. (Fiba Holding) adını almıştır. Fiba Holding hali hazırda bankacılık, aracılık hizmetleri, portföy yönetimi, leasing, faktoring, sigortacılık, gıda perakendeciği, mağazacılık alanlarında faaliyet göstermektedir. Holding hisselerinin %97.99'u Hüsnü M.Özyeğin'e aittir. Fiba Holding Yönetim Kurulu Hüsnü M. Özyeğin, M. Ömer Aras, Mustafa Aysan, Fevzi Bozer, Mehmet Güleşçi'den oluşmaktadır.

### H.5.2.1.8. Yıldırım Dış Ticaret ve Pazarlama A.Ş.

Yıldırım Dış Ticaret ve Pazarlama A.Ş. (Yıldırım Dış Ticaret), enerji, metal ve denizcilik alanlarında faaliyet gösteren Yıldırım Grubu bünyesinde bir şirkettir. Yıldırım Dış Ticaret'in faaliyet alanı kömür, maden ve metalin yurt içi ve yurt dışı alım satımıdır. Yönetim kurulu Garip Yıldırım, Zeycan Yıldırım, Ali Rıza Yıldırım, Yüksel Yıldırım ve Mehmet Yıldırım'dan oluşan şirketin kontrolü Yıldırım Ailesi'ndedir.

## REKABET Dergisi

### H.5.2.1.9. Borusan Holding A.Ş.

Borusan Holding A.Ş. (Borusan Holding), iştirakleri vasıtasıyla yassı çelik, boru, otomotiv distribütörlüğü, inşaat makineleri distribütörlüğü, güç sistemleri, lojistik ve telekomünikasyon alanlarında faaliyet göstermektedir. Yönetim kurulu Ali Ahmet Kocabıyık, Cemil Bülent Demircioğlu, Bruno Bolfo, Rüşdü Saraçoğlu, Fatma Zeynep Hamedî, Ayşe Nükhet Özmen'den oluşan Borusan Holding'in %100 hissesi Kocabıyık Ailesi'ne aittir.

### H.5.2.1.10. İçdaş Çelik Enerji Tersane ve Ulaşım San. A.Ş.

İçdaş Çelik Enerji Tersane ve Ulaşım San. A.Ş. (İçdaş) uzun demir çelik üretimi, yurt içi ve yurt dışı kara ve deniz yolu taşımacılığı, sigorta aracılık hizmetleri, dış ticaret alanlarında faaliyet göstermektedir. Yönetim Kurulu; Tacettin Aslan, Bayram Yusuf Aslan, Şahin Yenigün, Adnan Aslan, Ayhan Aslan ve Yılmaz Aslan'dan oluşan şirketin kontrolü Aslan Ailesi'nin elindedir.

### H.5.2.1.11. Diler Holding A.Ş.

Diler Holding A.Ş. (Diler Holding), uzun demir çelik üretimi, dış ticaret, denizcilik, müteahhitlik, enerji, tekstil, bankacılık, turizm alanlarında faaliyet göstermektedir. Şirketin yönetim kurulu Recep Sami Yazıcı, Necati Özsoy, İbrahim Pektaş, Altuğ İnce, Veysel Çakır'dan oluşan Diler Holding'in sermayesinin %57.45'i Recep Sami Yazıcı'ya, %21.76'sı Yazıcı Demir Çelik temsilcisi Mehmet Suiçmez'e, %20.76'sı ise Diler Demir Çelik temsilcisi Cenk Aklan'a aittir.

### H.5.2.1.12. Turkon Holding A.Ş.

Turkon Holding A.Ş. (Turkon Holding), deniz, kara, demiryolu yük taşımacılığı, tersanecilik, turizm, su ve gıda üretimi alanlarında faaliyet göstermektedir. Yönetim kurulu Kaşif Kalkavan, Nevzat Kalkavan, Mehmet Salih Kalkavan, Metin Kalkavan'dan oluşan Turkon Holding'in kontrolü Kalkavan Ailesi'ne aittir.

### H.5.2.2. Ereğli Ortak Girişim Grubu'nun Değerlendirilmesi

1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" in "Birleşme ve Devralma Sayılan Haller" başlıklı 2. maddesinde, "Amaçlarını gerçekleştirmek üzere işgücü ve malvarlığına sahip olacak şekilde bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkan ve taraflar arasındaki veya taraflarla ortak girişim arasındaki rekabeti sınırlayıcı amacı veya etkisi olmayan ortak girişimler (joint-venture)." tanımlaması yer almaktadır.

## REKABET Dergisi

Bu tanımdan hareketle, bir ortak girişimin yoğunlaşma doğurucu nitelikte kabul edilmesi ve dolayısıyla 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında değerlendirme yapılabilmesi için aranan şartlar şu şekilde sıralanabilir:

- Ortak kontrol altında bir teşebbüsün bulunması (ortak girişim),
- Bu ortak girişimin bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkması,
- Ortak girişimin, taraflar arasındaki veya taraflarla ortak girişim arasındaki rekabeti sınırlayıcı amaç veya etkisinin olmaması.

Yukarıda yer verilen bilgiler ışığında, 12 farklı tüzel kişilik tarafından Erdemir'in özelleştirilmesi yoluyla devralınması amacıyla kurulmuş bulunan ve söz konusu başvuru ile 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izin istenen EOGG'ye ilişkin olarak, öncelikle bu ortak girişimin yoğunlaşma doğurucu bir ortak girişim olup olmadığını, başka bir deyişle 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinde ifade edilen birleşme ve devralma sayılan haller arasında izne tabi bir ortak girişim olup olmadığını tespiti gerekmektedir.

### H.5.2.2.1. EOGG'nin Niteliği

EOGG'yi oluşturan tüzel kişilere, EOGG'de sahip oldukları pay oranına ve teşebbüslerin faaliyet konularına ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo-16: EOGG üyelerinin faaliyet konuları

Ortaklar	Pay (%)	Faaliyet Konusu
Kibar Holding	30,0	Alüminyum galvanizli sac üretimi, galvanizli sac üretimi, çelik servis merkezi, teneke ambalaj üretimi, ısı gereçleri (panel) üretimi.
ATO	6,4	Ticaret odası
Borusan Holding	6,4	Soğuk sac üretimi, galvanizli sac üretimi, boru üretimi, çelik servis merkezi.
BTSO	6,4	Ticaret ve sanayi odası.
Diler Holding	6,4	Uzun demir çelik ürünleri üretimi (kütük, inşaat çubuğu).
Fiba Holding	6,4	Finansal hizmetler.
İçdaş	6,4	Uzun demir çelik ürünleri üretimi (kütük, inşaat çubuğu, filmaşın).
Tezcan Galvaniz	6,4	Soğuk sac üretimi, galvanizli sac üretimi, çelik servis merkezi.
Tosçelik	6,4	Uzun demir çelik ürünleri haddeciliği (profil), boru üretimi, çelik servis merkezi.
Turkon Holding	6,4	Denizcilik, armatörlük,
TOBB	6,4	Odalar ve borsalar birliği

Yıldırım Dış Ticaret	6,4	Kömür, maden ve metal ticareti, gübre üretimi, gemi işletmeciliği.
----------------------	-----	--

EOGG, Erdemir'in özelleştirilmesine ilişkin ihaleye katılmak amacıyla kurulmuştur. EOGG'nin lider ortağı %30'luk payla Kibar Holding'dir. Bildirim Formunda, EOGG ortaklarının işbirliğinin şu an için Erdemir özelleştirmesine katılmak ile sınırlı olduğu ve EOGG öncesinde ortaklar arasında başkaca bir ortaklık ilişkisi bulunmadığı ifade edilmektedir.

Erdemir'in, ÖİB tarafından EOGG'ye devredilmesine karar verilmesi durumunda, EOGG'nin sermayesinin en az %51'ine sahip olacağı bir anonim şirket (alıcı şirket) kurulması ve bu şirket ile ÖİB arasında bir hisse satış sözleşmesi imzalanması öngörülmektedir. Alıcı şirketin kontrol ve yönetiminin tek bir EOGG ortağına bırakılmamasının, şirket yönetiminin profesyonel yöneticiler tarafından gerçekleştirilmesinin, kontrol ve denetimin ise ortaklar arasında mümkün olan en eşit şekilde paylaşılmasının temel prensip olarak kabul edildiği ifade edilmiştir.

#### H.5.2.2.2. Ortak Girişimin Bağımsız Bir İktisadi Varlığının Olması ve Ortak Kontrolünün Sağlanması

Ortak girişimlerin yoğunlaşma doğurucu olup olmadığını gösteren kriterlerden biri, söz konusu ortak girişimin, bağımsız bir iktisadi varlığın bütün fonksiyonlarını yerine getirip getirmediğidir. Literatürde "tam işlevsel"<sup>128</sup> bir yapıya sahip olma olarak ifade edilen bu kriterin aranmasındaki temel amaç, kurulacak olan ortak girişimin kurucularından bağımsız olarak ilgili pazarda faaliyetlerini sürdürebilen ayrı bir teşebbüs olarak tanımlanabilmesini sağlamaktır. Ortak girişim, pazarda faaliyet gösteren diğer teşebbüslerin gerçekleştirdiği araştırma-geliştirme, üretim, dağıtım gibi tüm faaliyetlerde bulunabilmeli ve kendisine ait muhasebe, personel, idare ve yönetim organına sahip olmalıdır.

Bağımsız bir iktisadi varlık olmanın diğer bir şartı, ortak girişimin kendi ticari politikasının olması veya kendi iş faaliyetlerini devam ettirme ve geliştirmede kurucularından bağımsız hareket edebilmesi, yani "ekonomik bağımsızlığa" sahip olmasıdır. Ekonomik bağımsızlığın başlıca göstergelerinden birisi, ortak girişimin başlıca mal aldığı veya sattığı teşebbüslerin, kurucu teşebbüslerin faaliyetiyle bütünleşip bütünleşmediğidir. Kurucu teşebbüslerin ortak girişimle aynı pazarda veya alt/üst pazarlarda faaliyetlerine devam etmeleri durumunda, ortak girişimin kendi ticari politikasını belirleme ve izleme durumu olmayacaktır.

<sup>128</sup> Full-function.

## **REKABET Dergisi**

Ortak kontrol, ortak girişimleri diğer birleşme/devralmalardan ayıran bir özelliktir. Ortak kontrol, iki veya daha fazla ana şirketin ortak girişimin karar verme mekanizması üzerinde tek başına etkili olmaması olarak tanımlanabilir. Bu çerçevede, herhangi bir şirkette ortak kontrol olup olmadığının tespitinde bazı kriterlerin varlığı aranmalıdır. Bu kriterler, ortak girişimdeki hisselerin ana teşebbüsler arasında oransal dağılımı, hisseler arasındaki farklılıklar (altın hisse, veto hakkı, vb.), imzalanan anlaşma çerçevesinde verilen bazı özel haklar, yönetim kurulunun bazı konularda karar alma nisabı, bilançonun onaylanmasında, önemli yatırım kararlarının alınmasında, yüksek düzeyde borçlanmaların gerçekleştirilmesinde, şirketin üst düzey yöneticilerinin atanmasında ortak girişimin taraflarının oybirliğinin gerekmesi gibi hususlar olarak sayılabilir. Bu kriterlerden duruma göre bir veya birkaçının sağlanması halinde ortak kontrolün varlığı kabul edilmektedir.

Bu teorik açıklamalar ışığında, bildirim konusu EOGG'nin bağımsız bir iktisadi varlığının ve EOGG'de tüm ortakların ortak kontrolünün olup olmadığına bakıldığında bildirim formunda yer alan bilgiler ve yapılan görüşmeler çerçevesinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmaktadır.

Öncelikle, alıcı teşebbüs olarak EOGG tarafından kurulacak olan anonim şirketin henüz kurulmaması, bu başlık altında bir değerlendirme yapılmasını güçleştirmektedir. Bu anlamda, ortakların alıcı teşebbüs olan anonim şirkette tam olarak nasıl temsil edilecekleri, anonim şirketin ekonomik olarak bağımsız olup olmayacağı, tüm ortaklar tarafından ortak kontrolün sağlanıp sağlanamayacağı tam olarak belli değildir.

“Ortak Girişimin Niteliği” başlığı altında yer aldığı üzere; Erdemir'in EOGG tarafından devralınmasına karar verildiği takdirde anonim bir şirket kurulacağı, bu şirketin kontrol ve yönetiminin tek bir EOGG ortağına bırakılmayacağı, şirket yönetiminin profesyonel yöneticiler tarafından gerçekleştirileceği, kontrol ve denetimin ise ortaklar arasında mümkün olan en eşit şekilde paylaşılmasının temel prensip olarak kabul edildiği ifade edilmektedir. Buna göre ortak girişim şirketinin iktisadi bir varlığının olacağı söylenebilir. Ancak, ortak girişim şirketinin kontrol ve denetiminin ortaklar tarafından yapılacak olması, ortakların EOGG'de eşit hisseye sahip olmamaları, ortakların birçoğunun birbirleriyle ve/veya Erdemir'le aynı veya alt/üst pazarda faaliyet gösteriyor ve devirden sonra da göstermeye devam edecek olması<sup>129</sup> nedenleriyle, EOGG'nin iktisadi varlığının bağımsız olacağını ve ortak şekilde kontrol edileceğini söylemek mümkün değildir.

---

<sup>129</sup> Buna ilişkin ayrıntılar aşağıdaki başlık altında yer almaktadır.

## **REKABET Dergisi**

### **H.5.2.2.3. Ortak Girişimin Taraflar Arasındaki Rekabeti Sınırlayıcı Amaç veya Etkisinin Olmaması**

Bu koşulun sağlanabilmesi için öncelikle kurucu şirketlerin birbirleriyle veya ortak girişimle rakip olmamaları gerekmektedir. Buna göre; ortak girişimin kendisini oluşturan teşebbüslerin daha önceki faaliyetlerini devralıp devralmadığının, onların adına yeni faaliyetlere girişip girişmediğinin, şirketlerin ilgili pazarlarda veya ilgili ürün pazarının üst veya alt pazarlarında ya da komşu pazarlarda faaliyet gösterip göstermediğinin açıklığa kavuşturulması gerekmektedir.

EOGG'yi oluşturan teşebbüslerin faaliyet konularına bakıldığında, farklı pazarlarda birbirlerinin ve Erdemir'in rakibi oldukları, yerine göre Erdemir'in müşterisi oldukları görülmektedir. Özellikle soğuk sac üretimi, galvanizli sac üretimi, çelik servis merkezleri, boru üretimi, uzun demir çelik ürünleri üretimi pazarlarında çakışan faaliyetler bulunmaktadır. Söz konusu pazarlar aşağıda ayrı ayrı incelenmiştir.

#### **H.5.2.2.3.1. Soğuk Sac Üretimi Pazarı**

Ülkemizde soğuk sac üretimi yapan iki tesis bulunmaktadır: Erdemir ve Borçelik. Tezcan Galvaniz ise soğuk sac üretimine ilişkin tesis kurmuş olup deneme üretimi yapmakta ve üretime 2006 yılında geçmeyi planlamaktadır. Erdemir ve Borçelik'in 2004 yılı soğuk sac üretim miktarlarına bakıldığında yaklaşık olarak, Erdemir'in 1.100.000 ton, Borçelik'in (.....) ton ürettiği görülmektedir. Tezcan Galvaniz'in soğuk sac üretim kapasitesi olan (.....) ton da eklendiğinde Türkiye'nin soğuk sac üretiminin yıllık toplam 2.200.000 ton civarında olduğu görülmektedir. 2004 yılı yurt içi soğuk sac tüketiminin 2.200.000 ton olduğu dikkate alındığında, tüm talebin bu üç teşebbüs tarafından karşılanabileceği görülmektedir.

Borçelik (Borusan Holding dolayısıyla) ve Tezcan Galvaniz EOGG içerisinde yer almaktadır ve Erdemir'in devrinden sonra da faaliyetlerine devam edeceklerdir. Buna göre EOGG'nun soğuk sac üretimi pazarının tamamında koordinasyona neden olacağı açıktır.

#### **H.5.2.2.3.2. Galvanizli Sac Üretim Pazarı**

Ülkemizdeki galvanizli sac üreticileri Erdemir, Birlik Galvaniz (Borusan Holding'in bir iştiraki), Tezcan Galvaniz ve Assan (Kibar Holding'in bir iştiraki)'dir. Türkiye'de tüketilen galvanizin %30'u ithal edilmekte olup, geriye kalan %70'i Assan, Erdemir, Borçelik ve Tezcan Galvaniz tarafından



## **REKABET Dergisi**

paylaşılmaktadır. 2004 yılı galvanizli sac üretim miktarlarına bakıldığında, yaklaşık olarak Erdemir'in 305.000 ton, Birlik Galvaniz'in (.....) ton, Tezcan Galvaniz'in (.....) ton<sup>130</sup>, Assan'ın (.....) ton üretim yaptığı, buna göre de yurt içinde 950.000 ton galvanizli sac üretildiği görülmektedir. 2004 yılı yurt içi galvanizli sac tüketiminin 1.000.000 ton civarında olduğu dikkate alındığında, tüm talebin bu dört teşebbüs tarafından karşılanabileceği anlaşılmaktadır.

Birlik Galvaniz (Borusan Holding dolayısıyla), Tezcan Galvaniz ve Assan (Kibar Holding'in dolayısıyla) EOGG içerisinde yer almaktadır ve Erdemir'in devrinden sonra da faaliyetlerine devam edeceklerdir. Buna göre EOGG'nin galvanizli sac üretimi pazarının tamamında koordinasyona neden olacağı açıktır.

### **H.5.2.2.3.3. Çelik Servis Merkezleri**

Çelik servis merkezleri, sıcak veya soğuk sacı rulo halinde alarak, müşterilerin istediği ölçülerde kesen, dilimleyen merkezlerdir. Ayrı bir ekipman ve alan gerektirdiğinden birçok sac kullanıcısı, sacı rulo olarak kullanamamakta, ancak bu merkezlere kestirdikten veya dilimlettirdikten sonra kullanabilmektedir.

Çelik servis merkezlerinde Assan, Kerim Çelik (Borusan Holding'in bir iştiraki) ve Erdemir %(.....)'şerlik pazar payına sahiptir. Geriye kalan %40'lık pazar payı çok sayıda küçük firma tarafından paylaşılmaktadır.

Birer çelik servis merkezleri bulunan Assan, Kerim Çelik (Borusan Holding), Tezcan Galvaniz ve Tosçelik EOGG içerisinde yer almaktadır ve Erdemir'in devrinden sonra da faaliyetlerine devam edeceklerdir. Buna göre EOGG'nin çelik servis merkezleri bakımından pazarın önemli bölümünde koordinasyona neden olacağı açıktır.

### **H.5.2.2.3.4. Diğer Pazarlar**

EOGG'nin, çelik boru üretimi (Borusan ve Tosçelik), uzun demir çelik ürünleri üretimi (İçdaş, Diler-Yazıcı) gibi pazarlarda da koordinasyon etkisinin olacağı belirlenmiştir.

### **H.5.2.2.3.5. Alt/Üst Pazarlar**

Ortak girişimleri değerlendirirken, koordinasyon bakımından incelenmesi gereken bir diğer konu ortak girişimle, ortak girişimi oluşturan teşebbüslerin aynı veya alt/üst pazarlarda yer alıp almadıklarıdır. Bu açıdan bakıldığında, Borusan Holding bünyesindeki Borçelik, Birlik Galvaniz ve Kerim Çelik'in, Tezcan

---

<sup>130</sup> Tezcan Galvaniz'in (.....) ton/yıl kapasiteli ikinci galvaniz hattı yatırımı da devam etmektedir.

## REKABET Dergisi

Galvaniz'in, Assan'ın, Diler-Yazıcı'nın, İçdaş'ın ve Tosçelik'in Erdemir'le çakışan faaliyet konularının olması nedeniyle rakip oldukları görülmektedir. Bunun yanında söz konusu teşebbüslerin Erdemir'le alt/üst pazar ilişkisi de bulunmaktadır. Şöyle ki, soğuk sac üretimi bakımından Erdemir tarafından üretilip tedarik edilen sıcak sac; galvanizli sac üretimi, çelik servis merkezleri, çelik boru üretimi bakımından da sıcak ve soğuk sac birer üst pazardır.

Buna göre EOGG'nin Erdemir'i devralması durumunda, Erdemir'le EOGG'yi oluşturan teşebbüslerin bir bölümü arasındaki alt/üst pazar ilişkisi nedeniyle, EOGG ile ortak girişimi oluşturan teşebbüsler arasında koordinasyon etkisinin olacağı anlaşılmıştır.

Yukarıdaki bilgiler ışığında, söz konusu ortak girişime ilişkin başvurunun, 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinin (c) bendinde yer alan "*Amaçlarını gerçekleştirmek üzere işgücü ve malvarlığına sahip olacak şekilde bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkan ve taraflar arasındaki veya taraflarla ortak girişim arasındaki rekabeti sınırlayıcı amacı veya etkisi olmayan ortak girişimler (joint-venture)*" hükmüne uyan nitelikte bir ortak girişim ve aynı maddenin (a) ve (b) bendlerinde belirtilen nitelikte bir birleşme ve devralma olmaması nedeniyle yoğunlaşma doğurucu bir işleme ait olmadığı; bu çerçevede 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir birleşme veya devralma olarak değil, 4. madde kapsamında rekabeti sınırlayıcı bir işbirliği anlaşması olarak değerlendirilmesi gerektiği anlaşılmıştır.

Bu aşamada, bildirim formunun 6.1 maddesindeki soruya yönelik olarak ifade edilen "*Kurul tarafından devralmaya izin verilmediği takdirde yapmış olduğumuz bildirim menfi tespit başvurusu veya bireysel muafiyet bildirim olarak değerlendirilmelidir.*" talebi doğrultusunda söz konusu anlaşma menfi tespit ve muafiyet açısından da incelenmiştir.

### H.5.2.2.4. Ortak Girişimin Menfi Tespit ve Muafiyet Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Bildirim konusu ortak girişim yukarıda da izah edildiği üzere, taraflar arasında rekabeti sınırlandırıcı bir koordinasyona yol açacaktır. Bu nedenle söz konusu anlaşmaya, 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi uyarınca aynı Kanun'un 4. maddesine aykırı olmadığını gösteren bir menfi tespit belgesi verilmesi mümkün bulunmamaktadır.

Öte yandan, 4054 sayılı Kanun'un (Değişik: 02.07.2005-5388) "Muafiyet" başlıklı 5. maddesinin "*Kurul aşağıda belirtilen şartların tamamının varlığı halinde, teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve*

## **REKABET Dergisi**

*teşebbüs birlikleri kararlarının 4'üncü madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulmasına karar verebilir:*

- a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,*
- b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,*
- c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,*
- d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması.”*

şeklindeki ilk fıkrası, muafiyet koşullarının çerçevesini çizmektedir.

Bu çerçevede teşebbüsler arası bir anlaşmanın, Kanun'un 4. maddesinde yer alan hükümlerin uygulanmasından muaf tutulabilmesi için, söz konusu anlaşmanın Kanun'un 5. maddesinde belirtilen tüm şartları taşıması gerekmektedir. Başka bir deyişle, teşebbüsler arası bir anlaşma, yukarıda belirtilen şartlardan sadece birini taşımaması durumunda dahi, Kanun'un 5. maddesi kapsamında sağlanan muafiyetten yararlanamayacaktır.

EOGG'yi oluşturan teşebbüslerin bir kısmı ile Erdemir'in bazı pazarlarda çakişan faaliyetleri bulunmaktadır. Tarafların faaliyetlerinin çakiştiği pazarlar, soğuk sac üretimi, galvanizli sac üretimi, çelik servis merkezleri hizmetleri, boru üretimi, uzun demir çelik ürünleri üretimi pazarlarıdır. EOGG'nin Erdemir'i devralması durumunda, özellikle soğuk sac üretimi, galvanizli sac üretimi ve çelik servis merkez hizmetleri pazarlarının önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkacağı tespit edilmiştir. Aşağıda EOGG'nin Erdemir'i devralması durumunda, soğuk sac üretimi, galvanizli sac üretimi ve çelik servis merkezleri pazarlarında rekabetin nasıl etkileneceğine dair değerlendirmelere yer verilmiştir.

Ülkemizde soğuk sac üretimi yapan iki tesis bulunmaktadır. Bunlar Erdemir ve Borçelik'tir. Tezcan Galvaniz ise soğuk sac üretimine ilişkin tesis kurmuş ve üretime 2006 yılında geçecektir. Erdemir ve Borçelik'in 2004 yılı soğuk sac üretim miktarlarına bakıldığında, Erdemir'in yaklaşık olarak 1.100.000 ton, Borçelik'in (.....) ton soğuk sac ürettiği görülmüştür. Tezcan Galvaniz'in soğuk sac üretim kapasitesi olan (.....) ton da eklendiğinde, Türkiye'nin soğuk sac üretiminin yıllık toplam 2.200.000 ton civarında olacağı anlaşılmıştır. 2004 yılı yurt içi soğuk sac tüketiminin 2.200.000 ton olduğu dikkate alındığında, tüm talebin bu üç teşebbüs tarafından karşılanabileceği söylenebilir. Borçelik (Borusan Holding dolayısıyla) ve Tezcan Galvaniz, EOGG içerisinde yer almakta olup Erdemir'in devrinden sonra da faaliyetlerine devam edeceklerdir. Buna göre EOGG'nun Erdemir'i devralmasının, soğuk sac üretimi pazarının tamamında

## **REKABET Dergisi**

taraflar arasında bir koordinasyona yol açacağı açıktır ve bu durumun soğuk sac üretimi pazarındaki rekabeti önemli ölçüde ortadan kaldıracığı anlaşılmıştır.

Ülkemizdeki galvanizli sac üreticileri Erdemir, Birlik Galvaniz (Borusan Holding'in bir iştiraki), Tezcan Galvaniz ve Assan (Kibar Holding'in bir iştiraki)'dir. Türkiye'de tüketilen galvanizin %30'u ithal edilmekte olup, geriye kalan %70'i Assan, Erdemir, Borçelik ve Tezcan Galvaniz tarafından karşılanmaktadır. 2004 yılı galvanizli sac üretim miktarlarına bakıldığında, yaklaşık olarak Erdemir'in 305.000 ton, Birlik Galvaniz'in (.....) ton, Tezcan Galvaniz'in (.....) ton, Assan'ın (.....) ton üretim yaptığı, buna göre de yurt içinde toplam 950.000 ton galvanizli sac üretildiği tespit edilmiştir. 2004 yılı yurt içi galvanizli sac tüketiminin 1.000.000 ton civarında olduğu dikkate alındığında, tüm talebin bu dört teşebbüs tarafından karşılanabileceği söylenebilir. Birlik Galvaniz (Borusan Holding dolayısıyla), Tezcan Galvaniz ve Assan (Kibar Holding'in dolayısıyla) EOGG içerisinde yer almaktadır ve Erdemir'in devrinden sonra da faaliyetlerine devam edeceklerdir. Buna göre EOGG'nin Erdemir'i devralmasının, galvanizli sac üretimi pazarının tamamında taraflar arasında bir koordinasyona neden olacağı açıktır. Bu durumda ilgili pazardaki rekabetin önemli ölçüde ortada kalkacağı anlaşılmaktadır.

Çelik servis merkezi hizmetlerinde Assan, Kerim Çelik (Borusan Holding'in bir iştiraki) ve Erdemir' (%.....)'şerlik pazar paylarına sahiptir. Geriye kalan %40'lık pazar payı çok sayıda küçük firma tarafından paylaşılmaktadır. Birer çelik servis merkezleri bulunan Assan, Kerim Çelik (Borusan Holding), Tezcan Galvaniz ve Tosçelik EOGG içerisinde yer almakta ve Erdemir'in devrinden sonra da faaliyetlerine devam edeceklerdir. Buna göre EOGG'nun Erdemir'i devralmasının, çelik servis merkezi hizmetleri bakımından pazarın önemli bir bölümünde taraflar arasında bir koordinasyona neden olacağı açıktır. Bu durumunda ilgili pazardaki rekabeti önemli ölçüde ortadan kaldıracığı kanaatine ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, özellikle soğuk sac, galvanizli sac ve çelik servis merkezi hizmetleri pazarında, ortak girişimi oluşturan teşebbüslerin bazılarının ve Erdemir'in faaliyet konuları ile söz konusu pazarların koşulları dikkate alındığında, meydana gelecek olan koordinasyon etkisiyle, ilgili pazarların neredeyse tamamında rekabetin ortadan kalkacağı anlaşılmıştır.

Yukarıda ifade edilen nedenlerle, ortak girişimin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesindeki muafiyet şartlarını taşımadığı kanaatine varılmıştır.

## REKABET Dergisi

### H.5.3. OJSC Novolipetsk Steel (NLMK)

#### H.5.3.1. NLMK Hakkında Genel Bilgiler

OJSC Novolipetsk Steel (NLMK), Rusya kanunlarına göre kurulmuş, çelik üreten ve pazarlayan entegre bir şirkettir. NLMK'nın faaliyetleri ham çeliğin işlenmiş çeliğe dönüştürülmesi ile ilgili olup, yassı demir çelik üretiminde uzmanlaşmıştır. Uluslararası Demir ve Çelik Enstitüsü (IISI) verilerine göre, NLMK, çelik üretim hacmi bakımından, dünyada 22. sırada yer almaktadır. Yönetim kurulu Vladimir Lısın, Vladimir Skorokhodov, Oleg Bagrı, Nikolai Gagarı, Dmitry Gındın, Oleg Kıselyov, Nikolai Lyakışev, Randolph Reynolds, Igor Fyodorov'dan oluşan NLMK'nın sermayesinin %18.98'i Silener Management Limited'e, %18.70'i Metabel Investments Limited'e, %18.15'i Ultimex Trading Limited'e, %16.31'i Vefit Enterprises Limited'e, %15.91'i Castella Investments Limited'e, %7.52'si ise ZAO LBK – Invest'e aittir.

NLMK'nın 2004 yılında dünya çapındaki toplam cirosu, yaklaşık (.....) YTL seviyesindedir. Bu cironun yaklaşık (.....) YTL tutarındaki kısmı Türkiye'ye yapılan satışlardan elde edilmektedir. NLMK'nın Türkiye'deki yassı çelik pazarından elde ettiği cirosu (.....) YTL tutarına ulaşmaktadır. NLMK'nın Türkiye'deki uzun çelik pazarında cirosu bulunmamaktadır.

Rusya'nın üçüncü büyük demir cevheri üreticisi olan NLMK, 60 yıl rezerv ömürlü 11.000.000 ton demir cevherine sahip anonim şirket "Stoilensky GOK"un %96,98 hissesini devralmıştır. Stoilensky GOK'un üretim kapasitesi NLMK'nın demir cevheri ihtiyacını karşılamaktadır. Ayrıca, Karadeniz ana operatörü olan, Rusya'nın üçüncü büyük limanı Tuapse Limanı'nda kontrol hissesi bulunmaktadır.

#### H.5.3.2. NLMK'ye İlişkin Değerlendirme

NLMK ilgili ürün pazarları olan Türkiye uzun ve yassı çelik pazarlarında doğrudan veya iştirakleri vasıtasıyla üretici olarak faaliyette bulunmamakta, ancak yassı çelik ürünlerinin Türkiye'ye satışını gerçekleştirmektedir.

Erdemir ve NLMK'nın yassı çelik pazarında Türkiye'de 2004 yılı itibarıyla satış miktarına göre sahip oldukları pazar payları aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo-17: Erdemir ve NLMK'nın yassı çelik pazarındaki payları

Şirket	Yassı Çelik Pazarı (%)
Erdemir	(...)

## REKABET Dergisi

NLMK	(...)
Toplam	(...)

NLMK ithalat yoluyla Türkiye'ye satış yapmakta ve tabloda da görüleceği üzere 2004 yılı itibarıyla %(.....)pazar payına sahip bulunmaktadır. Bildirim konusu işlemin gerçekleşmesi durumunda teşebbüsün ulaşacağı toplam pazar payı %(....) olacaktır. Ancak demir çelik sektörünün global rekabeti dikkate alındığında ulaşılan bu pazar payının bir hakim durumun yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin olumsuz yönde etkilenmesi sonucunu doğurmayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

### I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

Özelleştirme kapsamında olan Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş.'nin sermayesinde yer alan %46.12'lik Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'na ait payın "Blok Satış" yöntemiyle özelleştirilmesine ilişkin olarak Erdemir'in;

1. 13.7.2005 tarihinde yürürlüğe giren 5388 sayılı Yasa nedeniyle 8 kurul üyesinin katılımıyla toplantının yapılabileceğine OYÇOKLUĞU ile,
2. Ordu Yardımlaşma Kurumu tarafından devralınması işleminin, ilgili ürün pazarlarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında hakim durum yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin olumsuz yönde etkilenmesi sonucunu doğurmayacağına ve devir işlemine izin verilmesinde sakınca bulunmadığına OYÇOKLUĞU ile,
3. Ereğli Ortak Girişim Grubu tarafından devralınması işleminin, bildirim formlarında yer alan bilgilere göre;
  - a. Ereğli Ortak Girişim Grubu'nun bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkmadığı, ortak kontrolün sağlanmadığı ve ilgili pazarlarda neden olacağı koordinasyon nedeniyle rekabeti sınırlandırıcı etkilerinin bulunduğu, bu nedenle 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" in "Birleşme veya Devralma Sayılan Haller" başlıklı 2. maddesinin "Amaçlarını gerçekleştirmek üzere işgücü ve malvarlığına sahip olacak şekilde bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkan ve taraflar arasındaki veya taraflarla ortak girişim arasındaki rekabeti sınırlayıcı amacı veya etkisi olmayan ortak girişimler (joint-venture)" şeklindeki (c) bendi çerçevesinde bir ortak girişim

## **REKABET Dergisi**

olmadığına, bu nedenle başvuru konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir birleşme veya devralma değil, 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı bir işbirliği anlaşması olduğuna,

- b. Bildirim formunda yer alan talep doğrultusunda yapılan menfi tespit ve muafiyet incelemesi neticesinde, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı etkileri bulunmasından dolayı söz konusu ortak girişime menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
  - c. Kanun'un "Muafiyet" başlıklı 5. maddesinde yer alan muafiyet şartlarını taşımaması nedeniyle, söz konusu ortak girişime muafiyet tanınmayacağına,
- OYÇOKLUĞU ile,

- 4. Novolipetsk Open Joint Stock Company Novolipetsk Iron and Steel Corporation tarafından devralınması işleminin, ilgili ürün pazarlarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında hakim durum yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin olumsuz yönde etkilenmesi sonucunu doğurmayacağına ve devir işlemine izin verilmesinde sakınca bulunmadığına OYÇOKLUĞU ile,

karar verilmiştir.

**(24.11.2005 tarih, 05-79/1083-271 sayılı Kurul Kararı'na)**

### **KARŞI OY GEREKÇESİ**

13.07.2005 tarih ve 25874 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 5388 sayılı "Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Kanun"un 3. maddesi ile, 4054 sayılı Kanun'un 22. maddesi ;

"Rekabet Kurulu, biri Başkan, biri İkinci Başkan olmak üzere toplam yedi üyeden teşekkül eder" şeklinde değiştirilmiştir.

Ayrıca, Rekabet Kurulu'nun mevcut üye sayısı bugün itibarıyla 8 olmasına rağmen, üye sayısı 7' ye düşünceye kadar toplantıların 8 üyenin katılımı ile yapılacağına dair geçici bir hükme de 5388 sayılı Kanun'da yer verilmemiştir.

Karar nisabı da aynı Kanun'un 5. maddesinde 7 üye için belirlenmiş olup, bu nisabın 8 üye içinde kıyasen uygulanacağına dair hüküm bulunmamaktadır.

Bu nedenle, 5388 sayılı Kanun'un yürürlüğe girdiği tarih olan 13.07.2005 tarihinden itibaren Kurul toplantılarının en fazla 7 üyenin katılımı ile yapılması

## **REKABET Dergisi**

gerektiği kanaatında olduğumuzdan, toplantının 8 üyenin katılımı ile yapılmasına dair çoğunluk görüŖüne karŖıyız.

Tuncay SONGÖR  
İkinci Başkan

Süreyya ÇAKIN  
Kurul Üyesi

**(Rekabet Kurulu'nun 24.11.2005 tarih ve 05-79/1083-271 sayılı Kararı)**

### **KARŖI OY GEREKÇESİ**

Ereğli Demir Çelik Fabrikaları T.A.Ŗ.'nin ÖzelleŖtirme İdaresi Başkanlığı'na ait % 46.12 oranında hissesi ile Kalınma Bankası kontrolünde bulunan % 3.81 oranında hissesinin özelleŖtirme yoluyla devredilmesine dair Kurul Kararına aŖađıdaki nedenlerle katılmamaktayım.

Türkiye'de demir çelik sektöründe üretim yapan 19 teŖebbüsten sadece Erdemir, İsdemir ve Kardemir fabrikaları yüksek fırına sahip birer entegre tesistir. Diğer teŖebbüsler elektrik ark ocağı teknolojisi ile; 15 tanesi uzun, 3 tanesi vasıflı çelik üretmektedir. Türkiye'nin tek yassı demir çelik üreticisi, Erdemir'in pazar payı % 40 civarında olduğundan, rapor muhtevasında yapılan hakim durum analizinde ithalatın payı bakımından yođunlaŖmadan bahsedilmemesi, Erdemir'in sahibi olduğu İsdemir'de sürdürölen yassı ürün dönüŖüm yatırımları sebebiyle kanaatimizce eksik değerlendirmeye yol açmaktadır. 2006 – 2010 döneminde yapılacak yatırımlar ile İsdemir (+) Erdemir yassı ürün üretim kapasitesinin, ÷lke tüketiminin % 80'leri civarında bulunacağı ve hakim durum oluşmasının söz konusu olacağının göz önünde bulundurulması gereklidir.

Erdemir özelleŖtirilmesi bakımından göz ardı edilmemesi gereken önemli bir husus, Ereğli'deki Erdemir'in liman tesislerinin de demir çelik tesisi ile birlikte özelleŖtirilmesidir. Halbuki, Erdemir Limanı raporun 22. sayfasında da belirtildiği üzere, "söz konusu liman ayrıca diğer sanayi ve ticari kuruluŖlara da hizmet vermektedir." ve bölge için özellikle, Karabük Demir Çelik Fabrikaları için stratejik bir öneme sahiptir.

Diğer taraftan, raporun 24. sayfasında belirtildiği üzere demir cevherleri bakımından da bu özelleŖtirme, rekabet hukuku bağlamında sakınca arz etmektedir. Bu madenlerin Türkiye toplam demir rezervinin ne kadarını karŖıladıđı, hangi kuruluŖların bu madenlerden ne oranda yararlandığı raporda belirtilmemiŖtir. Örneğin, uzun çelik üreticisi olmakla birlikte Türkiye'nin 3. büyük entegre tesisi olan Kardemir, Ereğli Limanı vasıtasıyla hem hammadde (kömür ve demir) ihtiyacını karŖılamakta, hem de dıŖ ve iç pazarlara satıŖ



## **REKABET Dergisi**

gerçekleştirmektedir. Kardemir'in bu liman dışında ikmal alternatifi yoktur. Kardemir'in Ereğli-Erdemir limanı ile ilişkisi TREN-FERİ projesi üzerinden hammaddelerin Kardemir'e taşınması amacına yöneliktir. Tren-Feri projesi, Kardemir'in Erdemir-Ereğli limanından Karabük'e hammadde ve nakliye giderlerini önemli ölçüde düşürmüş ve şirkete ihracat imkanı sağlamıştır. Ancak, bu proje, Kardemir'in Erdemir-Ereğli limanına bağımlılığını iyice artırmıştır. Bu sebeple, söz konusu liman Kardemir için zorunlu unsur konumundadır. Öte yandan, Kardemir'in maden ihtiyacının % 60'ı Erdemir Maden A.Ş.'ye bağlı Divriği-Hekimhan havzasından temin edilmektedir. Bu havza ise Türkiye rezervlerinin % 65'ini oluşturduğundan Kardemir Demir Çelik Fabrikası, Erdemir 'in satılacağı teşebbüse liman ve demir hammadde bakımından kritik derecede bağımlı hale gelecektir.

Sonuç olarak, Ereğli Demir Çelik Fabrikaları ile birlikte Ereğli Limanı'nın devrinin Karabük Demir Çelik Fabrikası için hayati önem arz etmesinin yanı sıra, söz konusu özelleştirme işlemi sonrasında ilgili ürün pazarına (yassı çelik) girmek isteyen yeni teşebbüsler bakımından, Divhan demir madeni rezervlerinin tamamının hakim duruma gelebilecek bir teşebbüse devrediliyor olması piyasaya giriş engeli oluşturacaktır.

Rıfki ÜNAL  
Kurul Üyesi

### **24.11.2005 tarih ve 05-79/1083-271 Sayılı Kurul Kararı'na**

#### **KARŞI OY GEREKÇESİ**

İlgili Karar'da, bildirim formlarında yer alan bilgilere göre, Ereğli Ortak Girişim Grubu'nun, "bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkmadığı, ortak kontrolün sağlanmadığı ve ilgili pazarlarda neden olacağı koordinasyon nedeniyle rekabeti sınırlandırıcı etkilerinin bulunduğu, mevcut organizasyonun esasen rekabeti sınırlandırıcı bir anlaşma olduğu ve ayrıca böyle bir ortak girişime, menfi tespit verilemeyeceği, muafiyet de tanınamayacağı" gerekçesiyle, değerlendirme dışı kalması gerektiği hükme bağlanmıştır. Alınan kararın ilgili maddelerine aşağıdaki sebeplerle katılmıyorum.

1. Özelleştirme uygulamalarına ilişkin mevzuat çerçevesinde, ihale şartnamesi ilan edilmeden önce verilen "kurum görüşü"nde, ortak girişim şeklinde ihaleye katılacak teşebbüslerin hangi özellikleri taşıması gerektiği ayrıntılı şekilde belirtilmemiş iken, ihale sonrasında, izin aşamasında tel fi edilebilecek, düzeltilebilecek bazı eksikliklerden dolayı bazı teşebbüslerin bu gerekçe ile devre dışı kalmasına yol açacak bir değerlendirme ve Karar, yönetimin hükûkîlik, açıklık,

## **REKABET Dergisi**

belirginlik, öngörülebilirlik ve sorumluluk ilkelerine aykırı bir yaklaşım ve uygulamadan başka bir şey değildir.

2. Yine aynı mevzuat çerçevesinde ortak girişim olarak, ihâleye katılan taraflara hangi şartlar dahilinde kesin izin verilebileceğinin Rekabet Kurulu'nun yetkisi dahilinde olduğu hususu ihmal edilmiştir: Alınan Karar ile, Ereğli Ortak Girişim Grubu'nun, ihâleye girerken, ihale sonrasında ve izin aşamasında hâlâ, tüzel kişiliği haiz bir organizasyon olmadığı ve eğer ihâleyi kazanırlarsa yüzde 51'i ortak girişime ait bir anonim şirketi kurup, ortak girişim sözleşmesinin ayrıntılarını belirleyecekleri şeklindeki bilgi ve beyanlarına yeterince dikkat edilmemiştir.

3. EOGG ile ilgili alınan Karar'ın bir başka sakıncası ise, menfi tespit verilmeyecek, muafiyet de tanınamayacak bir "ortak girişim" inisiyatifinin, niçin ve nasıl olup da ihaleye girebildiği, girdirilebildiği sorusunu cevapsız bırakacak nitelikte olmasıdır. Ayrıca, bu kadar önemli bir özelleştirme olayında, yer aldığı, teklif verdiği, süreci, belki de "manipüle ettiği" gerekçesiyle niçin soruşturma açılmadığı sorusu da havada kalmaktadır. Eğer, teşebbüs bu süreçte rahatlıkla yer almış, teklif vermiş iken, hem de izin aşamasında ve üstelik rekabete aykırı davranış iddialarına muhatap bir konumda görülüyor ise, bu durumda, Kamu adına, Rekabet Kurulu tarafından kullanılacak bir yetki, yapılacak bir açıklama olmalıdır.

Prof.Dr.Nurettin KALDIRIMCI  
Kurul Üyesi

**Dosya \_\_\_\_\_ Konusu: Türk Telekomünikas-yon A.Ş.'nin Uzak Mesafe Telefon Hizmeti işletmecilerinin iktisadi faaliyetlerini zorlaştırdığı iddiaları ile bu işlem ve eylemlere yönelik geçici tedbir verilmesi talebi.**

## **REKABET Dergisi**

**Dosya Sayısı : 2005-2-99**

**(İlk İnceleme)**

**Karar Sayısı : 05-87/1199-348**

**Karar Tarihi : 22.12.2005**

### **A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**II. Başkan** : Tuncay SONGÖR

**Üyeler** : Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfki ÜNAL,  
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, Süreyya ÇAKIN,  
Mehmet Akif ERSİN

**B. RAPORTÖRLER** : Özge İÇÖZ, Ali DEMİRÖZ,  
Hakan Suat ÖLMEZ, Ali ARIÖZ

**C. ŞİKAYET EDEN:** 6.10.2005 tarihli başvuru.

**D. KARŞI TARAF:** Türk Telekomünikasyon A.Ş.

**E. DOSYA KONUSU:** Türk Telekomünikasyon A.Ş.'nin Uzak Mesafe Telefon Hizmeti işletmecilerinin iktisadi faaliyetlerini zorlaştırdığı iddiaları ile bu işlem ve eylemlere yönelik geçici tedbir verilmesi talebi.

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Kurum kayıtlarına 6.10.2005 tarih ve 7019 sayı ile intikal eden Şikayet Dilekçesi'nde özetle, Türk Telekomünikasyon A.Ş.'nin (Türk Telekom),

- Çağrı sonlandırma konusunda;
  - Arabağlantı sürecini keyfi bir şekilde uzattığı,
  - Referans arabağlantı tarifesinin onaylanmamasını gerekçe göstererek imzadan kaçındığı,
  - Standart Arabağlantı Referans Ücretini uygulamadığı,
  - Arabağlantı ücretlerinde ayrımcılık yaptığı,
  - Peak/off peak uygulamasını Uzak Mesafe Telefon Hizmeti (UMTH) işletmecilerine yansıtmadığı,
- Çağrı başlatma konusunda;
  - Alternatif teknolojilerin kullanılmasını engellediği,
  - No.7 olmayan santrallerden çağrı başlatılmasını engellediği,
  - Bazı Türk Telekom abone gruplarını UMTH işletmecilerine kapattığı,
  - Ankesörlü telefonlardan UMTH hizmetinin sunulmasını engellediği ve telefon kartlarında ayrımcılık yaptığı,

## REKABET Dergisi

- Çağrı taşıma konusunda kiralık hatlar üzerinden çağrı başlatılmasını engelleme odaklı eylemlerde bulunduğu,
- Ve ayrıca;
  - Bazı İl Telekom Müdürlükleri aracılığıyla UMTH işletmecilerinin faaliyetleri konusunda aboneleri yanlış bilgilendirdiği,
  - UMTH işletmecilerinin faaliyete geçebilmesi için yapması gereken hazırlıkları bilinçli olarak yapmadığı,
  - Bazı UMTH işletmecilerinin trafiğini bilinçli olarak kestiği

iddia edilerek, Türk Telekom'un söz konusu uygulamalar yoluyla UMTH işletmecilerinin faaliyetlerini zorlaştırdığı ve bu uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği belirtilmektedir.

**G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 6.10.2005 tarih ve 7019 sayı ile intikal eden başvuru üzerine 4502 sayılı Kanun'la değişik 2813 sayılı Telsiz Kanunu'nun 7. maddesi uyarınca 10.10.2005 tarih ve 4218 sayılı yazı ile Telekomünikasyon Kurumu'ndan görüş talep edilmiş, söz konusu görüş 21.11.2005 tarih ve 8219 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Telekomünikasyon Kurumu'nun belirtilen Görüşü de dikkate alınarak düzenlenen 16.12.2005 tarih ve 2005-2-99/İİ-05-Öİ sayılı İlk İnceleme Raporu, 19.12.2005 tarih ve REK.0.06.00.00-110/202 sayılı Başkanlık önergesi ile 05-87 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda, şikayet konusu iddiaların telekomünikasyon mevzuatı çerçevesinde işletmecilere getirilen yükümlülüklerle ilişkili olduğu, şikayet konusu uygulamalar neticesinde ortaya çıkabilecek rekabetçi zararı önlemeye yönelik spesifik düzenlemelerin ve Telekomünikasyon Kurumu kararlarının bulunduğu, bazı uygulamaların Telekomünikasyon Kurulu onayıyla gerçekleştirildiği ve bazı ihlal iddialarının da 4054 sayılı Kanun kapsamında ele alınamayacağı dikkate alınarak, söz konusu iddiaların 4054 sayılı Kanun çerçevesinde değerlendirilmesine ve işlem tesis edilmesine gerek bulunmadığı, bu nedenle de, şikayete ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun'un 40. maddesi uyarınca bir önaraştırma ya da soruşturma açılmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

Şikayetin konusunu Uzak Mesafe Telefon Hizmeti (UMTH) oluşturmaktadır. UMTH, Telekomünikasyon Kurumu tarafından çıkarılan Yetkilendirme Yönetmeliği'nin eki olan EK-A9'un "Hizmetin Tanımı ve Kapsamı" başlıklı 1. maddesinde; "Uzak Mesafe Telefon Hizmeti, işletmecilere

## **REKABET Dergisi**

ait her türlü telekomünikasyon şebekesi ve altyapısı üzerinden her türlü teknolojiyi kullanarak kullanıcılara illerarası ve/veya uluslararası telefon hizmeti sunulmasını kapsar" şeklinde tanımlanmıştır.

Bu hizmeti sunabilmek için işletmecilerin Yetkilendirme Yönetmeliği'nin yine EK-A9 numaralı ekinde yer alan koşulları sağlayarak A, B veya C tipi yetki belgelerinden birini almış olması gerekmektedir. A, B ve C tipi yetki belgelerinin faaliyet konuları, söz konusu düzenlemede aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

*"A Tipi UMTH İşletmecisi: Taşıyıcı ön seçimi ile hizmet vermeye yetkili UMTH işletmecisi.*

*B Tipi UMTH İşletmecisi: Çağrı bazında taşıyıcı seçimi ile hizmet vermeye yetkili UMTH işletmecisi.*

*C Tipi UMTH İşletmecisi: Kurum tarafından tahsis edilecek on (10) haneli numara ile ulaşılabilen UMTH işletmecisi."*

Yönetmeliğin takip eden maddelerinde ise illerarası ve uluslararası telefon hizmetleri tanımlanmaktadır. Bu tanımlara aşağıda yer verilmiştir:

*"İllerarası Telefon Hizmeti: Çağrı başlatma ve sonlandırma noktalarının farklı illerde olduğu veya kullanıcıların sıfır (0) önsabitini çevirerek eriştikleri telefon hizmeti.*

*Uluslararası Telefon Hizmeti: Çağrı başlatma noktasının Türkiye'de sonlandırma noktasının Türkiye dışında olduğu telefon hizmeti ve çağrı başlatma noktasının Türkiye dışında, sonlandırma noktasının Türkiye'de olduğu telefon hizmeti."*

Yukarıda yer verilen tanımlardan da anlaşılacağı üzere, UMTH ile aynı pazarda yer alan hizmetler; yerel telefon trafiğinin illerarası ve uluslararası taşındığı hizmetlerdir. Bir başka ifade ile, Türk Telekom tarafından sunulan illerarası telefon görüşme hizmeti ile milletlerarası telefon görüşme hizmetlerinin UMTH işletmecilerinin sunduğu hizmetler ile doğrudan birbirine ikame olan hizmetler olduğu söylenebilir.

Söz konusu hizmetler, 2004 yılı öncesinde Türk Telekom'un tekel olarak sunduğu hizmetlerdir. 31.12.2003 tarihinde Türk Telekom'un tekel hakkının sona ermesiyle hukuken ve 2004 yılı içerisinde bu alandaki yetkilendirmenin yapılmasıyla da fiilen uzak mesafe telefon hizmetleri rekabete açılmıştır. Bununla birlikte, halihazırda illerarası ve uluslararası sabit ses hizmetleri pazarı Türk Telekom'un kontrolünde bulunmaktadır.

Bu pazarda, UMTH işletmecilerinin hizmet sunabilmesi, aynı zamanda Türk Telekom'dan çeşitli hizmetlerin sağlanmasını da gerektirmektedir. Bu

## **REKABET Dergisi**

hizmetler; Türk Telekom şebekesinden çağrı başlatılması (erişim hizmeti), Türk Telekom şebekesinde çağrı sonlandırılması (arabağlantı) ve trafiğin taşınması için gerekli altyapı hizmetlerinden (kiralık hatlar) oluşmaktadır. UMTH bakımından, bağlantılı pazarları oluşturan söz konusu hizmetlerin sunulduğu pazarlarda da Türk Telekom halihazırda hakim durumda bulunmaktadır.

Bu çerçevede, her biri Telekomünikasyon Kurumu'ndan yetki belgesi olarak UMTH işletmecisi olan şikayetçilerin Türk Telekom hakkındaki iddiaları, temel olarak, Türk Telekom'un söz konusu işletmecilerin faaliyetlerini zorlaştırmak amacıyla çağrı başlatma, taşıma ve sonlandırma alanlarındaki rekabeti kısıtlayıcı uygulamaları başta olmak üzere, çeşitli eylemler yoluyla ilgili pazarlardaki hakim durumunu kötüye kullandığına yöneliktir.

Söz konusu iddiaların 4054 sayılı Kanun çerçevesinde değerlendirilmesi bakımından öncelikle, Rekabet Kurulu tarafından telekomünikasyon sektörüne yönelik bir karar alınmadan önce, 2813 sayılı Kanun'un 7. maddesi hükmü gereğince Telekomünikasyon Kurumu'nun Görüşü'nü ve bu alandaki düzenlemeleri dikkate alması gerektiği belirtilmelidir. Bu çerçevede, daha önce bu sektördeki rekabet ihlali iddiaları Rekabet Kurulu tarafından 4054 sayılı Kanun çerçevesinde soruşturulmuş ve çeşitli kararlar alınmıştır. Bu nedenle, dosya konusu iddialara yönelik olarak, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir ihlalin ortaya çıkması durumunda, 4054 sayılı Kanun'da öngörülen süreçlerin işletilmesi gerekecektir.

Bu bağlamda, Türk Telekom'un şikayete konu olan uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında kötüye kullanma olup olmadığına ilişkin bir değerlendirme yapılabilmesi için, 2813 sayılı Kanun'un 7. maddesi hükmü doğrultusunda, öncelikle bu alandaki düzenlemelerin ve Telekomünikasyon Kurulu Görüşü'nün ele alınması gerekmektedir.

Bilindiği gibi, yasal tekelin sona ermesinin ardından telekomünikasyon sektöründe rekabetin tesis edilmesi ve rekabete daha önceden açık olmakla birlikte etkin rekabetin bulunmadığı alanlarda rekabetin sağlanması amacıyla sektöre özgü düzenlemeler yapılmaktadır. Rekabete yeni açılan bir alan olması ve aynı zamanda ilgili hizmetin sunulabilmesi için gerekli hizmetlerin de fiilen tekel olan işletmeciden sağlanmasının zorunlu olması nedeniyle, UMTH, yoğun olarak düzenlemeye tabi tutulan alanların başında gelmektedir. Yine Şikayet Dilekçesi'nde yer verilen iddiaların önemli bir kısmını içeren erişim ve arabağlantı hizmetlerinin düzenlenmesi de, sektörel düzenlemelerin ve sektörel düzenleyicilerin en önemli görevleri arasında yer almaktadır.

## **REKABET Dergisi**

Bu çerçevede, arabağlantıya ilişkin olarak 406 sayılı Kanun'un 10. maddesinde;

*“Bütün işletmecilerin ve kişisel telekomünikasyon tesislerini kullananların arabağlantı talepleri, ilgili mevzuatta belirlenen haller saklı kalmak üzere, arabağlantı sağlama yükümlülüğü olan işletmeciler tarafından karşılanır. Arabağlantı sağlama yükümlülüğü olan işletmeciler, bu maddeye dayanarak çıkarılacak yönetmelik çerçevesinde Kurum tarafından belirlenir. Ancak, Türk Telekom her halde arabağlantı sağlama görev ve yükümlülüğüne tabidir. Kurum tarafından arabağlantı sağlama yükümlülüğü getirilen işletmeciler ve Türk Telekom “arabağlantı yükümlüsü” olarak anılır.*

*... Arabağlantı sağlanmasına ilişkin teknik olarak imkân dahilinde olan ve ekonomik olarak orantısız maliyetler ihtiva etmeyen talepler, makul ve haklı sebepler saklı kalmak üzere kabul edilir.*

*... Şebekeler arasında arabağlantı sağlanmasına yönelik olarak işletmeciler arasında yapılacak anlaşmalar, bu Kanuna ve ilgili diğer mevzuata uygun olarak taraflar arasında imzalanır ve gerekli teknik hükümleri, koşulları ve ücretleri de ihtiva eder. Bu tür tüm anlaşmalar ile bunların ekleri ve değişikliklerinin bir tasdikli sureti Kurum'a sunulur.*

*... Arabağlantı anlaşması ilk talepten itibaren azami üç ay içerisinde sonuçlandırılmadığı takdirde, Kurum, arabağlantı talep eden tarafın başvurusu halinde, kamu menfaati gözetilerek belirleyeceği esaslar çerçevesinde taraflar arasında uzlaştırma prosedürü işletir ve kamu menfaati açısından makul ve gerekli gördüğü diğer tedbirleri alabilir.*

*Kurum'un bu prosedürü başlatmasından itibaren Kurum tarafından bir dört hafta daha uzatılabilecek olan altı haftalık bir süre içinde tarafların bir anlaşmaya varamamaları halinde, Kurum bu arabağlantı anlaşması için uygun gördüğü hüküm, koşul ve ücretleri belirlemeye yetkilidir. Bu hüküm, koşul ve ücretler, taraflar aksini kararlaştırmadıkça veya kararlaştırılincaya kadar geçerli olur.*

*Kurum; ilgili işletmecilerin, uygun olduğu ölçüde kendi standart hüküm ve şartları içine dahil edebilecekleri, standart arabağlantı referans ücret tarifeleri yayınlar ve gerektiğinde bunları değiştirir. Kurum; bu maddenin uygulanma esaslarını ve standart referans tarifeleri, arabağlantı ve roaming anlaşmalarının tabi olduğu*

## REKABET Dergisi

*ayrıntıları gösteren yönetmelikler çıkarır ve standart referans tarifeleri, şebeke ara bağlantıları ve roaming ile ilgili anlaşmaların telekomünikasyon hizmetlerinin yürütülmesinde ve altyapının işletiminde serbest rekabeti engelleyici sonuçlara yol açmayacak tedbirleri alır, gerektiğinde 7.12.1994 tarihli ve 4054 sayılı Kanun hükümleri çerçevesinde Rekabet Kurumuna başvurabilir”*

şeklinde hükümler mevcuttur. Arabağlantıya ilişkin ayrıntılı düzenlemelerin yapıldığı ikincil mevzuat ise, Telekomünikasyon Kurumu tarafından hazırlanarak 23.5.2003 tarih ve 25116 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Erişim ve Arabağlantı Yönetmeliği”dir.

Yönetmeliğin “Erişim ve Arabağlantı Tarifeleri” başlıklı 16. maddesinde;

*“İşletmeciler tarifelerini bu Yönetmelikte yer alan ilkeleri göz önüne alarak serbestçe belirlerler. Etkin piyasa gücüne sahip işletmeciler ve Türk Telekom erişim ve arabağlantı tarifelerini maliyet esaslı olarak belirlemekle yükümlüdürler. Kurum tarafından arabağlantı sağlama yükümlülüğü getirilen diğer işletmeciler de arabağlantı tarifelerini maliyet esaslı belirlerler. Kurum, söz konusu işletmecilerden erişim ve arabağlantı tarifelerinin maliyet esaslı belirlendiğinin ispatlanmasını talep edebilir.*

*...Kurum, tarifelerin maliyet esaslı belirlenmediğine karar vermesi halinde tarifeleri maliyet esasına göre belirler. Kurum, tarifeleri maliyet esasına göre belirleyinceye kadar diğer ülke uygulamalarını uygun olduğu ölçüde dikkate alarak tarifelere üst sınır koyabilir. Kurumun belirlediği tarifeler bağlayıcıdır...”*

denilmektedir. Yönetmeliğin “Sözleşme Serbestisi” başlıklı 20. maddesinde ise;

*“...İşletmeciler, arabağlantı da dahil olmak üzere erişimin hüküm ve koşullarını ilgili mevzuata, görev ve imtiyaz sözleşmelerine, telekomünikasyon ruhsatı, genel izin ve Kurum düzenlemelerine aykırı olmamak kaydıyla kendi aralarında müzakere ederek serbestçe belirlerler...”*

ifadeleri yer almaktadır.

Erişim ve Arabağlantı Yönetmeliği’nin “Uzlaşmazlıkların Çözümü” başlıklı bölümünde, erişim ve arabağlantı konularında uyuşmazlık halinde uygulanacak hükümler belirlenmekte ve Telekomünikasyon Kurumu’nun



## **REKABET Dergisi**

işletmecileri bağlayıcı koşullar getirebileceğine yönelik hükümlere yer verilmektedir.

Yukarıda kısaca belirtilen mevzuat hükümlerinden de anlaşılacağı üzere, arabağlantı ve erişim konuları temel olarak sektörel düzenlemeler çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu çerçevede, Telekomünikasyon Kurumu Görüşü'nde, spesifik olarak ihlal iddialarına ilişkin düzenleme ve kararlarına yer vermekte, genel olarak da dosya konusu Şikayette yer verilen hususlarla ilgili düzenlemelerin ve tedbirlerin Kurum tarafından yerine getirildiğini ifade edilmektedir.

Yukarıda yer verilen ilgili mevzuat ve Telekomünikasyon Kurumu'nun Görüşü'nde ihlal iddialarına yönelik olarak belirtilen spesifik hususlar da dikkate alınarak, temel başlıklar bakımından ihlal iddiaları 4054 sayılı Kanun açısından aşağıda değerlendirilmiştir..

### **I.1. Çağrı Sonlandırma İle İlgili İddialara Yönelik Değerlendirme**

Çağrı sonlandırmaya ilişkin iddialarından ilki Türk Telekom'un arabağlantı ücretlerine ilişkindir. Telekomünikasyon Kurumu Görüşü'nde de belirtildiği üzere, Őikayetçi işletmecilerden bazıları, Türk Telekom ile arabağlantı sözleşmesi imzalamıştır. Őikayetçilerden bazıları bakımından ise Türk Telekom ile arabağlantıya ilişkin anlaşma tesis edememelerinden dolayı Telekomünikasyon Kurulu kararıyla uzlaştırma prosedürü başlatılmıştır. Ancak uzlaştırma süreci başlatılan bazı işletmecilerin, söz konusu sürecin sonucunu beklemeksizin kendi inisiyatifleri ile arabağlantı sözleşmesi imzaladıkları anlaşılmaktadır. Yine bu süreçte Telekomünikasyon Kurumu, uzlaştırma süreçleri devam eden diğer UMTH işletmecilerine uygulanmak üzere geçici ücretleri ayrıca belirlemiştir. Bu çerçevede, söz konusu ücretlerin telekomünikasyon mevzuatı hükümlerince Telekomünikasyon Kurumu tarafından belirlenen ücretler olması nedeniyle, Şikayet konusu uygulama 4054 sayılı Kanun açısından bir kötüye kullanma olarak değerlendirilmemiştir.

Şikayet Dilekçesi'nde çağrı sonlandırma bakımından yer verilen iddialardan bir diğeri "*Türk Telekom'un UMTH lisansı alan teşebbüslerle imzalaması gereken arabağlantı anlaşmalarına ilişkin süreci kasıtlı bir Şekilde uzattığı, örneğin bir işletmecinin, ruhsat almasının ardından ancak 5 ay sonra arabağlantı görüşmelerine başlayabildiği ve faaliyete başlayabilmek için Türk Telekom'un önerdiği creti mecburen kabul etmek durumunda kaldığı*" şeklindedir. Yukarıda belirtildiği gibi, Türk Telekom ile UMTH işletmecilerinin arabağlantı uzlaşmazlığına ilişkin olarak telekomünikasyon mevzuatında açıkça belirtilen arabağlantı uzlaştırma süreçleri Telekomünikasyon Kurumu tarafından işletilmiş, bu süreçte Őikayetçi işletmeciler kendi

## **REKABET Dergisi**

inisiyatifleriyle arabağlantı sözleşmesi yapmışlardır. Telekomünikasyon mevzuatı gereğince, arabağlantı sözleşmesinin imzalanmasının geciktirilmesine yönelik uzlaşmazlıklara ilişkin yükümlülük ve tedbirler Telekomünikasyon Kurumu tarafından belirlenmekte ve takip edilmektedir. Bu nedenle, söz konusu iddia da 4054 sayılı Kanun açısından bir kötüye kullanma olarak değerlendirilmemiştir.

Çağrı sonlandırma ile ilgili bir başka iddia konusu referans arabağlantı tarifesidir. Türk Telekom'un referans arabağlantı tarifesinin onaylanmamasını gerekçe göstererek imzadan kaçındığı ve "Standart Arabağlantı Referans Ücretini" uygulamadığı iddia edilmektedir. Standart arabağlantı referans ücret tarifeleri 406 sayılı Kanun'un 10. maddesi hükmü uyarınca ilgili işletmecilerin uygun olduğu ölçüde kendi standart hüküm ve şartları içine dahil edebilecekleri ücretler olup, bu konudaki düzenlemeler ve onaylar da Telekomünikasyon Kurumu tarafından gerçekleştirilmektedir. Telekomünikasyon Kurumu'nun Görüşü'nden, standart arabağlantı referans ücret tarifeleri yayınlanmadan da arabağlantı sözleşmeleri yapılabileceğine yönelik Telekomünikasyon Kurumu'nun bir kararının mevcut olduğu ve standart arabağlantı referans ücret tarifeleri yayınlanmaksızın işletmecilerin Türk Telekom ile arabağlantı sözleşmeleri imzalayarak UMTH vermeye başlamış oldukları anlaşılmaktadır.

Bu konudaki diğer bir iddia da, standart arabağlantı referans ücret tarifelerine uyulmadığına yöneliktir. Söz konusu tarifelere uyulup uyulmadığına ilişkin denetim görevi Rekabet Kurumu'nun değil Telekomünikasyon Kurumu'nundur. Bu nedenlerle Türk Telekom'un referans arabağlantı tarifesinin onaylanmamasını gerekçe göstererek imzadan kaçındığı ve "Standart Arabağlantı Referans Ücret Tarifesine" uymadığına yönelik iddialar 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilmemektedir.

Çağrı sonlandırmayla ilgili şikayet konularından bir diğeri olan ve trafiğin yoğunluğuna göre belirlenen dönemler/saatler için farklı tarifelerin uygulanması olan peak/off peak uygulamasına ilişkin olarak Telekomünikasyon Kurumu'nun Görüşü'nde, Türk Telekom'un peak/off peak uygulamasının UMTH işletmecilerinin sunmaya yetkili olmadığı yerel (şehir içi) aramalar için söz konusu olduğu ifade edilmektedir. Peak/off peak tarifesinin sadece yerel aramalar için geçerli olması nedeniyle, söz konusu uygulamanın UMTH işletmecileri ile Türk Telekom arasındaki rekabet şartlarını etkileyecek bir niteliği bulunmamaktadır. Dolayısıyla söz konusu uygulama 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde bir kötüye kullanma olarak değerlendirilmemiştir.

### **I.2. Çağrı Başlatma ve Çağrı Taşıma ile ilgili Değerlendirme**

## **REKABET Dergisi**

Bu başlık altında yer verilen iddialardan ilki UMTH işletmecilerinin alternatif teknolojileri kullanmalarının engellenmesi amacıyla, Türk Telekom'un ISDN-PRI hizmetlerinin kullanılmasına zorluklar getirmesine ilişkindir. Telekomünikasyon Kurumu Görüşü'nde, konunun çözümüne yönelik olarak 10.1.2005 tarih ve 2005/21 sayılı Kurul Kararı'nın alındığı belirtilmiştir. Ayrıca Türk Telekom'un anılan Kurul Kararı'na uyması yönünde çeşitli tedbirler alındığı da ifade edilmiştir. İhlal iddialarının çözümüne yönelik olarak mevzuat hükümleri çerçevesinde Telekomünikasyon Kurumu'nun aldığı bir kararın mevcudiyeti nedeniyle, konunun çözüm aşamasında olduğu anlaşıldığından Türk Telekom'un söz konusu uygulamaları 4054 sayılı Kanun 6. maddesi çerçevesinde bu aşamada bir ihlal teşkil etmemektedir.

Şikayet Dilekçesi'nde çağrı başlatma başlığı altında yer verilen ve arabağlantı için No.7 sinyalleşmesi olmayan santrallerden çağrı başlatılamamasına yönelik iddialara ilişkin olarak ise, Telekomünikasyon Kurumu Görüşü'nde, No.7 sinyalleşmesinin tüm dünyada genel olarak arabağlantı linkleri için kullanıldığı, ancak farklı bir yöntemle arabağlantı yapılmasının önünde hukuki bir engel bulunmadığı belirtilmiştir. Teknik bir konu olan bu hususun, sektörün teknik düzenleyicisi konumundaki Telekomünikasyon Kurumu Görüşü çerçevesinde 4054 sayılı Kanun kapsamında ihlal oluşturabilecek bir husus olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bu başlık altında Yazlık Hat, Hesaplı Hat gibi bazı abone gruplarının UMTH işletmecilerine kapatıldığı iddiasına ilişkin olarak, öncelikle, telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren işletmecilerin sundukları telekomünikasyon hizmetleri karşılığında kullanıcılardan talep edecekleri ücretlerin Tarife Yönetmeliği kapsamında düzenlendiği belirtilmelidir. Ayrıca "Türk Telekomünikasyon A.Ş. Tarifelerine Tavan Fiyat Yönteminin Uygulanmasına Yönelik Usul ve Esaslara İlişkin Tebliğ" ile Türk Telekom'a bu Tebliğ kapsamında tarife seçeneği sunma serbestisi getirilmektedir. Şikayete konu olan ve Türk Telekom'un uygulamaya koyduğu tarife paketleri de bu mevzuat hükümleri uyarınca Telekomünikasyon Kurumu tarafından onaylanmıştır. Telekomünikasyon Kurumu, Görüşü'nde Türk Telekom'un abonelerini bilgilendirmek şartıyla re'sen "Hesaplı Hat" tarife paketine geçirmesini de uygun bulduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda şikayete ilişkin özel mevzuat hükümleri bulunması ve Türk Telekom tarafından re'sen yapılan söz konusu tarife paketi değişikliğinin Telekomünikasyon Kurumu onayıyla gerçekleştirilmesi nedeniyle, iddia konusu uygulama 4054 sayılı Kanun kapsamında bir ihlal oluşturmamaktadır.

### **I.3. Şikayet Edilen Diğer Konulara İlişkin Değerlendirme**

## **REKABET Dergisi**

Çağrı başlatma ve sonlandırma konuları dışında şikayet kapsamında yer verilen iddialardan bir diğeri, Türk Telekom'un teknik ve ekonomik hususları bahane ederek teknik uyumluluk konusundaki yükümlülüklerine ilişkin geciktirme taktikleri uyguladığına ilişkindir. Telekomünikasyon Kurumu Görüşü'nden bu iddialara yönelik olarak Telekomünikasyon Kurulu'nun 4.5.2004 ve 18.8.2005 tarihlerinde iki karar aldığı anlaşılmaktadır. En son alınan Kararı'nda Telekomünikasyon Kurulu tarafından, ilgili mevzuat ve 4.5.2004 tarihli Kararı çerçevesinde, B tipi UMTH işletmecileri üzerinden hizmet almak isteyen abonelerin tek kademeli yöntem ile tüm uluslararası aramaları yapabilmesine ve A tipi UMTH işletmecilerinin hizmet sunmalarını teminen, çağrı bazında taşıyıcı seçimi imkanını engellemeyecek biçimde taşıyıcı önseçimi uygulamasının gerçekleştirilmesine yönelik olarak Türk Telekom'un gerekli hazırlıkları belirtilen süreler içinde yapılması talep edilmiştir. Ayrıca, ilgili Karar'da bu hazırlıkların maliyetinin de Türk Telekom tarafından karşılanması öngörülmüştür. Buna ek olarak Türk Telekom, Telekomünikasyon Kurulu tarafından 4.5.2004 tarihli Kurul Kararı'na uymadığı için uyarılmış ve Karar'da verilen süreler içerisinde gerekli hazırlıkların yapılmaması durumunda teşebbüsün cezalandıracağı belirtilmiştir.

Görüldüğü üzere, Türk Telekom'un UMTH işletmecilerinin hizmet sunabilmeleri için gerekli teknik hazırlıkları yapmadığına ve bu hazırlıkların tamamlanması için Telekomünikasyon Kurulu'nun verdiği sürelerle riayet etmediğine yönelik iddialar, telekomünikasyon mevzuatı hükümleri çerçevesinde Telekomünikasyon Kurumu tarafından değerlendirilmiş ve yukarıda belirtilen kararlar alınmıştır. Söz konusu bu Kararlar nedeniyle, 4054 sayılı Kanun kapsamında bu aşamada herhangi bir işlem tesis edilmesine gerek bulunmamaktadır.

Önceki bölümde yer verilen üç ana şikayet başlığı dışında, dosya konusu şikayette Türk Telekom'un bazı bölgelerde müşterilere, UMTH işletmecilerinin kalitesiz hizmet sundukları yönünde kötüleyici ifadeler kullandığına yönelik iddialara yer verilmiştir. Söz konusu iddialar haksız rekabet niteliğinde olup, 4054 sayılı Kanun kapsamında ele alınamayacak hususlardır.

UMTH işletmecilerinin ankesörlü telefonlardan çağrı başlatmada sorun yaşamaları konusundaki iddia da yukarıda açıklanan telekomünikasyon mevzuatı çerçevesinde Telekomünikasyon Kurumu nezdinde çözümlenmesi gereken bir husustur. Bu nedenle söz konusu husus 4054 sayılı Kanun kapsamında bir rekabet ihlali oluşturmamaktadır.

Şikayetçiler ayrıca, Rekabet Kurulu'nun ihlal iddialarını ayrı ayrı değerlendirmesi yerine, bu eylemlerin UMTH işletmelerinin faaliyetlerini

## **REKABET Dergisi**

zorlaştırmaya dönük belli bir amaca odaklandığı dikkate alınarak, iddiaların bir bütün olarak değerlendirmesini talep etmektedir. Bu kapsamda, yukarıda ayrı ayrı değerlendirilen ve esasen telekomünikasyon mevzuatı hükümleri çerçevesinde ele alınan ve alınması gereken hususlar olmaları nedeniyle 4054 sayılı Kanun hükümleri çerçevesinde ihlal olarak değerlendirilmeyen iddialar, bir bütün olarak değerlendirildiğinde de sonuç farklı olmayacaktır. Şöyle ki, esasen telekomünikasyon sektöründe kabul edilen sektöre özgü düzenlemelerin temel mantığı, rekabete yeni açılan piyasalarda rekabet aksaklıklarını gidermek ve bu piyasalara girmeye çalışan teşebbüslerin lehine olarak yerleşik işletmecinin davranışlarını rekabetin tesisine imkan sağlayacak şekilde düzenlemektir.

Bu çerçevede, daha önce de belirtildiği gibi, UMTH piyasasına yönelik olarak sektöre özgü mevzuat ve bu mevzuatı uygulamakla görevli Telekomünikasyon Kurumu mevcuttur. Ayrıca yukarıda da belirtildiği gibi, ihlal iddialarına yönelik olarak Telekomünikasyon Kurumu'na benzer şikayetlerde bulunmuş ve bu başvurulara yönelik olarak Telekomünikasyon Kurumu nezdinde bazı kararlar alınmış ve mevzuatta öngörülen uzlaştırma prosedürü gibi süreçler işletilmiştir. Yine bazı abonelerin re'sen 'hesaplı hat'a geçirilmeleri gibi, ihlal olduğu iddia edilen hususlardan bazıları Telekomünikasyon Kurulu'nun onayıyla gerçekleşmiştir.

Telekomünikasyon mevzuatı ve Telekomünikasyon Kurumu'nun şikayet konularına ilişkin Görüşü dikkate alınarak yapılan bu değerlendirmeler ışığında, Türk Telekom'un şikayete konu olan uygulamalarına ilişkin bazı ihlal iddiaları 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilemeyecek türden iddialardır. Diğer bazı ihlal iddiaları ise ortaya çıkabilecek rekabetçi zararı önlemeye yönelik spesifik düzenlemelerin ve Telekomünikasyon Kurumu kararlarının bulunması veya Telekomünikasyon Kurulu onayıyla gerçekleştirilmesi nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi anlamında bu aşamada bir kötüye kullanma olarak nitelendirilmemektedir. Dolayısıyla, şikayete yönelik olarak 4054 sayılı Kanun kapsamında önaraştırma yapılmasına ya da soruşturma açılmasına gerek bulunmamaktadır.

### **J. SONUÇ**

Düzenlenen rapora, toplanan delillere ve incelenen dosya kapsamına göre;

Dosya konusu şikayete yönelik olarak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında önaraştırma yapılması ya da soruşturma açılmasına gerek olmadığına İkinci Başkan Tuncay SONGÖR'ün farklı gerekçesi ve OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

## **REKABET Dergisi**

**(22.12.2005 tarihli ve 05-87/1199-348 sayılı Kurul Kararı'na)**

### **FARKLI GEREKÇE**

UMTH işletmecilerinin şikayetleri, Türk Telekom'un işletmecilerin faaliyetlerini zorlaştırmak amacıyla, çağrı başlatma, taşıma ve sonlandırma alanlarındaki rekabeti kısıtlayıcı uygulamaları ile hakim durumunu kötüye kullandığına yöneliktir.

Şikayet konusu iddiaların telekomünikasyon sektörü ile ilgisi nedeniyle 4502 sayılı Kanun'la değişik 2813 sayılı Telsiz Kanunu'nun 7. maddesi gereğince görüşü alınan Telekomünikasyon Kurumu,

“Kurumunuza yapılan şikayetlerde yer alan hususlar Kurumumuza da iletilmiş olup, tutarlılığın ve sürekliliğin sağlanabilmesi için uzak mesafe telefon hizmetlerine yönelik-gelen şikayetlere ve pazara dayalı incelemelere istinaden-yapılacak düzenlemeler ve alınacak tedbirler Kurumumuz tarafından yerine getirilmektedir.”

ifadesi ile UMTH'ne yönelik yetkilendirmelere ilişkin ortaya çıkan sorunların, bunlarla ilgili düzenleme, denetleme ve uzlaştırma faaliyetlerinin Telekomünikasyon Kurumu yetkileri arasında olduğunu belirtmiştir.

Kısaca, Telekomünikasyon Kurumu görüşünde, şikayet ile ilgili düzenlemelerin ve tedbirlerin kendileri tarafından yerine getirildiği ifade edilmektedir.

Özellikle çağrı sonlandırma, başlatma ve taşıma ile ilgili şikayet konusu iddiaların telekomünikasyon mevzuatı çerçevesinde işletmecilere getirilen yükümlülüklerle ilişkili olduğu, bu konudaki düzenlemelerin Telekomünikasyon Kurumu tarafından yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu konuda yapılan düzenlemelerin tabi olduğu uygulamaların denetlenmesi, gereken tedbirler ve kararların alınmasında Telekomünikasyon Kurumu'nun yetkili olduğunu belirtmekte de bir tereddüt yoktur.

Telekomünikasyon mevzuatı ve Telekomünikasyon Kurumu'nun görüşü çerçevesinde, şikayet konusu iddiaların işletmecilere getirilen yükümlülüklerle ilişkili olduğu, rekabeti tesis edecek olan düzenleme ve kararların Telekomünikasyon Kurumu'na alındığı ve bazı uygulamaların Telekomünikasyon Kurulu onayıyla gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Bu nedenlerle, bazı şikayet iddialarına yönelik olarak “4054 sayılı Kanun kapsamında bir ihlal oluşturmamaktadır” şeklindeki görüş ile sonuca ulaşan

## **REKABET Dergisi**

çoğunluk görüşüne bu yönü itibariyle katılmamakla birlikte, “önaraştırma yapılması ya da soruşturma açılmasına gerek olmadığı” yönündeki sonuca katılıyorum.

Tuncay SONGÖR  
İkinci Başkan

**(Rekabet Kurulu’nun 22.12.2005 tarih ve 05-87/1199-348 sayılı Kararı)**

### **KARŞI OY GEREKÇESİ**

Türk Telekomünikasyon A.Ş.’nin Uzak Mesafe Telefon Hizmeti işletmecilerinin iktisadi faaliyetlerini zorlaştırdığı iddiaları ve bu işlem ve eylemlere yönelik geçici tedbir kararı verilmesi talebine dair Rekabet Kurulu’nun aldığı Karar’a, dosya konusu şikayetlerin, 4054 sayılı Kanun’un kapsamında değerlendirilemeyeceği konularının yasa gereği Telekomünikasyon Kurumu’nca Karar’a bağlanmasının uygun olacağı düşüncesiyle karşıyım.

Rıfki ÜNAL  
Kurul Üyesi

## REKABET Dergisi

**Dosya Konusu:** Tansaş Perakende Mağazacılık Tic. A.Ş. (Tansaş)'nin %70,77'sine tekabül eden hissesinin Migros Türk T.A.Ş. (Migros) ve Koç Holding A.Ş. tarafından devralınma-sı işlemine izin verilmesi talebi.

Dosya Sayısı : 2005-3-99 (Devralma)  
Karar Sayısı : 05-76/1030-287  
Karar Tarihi : 31.10.2005

### A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

**Başkan** : Mustafa PARLAK  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfık ÜNAL,  
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, M. Sıraç ASLAN,  
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

**B. RAPORTÖRLER :** Tarkan ERDOĞAN, Şahin YAVUZ,  
Aydın ÇELEN, Ümit GÖRGÜLÜ,  
Bülent GÖKDEMİR

### C. BİLDİRİMDE BULUNAN

- Migros Türk Ticaret A.Ş.  
Temsilcisi Av. İsmail Murat PEKSAVAŞ  
Azizbey Sok. No:1 81207 Kuzguncuk/İstanbul

### D. TARAFLAR

- Migros Türk Ticaret A.Ş.  
Turgut Özal Bulvarı No. Ata/6 34758 Ataşehir Kadıköy/İstanbul

- Koç Holding A.Ş.  
Azizbey Sok. No:1 81207 Kuzguncuk/İstanbul

- Tansaş Perakende Mağazacılık Ticaret A.Ş.  
103 Sok. No:4/B Göztepe/İzmir

- T.Garanti Bankası A.Ş. ve Ana Konut Danışmanlık A.Ş.  
Levent Nispetiye Mah. Aydar Cad.2 Beşiktaş/İstanbul

- Doğuş Holding A.Ş., Doğuş İnşaat ve Tic. A.Ş.,



## **REKABET Dergisi**

Doğuş Yapı San. A.Ş., Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş. ve Somtaş Tarım ve Tic. A.Ş.  
Büyükdere Cad. 65 Maslak/İstanbul

- Start Investment Ltd.  
PO Box 309, George Town, Grand Cayman,  
Cayman Islands, British West Indies

**E. DOSYA KONUSU: Tansaş Perakende Mağazacılık Tic. A.Ş. (Tansaş)'nin %70,77'sine tekabül eden hissesinin Migros Türk T.A.Ş. (Migros) ve Koç Holding A.Ş. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi talebi.**

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 26.8.2005 tarih ve 6007 sayılı ile giren ve en son 20.10.2005 tarih 7346 sayılı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in ilgili hükümleri uyarınca düzenlenen 25.10.2005 tarih ve 2005-3-99/Öİ-05-TE sayılı Ön İnceleme Raporu, 26.10.2005 tarih ve REK.0.07.00.00-120/257 sayılı Başkanlık önergesi ile 05-76 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da Raportörler Aydın ÇELEN ve Bülent GÖKDEMİR tarafından;

Tansaş'ın, Migros ve Koç Holding A.Ş., tarafından devralınması işleminin, işleme taraf olan teşebbüslerin ilgili pazarlardaki ciroları bakımından 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesine dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi bir devir işlemi olduğu,

Bu işlem sonucunda ilgili pazarlardan Çeşme, Edremit, Nazilli ve Kuşadası'nda aynı Kanun'un 7. maddesi hükmü dairesinde hakim durumun yaratılmasının böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olabileceği, bu nedenle bildirim konusu hisse devri işleminin 4054 sayılı Kanun'un 10. maddesi uyarınca nihai incelemeye alınmasının uygun olacağı,

Ayrıca, devir Sözleşmesi'nin 10. maddesi ile öngörülen rekabet yasağının gerek genel gerekçesinin olmaması gerekse coğrafi alan bakımından gerekli olandan daha geniş kısıtlama içermesi nedeniyle devir işleminin gerçekleşmesi için zorunlu ve makul ölçülerde olmadığı ve sözleşme metninden çıkarılması gerektiği, ifade edilmektedir.

## **REKABET Dergisi**

Buna karşın Raportörler Tarkan ERDOĞAN ve Şahin YAVUZ Ön İnceleme Raporu'nun ilgili ürün pazarının 300 m<sup>2</sup> üstü olarak tanımlanmasına, 1000 m<sup>2</sup> üzerindeki mağazaların tüketici gözünde ürün çeşidi, otopark kapasitesi/servis uygulaması, kasa sayısı, sunulan diğer hizmetlerin farklılığı gibi kıstaslar çerçevesinde tüketici gözünde önemli ölçüde farklılaştığı ve dolayısıyla bu unsurlar dikkate alınarak belirlenen tek noktalı alışveriş olanağı sunan yerlerin ayrı bir pazar olduğu gerekçeleriyle katılmamaktadırlar. Ayrıca, ilgili ürün pazarının 300 m<sup>2</sup> ve üzeri yerler olarak belirlendiği bir an için kabul edildiğinde, yine Rapordan farklı olarak piyasaya girişin 300–1000 m<sup>2</sup> arasında görece kolay olduğu, batık maliyetlerin düşüklüğü sebebiyle potansiyel rekabetin varlığı ve pazarın bu aşamasının açılan mağazalar anlamında dinamik bir yapı sergilediği gerekçesiyle işleme izin verilmesi gerektiğini;

Öte yandan Raportör Ümit GÖRGÜLÜ, bildirim konusu devralma işlemi ile ilgili olarak ilgili ürün pazarının 300 metrekare sınırının altında faaliyet gösteren marketler ve bu büyüklüğün üzerinde net satış alanına sahip olan marketler olarak belirlenmesi gerektiğini, bu durumda söz konusu devralma işleminin bir hakim durum oluşumuna yol açarak rekabetin önemli ölçüde kısıtlanmasına yol açmayacağını ve bu nedenle işleme izin verilmesi gerektiğini; bu itibarla 4054 sayılı Kanun'un 10. maddesinin ikinci fıkrası hükmü çerçevesinde anılan işleme yönelik olarak bir nihai inceleme başlatılmasına gerek bulunmadığını

ifade etmektedirler.

## **H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

### **H.1. Taraflar**

#### **H.1.1. Migros Türk T.A.Ş.**

Perakende sektöründe faaliyet gösteren Migros 1954 yılında İsviçre Migros Kooperatifler Birliği ve İstanbul Belediyesi'nin girişimleri ile gıda ve tüketim maddelerini belediye kontrolü altında üreticiden sağlama ve bu ürünleri sağlığa uygun koşullarda ve ekonomik fiyatlarla İstanbullulara ulaştırma amacıyla kurulmuştur. Şirketin 2004 yılı Uluslararası Finansal Raporlama Standartları'na (UFRS) göre yurtiçi satışları 1.901.310 bin YTL olup, konsolide satışlar 2.273.937 bin YTL'dir. Migros'un ana hissedarı sermayenin %51,06'sına sahip olan Koç Holding A.Ş. olup, Şirketin %48,94'ü halka açıktır. Migros hisseleri İMKB'de işlem görmektedir. Bildirim formunda yer alan ifadeyle Migros bu devralma ile daha esnek hizmet verebilmeyi ve doğan sinerjiden tüketicinin yararlanabileceği bir hizmet çeşitlenmesini müşterilerine sunabilmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç, aynı zamanda müşteriye yakın olma stratejisine de paraleldir.

## **REKABET Dergisi**

Migros'un Ekim 2005 itibarıyla Türkiye genelinde 79'u M formatında, 78'i MM formatında, 33'ü MMM formatında, 306'sı ŞOK mağazası ve 3'ü hipermarket olmak üzere toplam mağaza sayısı 499'dur.

### **H.1.2. Koç Holding A.Ş.**

Otomotiv, dayanıklı tüketim, enerji, finans, turizm, perakendecilik ve bilişim sektörlerinde yatırım alanlarında faaliyet gösteren Koç Holding, Migros'un büyük ortağıdır. Koç Holding'in 2004 yılı cirosu 22.264.015 YTL olup ortaklık yapısına Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1 - Koç Holding Ortaklık Yapısı

<b>Ortaklar</b>	<b>Hisse Oranı (%)</b>
Zer	0,01
Temel Ticaret ve Yatırım A.Ş.*	41,81
Vehbi Koç Vakfı	7,17
Nazar	0,33
Koç Ailesi	26,6
Emekli Yardım Sandığı Vakfı	1,97
R.M.K Mahdumları	0,11
Diğer	22,00
Toplam	100,00

\*Temel Ticaret ve Yatırım A.Ş.'nin sermayesinin tamamı Koç Ailesi'ne aittir.

### **H.1.3. Doğu Holding A.Ş., Türkiye Garanti Bankası A.Ş., Ana Konut Danışmanlık A.Ş., Doğu İnşaat ve Ticaret A.Ş., Doğu Yapı Sanayi A.Ş., Doğu Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş., Somtaş Tarım ve Ticaret A.Ş. ve Start Investment Limited**

Söz konusu devreden taraflar Tansaş'ın hissedarı olup ilgili pazarda Tansaş haricinde herhangi bir faaliyetleri bulunmamaktadır.

### **H.1.4. Tansaş Perakende Mağazacılık Ticaret A.Ş. (Tansaş)**

Devir konusu Tansaş 1973 yılında, halka ucuz et ve kömür sağlamak hedefiyle İzmir'de, Tansa unvanıyla kurulmuştur. 1976 yılında, "Tanzim Satışlar Müdürlüğü" çatısı altında, Konak'ta ilk mağazası açılmış, şirketleşme düşüncesi doğrultusunda, 15 Aralık 1986 tarihinde Tansaş İzmir Büyükşehir Belediyesi İç ve Dış Ticaret A.Ş. kurulmuştur. 1996 yılında, İzmir Büyükşehir Belediyesi'ne ait Tansaş hisselerinin %32.98'i halka açılmış ve 1999 yılında Tansaş hisselerinin

## REKABET Dergisi

büyük bölümü Doğu Grubu'na geçmiştir. 2004 yılı sonu itibarıyla Tansaş; Tansaş ve Macrocenter markaları ile Ege, Marmara, İç Anadolu ve Akdeniz bölgelerinde yer alan toplam 206 mağazası, 123,000 metrekare net satış alanı, yaklaşık 5000 personeli ile yıllık yaklaşık 78 milyon müşteriye hizmet vermektedir. Tansaş'ın Ekim 2005 itibarıyla 110'u MİNİ, 69'u MİDİ, 32'si MAXİ, 6'sı MACROCENTER olmak üzere toplam mağaza sayısı 206'dır. 2004 yılı cirosu 1.074.762 YTL olan şirketin devralma öncesi ve sonrası ortaklık yapısına Tablo 2 ve 3'te yer verilmiştir.

Tablo - 2 Devralma Öncesi Tansaş Ortaklık Yapısı

Ortaklar	Hisse Oranı (%)
T. Garanti Bankası A.Ş	24,112
Doğu Holding A.Ş	13,848
Start Investments Ltd.	9,302
Ana Konut Danışmanlık A.Ş	3,101
İzmir İl Özel İdare	0,350
Çeşme Belediyesi	0,002
Tariş Ayma A.Ş	0,015
Halk Ortakları	49,270*
Toplam	100

\*Devralma öncesi halka açık %49.270'un içinde Doğu Grubuna ait hisseler bulunmaktadır. Bu hisseler devralmanın esasını oluşturan 70.77 hisse kapsamında Koç tarafına geçecektir.

Tablo -3 Devralma Sonrası Tansaş Ortaklık Yapısı

Ortaklar	Hisse Oranı (%)
Koç Holding A.Ş. + Migros Türk T.A.Ş*	70.77
İzmir İl Özel İdare	0,350
Çeşme Belediyesi	0,002
Tariş Ayma A.Ş	0,015
Halka Açık	28,863
Toplam	100

\*Koç Holding A.Ş. ile Migros Türk T.A.Ş. arasındaki hisse dağılım oranı bu aşamada henüz belirlenmemiştir.

## H.2. İlgili Pazar

### H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

## **REKABET Dergisi**

Modern perakende tüketim malları sektörü bakımından ilgili pazar tanımında kesin ölçütler ortaya koymak güçtür. Bununla birlikte ilgili pazar tanımının iki temel eksenine bulunduğu ileri sürülebilir. Bunlar; alım pazarı ve tüketim malları perakende pazarlarıdır. Bu nedenle dosya konusu işlem bakımından ilgili ürün pazarı esas olarak alım pazarı ve tüketim malları perakende pazarı başlıkları altında değerlendirilecek, gerek bulunduğu halde söz konusu pazarlar alt pazarlara ayrılabilir.

### **H.2.1. 1. Tüketim Malları Perakende Pazarı**

Tüketim malları perakende pazarı bakımından farklı ölçüklere sahip olan modern perakendecilerin farklı ürün pazarları teşkil etmeleri muhtemeldir. Burada temel ölçüt, tüketiciler bakımından farklı ürün pazarı olarak nitelendirilebilecek ayırıcı özelliklerin varlığıdır. Söz konusu özellikler tüketicilerin bakış açısına göre değişebilir.

Türkiye koşulları bakımından ayırıcı özellikleri ortaya koymanın sağlıklı yöntemi tüketici anketleridir. Bu noktadan hareketle ayırıcı özelliklerin tespitinde AC Nielsen tarafından yapılmış bir çalışma dikkate alınacaktır.

Anılan çalışmaya göre, tüketiciler modern perakendecilerin tercih edilme nedenleri; fiyat (%60.9), ürün çeşitliliği (%59), temizlik (%15.7), park yeri olanağı ve ulaşım kolaylığı (%5.2), kredi kartı kullanımı (%4.5), ürünlerin taze ve etiketli olması (%5.1), raf düzeni (%3.9), güvenilirlik (%1.7) ve büyüklük (%1.2) olarak sıralanmaktadır. Söz konusu ölçütler, bakkalları da kapsayacak şekilde geleneksel kesim ile modern kesim arasındaki farklılara işaret etmekte, modern perakendeciler arasında yapılacak ayırımlara da zemin teşkil etmektedir.

Yukarıda sıralanan tercih ölçütlerinin birçoğu modern kesimin tüm birimleri tarafından karşılanmaktadır. Bir diğer ifadeyle söz konusu ölçütlerin karşılanma oranı farklı perakende birimleri arasında kesin ayırımlar ortaya konmasına imkân vermeyecek ölçüdedir. Bu nedenle farklı ölçekteki perakende birimleri arasında yapılacak ayırıma temel teşkil edebilecek ölçütler fiyat ve ürün çeşitliliğidir. Diğer ölçütler ise fiyat ve ürün çeşitliliği bakımından benzer özelliklere sahip olan birimler arasında yapılacak tercihlerde etkili olacaktır.

Bu noktada ürün çeşitliliği unsurunun, esas olarak, boş zaman ve işlem maliyeti ile ilgisi bulunduğu vurgulanmalıdır. Bir başka şekilde ifade edersek, hane halkları uzun erimli ihtiyaçlarını karşılamak üzere belirli zaman aralıklarında alışveriş yapmakta, bu alışverişlerinde ihtiyaç duydukları ürün sepetinin tümünün karşılanmasına önem vermektedir. Aksi halde bazı mal ya da mal gruplarını farklı

## **REKABET Dergisi**

birimlerden satın almak böylece belirli bir işlem ve boş zaman maliyetine katlanmak zorunda kalınabilecektir.

Öte yandan fiyat ve ürün çeşitliliği ölçütlerinin dahi kesin ayrımlara olanak tanımayacağı düşünülmektedir. Zira gerek fiyat, gerekse ürün çeşitliliğine yönelik talep esnekliği, tüketicilerin sosyoekonomik koşulları, fiyat farklılığının gözlendiği ürünlerin parasal değerinin toplam ürün sepeti içindeki oranı gibi parametrelere göre değişmektedir.

Örneğin yüksek gelir grubu üyesi hane halkları fiyat değişikliklerine daha az duyarlılık göstermekte, boş zaman ve işlem maliyetlerinden mümkün olduğunca kaçınmaktadır. Öte yandan düşük gelirli hane halkları fiyatlara yüksek duyarlılık göstermekte, bununla birlikte genellikle aile bireylerinden bir ya da birkaçının çalışmaması nedeniyle boş zaman ve işlem maliyetine katlanabilmektedir.

Yukarıda yer verilen bilgilerin ışığında bildirim konusu devralma işlemine yönelik olarak alması pazar tanımlarının ortaya konması, hâkim durum değerlendirmesinin ise her bir pazar için yapılarak genel birtakım sonuçlara ulaşılması yerinde olacaktır.

Nihai ürün pazarı bakımından iki seçenekli bir pazar tanımı yapmak mümkün görünmektedir. Bunlardan birincisi indirim mağazaları hariç olmak üzere 1000 metrekareden küçük ve bu büyüklüğün üzerinde olan marketlerin farklı pazarlar olarak değerlendirilmesidir. Bu halde “indirim mağazaları”, “1000 metrekareden küçük” ve “1000 metrekareden büyük” marketler olmak üzere üç ayrı ürün pazarı tanımlanmış olacaktır.

Buradaki ayırım esas olarak indirim mağazalarının ve 1000 metrekare büyüklüğe sahip marketlerin ayırıcı niteliklerinden kaynaklanmaktadır. Bilindiği gibi, indirim mağazaları, ürün çeşitliliği büyük süpermarket ve hipermarketlere göre sınırlı olan, raf düzeni basit, düşük fiyatla satış yapan, düşük maliyetlerle çalışan ve marka portföyü ağırlıklı ulusal markalardan müteşekkil perakendeci birimlerdir.

1000 metrekare net satış alanı büyüklüğü ise, yukarıda ifade edildiği üzere, uzun erimli tüketim ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yapılan alışverişlerde, gereksinim duyulan ürün sepetinin tümünün karşılanmasına olanak tanıyacak sınırdır. Nitekim bu büyüklüğün üzerinde birimler, perakende sektöründe faaliyet gösteren aktörler tarafından büyük süpermarket olarak adlandırılmaktadır.

Tahmin edilebileceği üzere ilk alternatif, boş zaman ve işlem maliyetini önemseyen orta ve yüksek gelirli hane halkları dikkate alındığında anlamlı bir ayırım teşkil etmektedir. Ancak fiyat duyarlılığı yüksek, buna karşılık boş zaman

## **REKABET Dergisi**

ve işlem maliyeti duyarlılığı görece düşük, düşük gelirli hane halkları bakımından 1000 metrekare sınırının daha alt seviyelere çekilmesi muhtemeldir.

Bu sav esas olarak iki nedene dayanmaktadır. Bunlardan birincisi net satış alanı 300-400 metrekare seviyelerinde bulunan, bu nedenle genellikle şehir merkezinde mukim bazı marketlerin, satış alanlarını etkin kullanmak suretiyle tüketicilere geniş ürün gamı sunabilmesidir. Nitekim başvuru konusu işleme yönelik olarak yapılan yerinde incelemeler sırasında bu durumu örnekleyen çok sayıda teşebbüs tespit edilmiştir.

Örneğin bildirim konusu devralma işlemi sonrasında görece yüksek yoğunlaşma oranının gerçekleşeceği Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren, yerel zincir niteliği taşıyan Pehlivanoğlu unvanlı marketlerin 300-400 metrekare satış alanı içinde 6-8 bin kalem mal sattığı tespit edilmiştir.

İkinci neden ise, yukarıda ifade edildiği üzere, boş zaman ve işlem maliyeti duyarlılığı düşük hane halklarının, ürün çeşitliliği görece düşük satış birimlerinden uzun erimli tüketim ihtiyaçlarını mümkün olan en yüksek oranda karşılaması, karşılayamadığı ihtiyaçlarını farklı perakende satış birimleri veya perakende dışı satış birimlerinden temin edebilmesidir. Bu halde uzun erimli ürün sepetinin tümünü karşılayabilmesine olanak tanımamasına karşın görece küçük perakendecilerin, 1000 metrekare net satış alanının üzerinde bulunan perakende birimlerinin rakibi olarak değerlendirilmesi mümkündür.

Örneğin 300 metrekare büyüklüğünde bir marketin ortalama satış fiyatlarının, aynı tüketici grubunun ulaşabileceği sınırlar içinde faaliyet gösteren 1000 metrekare büyüklüğünde bir marketin ortalama fiyat seviyesinin altına düşmesi ya da büyük marketlerin fiyatlarını küçük birimlere göre daha yüksek oranda arttırması halinde anılan tüketici grubu, yüksek talep esnekliği nedeniyle, boş zaman ve işlem maliyetini göze alarak, ihtiyaçlarının önemli bölümünü indirim mağazaları dâhil olmak üzere, küçük marketlerden sağlayacak, tamamlayamadığı ihtiyaçlarının temini için diğer perakende birimlerine yönelebilecektir.

Yukarıda yer verilen açıklamalardan hareketle ikinci pazar seçeneği, “300 metrekare sınırının altında faaliyet gösteren marketler” ve “bu büyüklüğün üzerinde net satış alanına sahip olan marketler” olarak tanımlanacaktır.

300 metrekareden büyük ancak 1000 metrekareden küçük satış noktalarının 1000 metrekareden büyük marketlere rakip olarak ortaya çıktığı tespiti yapılırken, çok önemli bir hususu göz ardı etmemek gerekir: Şöyle ki, 300 metrekarelik satış alanına sahip bir perakendecinin, tüketicilerin tamamı

## **REKABET Dergisi**

bakımından, 1000 metrekareden büyük perakendecilerin rakibi olarak görüldüğü ileri sürülmektedir.

Yukarıda da açıklandığı üzere, alışveriş için yeterli vakti olmayan tüketiciler bakımından 1000 metrekareden küçük perakendecilerin 1000 metrekareden büyük perakendecilere alternatif olması zor olabilir. Ancak, ilgili ürün pazarları tüketicilerin genel eğilimlerine göre belirlenir. Tüketicilerin küçük bir kısmını oluşturan ve marjinal tüketim eğilimleri gösteren kitlelerden yola çıkarak yapılabilecek değerlendirmeler yanlış ürün pazarı tanımlamalarına yol açabilecektir.

Sonuç olarak bildirim konusu devralma işlemi çerçevesinde 300 metrekareden büyük satış alanına sahip perakendecilerin (indirim mağazası, market, süpermarket, büyük süpermarket ya da hipermarket olabilir) oluşturduğu pazar, hakim durum analizinin yapılacağı pazar olarak ele alınmaktadır.

### **H.2.1.2. Alım (Tedarik) Pazarı**

Üreticiler ile perakendeciler arasındaki pazarı nitelendirmek için kullanılan alım (tedarik) pazarı, bahse konu devralmadan etkilenecek diğer bir pazardır. Alım pazarında üretici açısından kritik faktörler üreticinin üretimini değiştirme ve üretimini farklı kanallarda satabilme esnekliğidir. Genelde üreticiler belli bir ürün veya ürün grubunda uzmanlaşarak üretim yapmaktadır. Örneğin bir süt üreticisi üretim kabiliyeti ile en fazla süt ve süt ürünlerini üretebilmekte, doğaldırki başka bir ürün grubunu, örneğin deterjanı üretebilmek için ilave yatırıma ve know how'a ihtiyaç duymaktadır. Üreticilerden süpermarket ortamında satılan ürünlerin hepsini üretmelerini beklemek, dolayısıyla tek bir tedarik pazarından bahsetmek mümkün değildir. Bu itibarla, alım gücüyle ilgili yapılacak incelemenin, üretim anlamında birbirine ikame teşkil eden ürünlerin bir araya geldiği ürün gruplarını ayrı ayrı ilgili pazarlar şeklinde tanımlamak suretiyle yapılması gerekmektedir. Sonuç olarak süpermarket ortamında satılan gıda ağırlıklı hızlı tüketim ürünleri dikkate alındığında, alım pazarı et ve et ürünleri, beyaz et ve yumurta ürünleri, unlu ürünler, sütü ürünler, bira, şarap ve alkollü içkiler, alkolsüz içkiler, sıcak içecekler (kahve ve çay), şekerli ürünler (çikolata, kek gibi), temel gıdalar (un, şeker, pirinç gibi), dondurulmuş ürünler, bebek mamaları, ev hayvanları yiyecekleri, vücut bakım ürünleri, ev temizlik ürünleri gibi ayrı ayrı belirlenebilir.

### **H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar**

#### **H.2.2.1. Tüketim Malları Perakende Pazarı**

Devralma işleminin tarafları Türkiye ölçeğinde faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte uzaklığa bağlı olarak il, hatta ilçe ölçeğinde modern



## **REKABET Dergisi**

perakendecilerin faaliyet alanlarının, diğer bölgelerden hissedilir derecede farklılık gösterdiği açıktır. Zira tüketiciler alışveriş amacıyla belirli bir sınır uzaklığı göze alabilecektir. Bu noktadan hareketle coğrafi pazarın sınırlarının anılan sınır uzaklığı tarafından belirleneceği ileri sürülebilecektir.

Söz konusu sınır uzaklık temelde rakip olarak görülen perakende birimlerinin fiyatları arasındaki farkın, bu mesafeyi kat etmek için gereken maliyeti ödünleyebileceği noktaya kadar genişletilebilecektir. Ancak bu noktada, anılan mesafeyi kat etmek için katlanılan maliyetin, parasal maliyetin yanı sıra işlem ve boş zaman maliyeti unsurlarını da ihtiva ettiği dikkate alınmalıdır. Bu sınır AB’de genel olarak otomobil ile 20 dakikalık uzaklık olarak kabul görmektedir. Bu sınırın Türkiye koşullarında anlamlı bir ölçü olup olmadığını tespit etmek üzere birçok değişkenin ayrıntılı bir biçimde tahlil edildiği bir çalışma henüz yapılmamıştır.

Öte yandan otomobil ile 20 dakikalık uzaklık sınırını ölçü almak bir dizi sorunu beraberinde getirmektedir. Bunların başında büyükşehirlerin durumu gelmektedir. Büyükşehirlerde ikamet eden tüketiciler bakımından il sınırları içinde kurulu tüm perakende birimlerin birbiri ile rekabet halinde bulunmadığı açıktır. Ancak 20 dakika uzaklık ölçüsü bölgeler arası sınırlarda ikamet eden tüketiciler bakımından sorun teşkil edebilecektir. Bir diğer sorun ise özellikle şehir merkezinde mukim tüketiciler bakımından trafik yoğunluğu, toplu taşıma olanakları arasındaki farklılıklardır.

Başvuru konusu işlemin değerlendirilmesi noktasında, yukarıda zikredilen sorunlar dikkate alınarak, sabit bir uzaklık sınırının ölçü alınmasından kaçınılmıştır. Bunun yerine, iller bakımından bölünemezlik esası benimsenmiş ve yoğunlaşmanın gerçekleşeceği tüm iller ayrı coğrafi pazarlar olarak tespit edilmiştir. Öte yandan, yukarıda ifade edildiği üzere, rekabet koşullarının açık bir biçimde farklılaşması olgusu dikkate alınarak yoğunlaşmanın gerçekleştiği il merkezi dışındaki ilçeler, diğer ilçe ve illerle olan uzaklığı dikkate alınarak ayrıca değerlendirilmiştir. İlçe bazında yapılan değerlendirmelerde ise, AB Komisyonu tarafından benimsenen otomobil ile 20 dakikalık uzaklık ölçütü dikkate alınmıştır.

Bu çerçevede başvuru konusu işleme taraf olan Migros ve Tansaş’ın birlikte faaliyet gösterdikleri; Aliağa, Dikili, Çeşme, Ödemiş, Balıkesir, Ayvalık, Burhaniye, Edremit (Altınoluk ve Akçay dahil), Aydın, Nazilli, Kuşadası, Söke, Didim, Bodrum, Marmaris, Turgutreis, Antalya, Manavgat, Kemer, Alanya, Manisa, Akhisar, Denizli, Sakarya, Kocaeli, Niğde, Eskişehir, Uşak, Bolu, Urla, İzmir, Ankara ve İstanbul ayrı coğrafi pazarlar olarak belirlenmiştir.

### **H.2.2.2. Alım (Tedarik) Pazarı**

## REKABET Dergisi

Alım (tedarik) pazarında coğrafi pazarın ulusal olarak belirlenmesi gerekmektedir. Perakendeciler alımlarını ağırlıklı olarak ulusal üreticilerden yapmalarına rağmen bölgesel veya yerel üreticilerden de alım yapmaktadır. Ancak bölgesel veya yerel olarak faaliyet gösteren üreticilerin ürünlerini diğer bölgelerde de pazarlamasının önünde herhangi bir engel bulunmamaktadır. Bu itibarla ilgili coğrafi pazar “Türkiye Cumhuriyeti sınırları” olarak belirlenmiştir.

### H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

İlgili coğrafi pazar olarak belirlenen il/ilçe merkezlerinde hakim durum analizi yaparken, bu merkezlerdeki 300 metre kareden büyük satış alanına sahip noktalar değerlendirmeye alınmıştır. Bu çerçevede ilgili coğrafi pazarlardaki yoğunlaşma oranlarına Tablo 4’te yer verilmiştir:

Tablo - 4 Migros ve Tansaş’ın Devralma Sonrası Pazar Payları

BÖLGELER	PAZAR PAYLARI
	300 M2 İÇİN
ALİAĞA	Yoğunlaşma yok <sup>(1)</sup>
DİKİLİ	Yoğunlaşma yok <sup>(1)</sup>
ÇEŞME	(.....)
ÖDEMİŞ	(.....)
BALIKESİR	(.....)
AYVALIK	(.....)
BURHANİYE	Yoğunlaşma yok <sup>(1)</sup>
EDREMİT	(.....)
AYDIN	(.....)
NAZİLLİ	(.....)
KUŞADASI	(.....)
SÖKE	(.....)
DİDİM	(.....)
BODRUM	(.....)
MARMARİS	(.....)
TURGUTREİS	(.....)
ANTALYA	(.....)
MANAVGAT	(.....)
KEMER	(.....)
ALANYA	(.....)

## REKABET Dergisi

MANİSA	(.....)
AKHİSAR	Yoğunlaşma yok <sup>(1)</sup>
DENİZLİ	(.....)
SAKARYA	Yoğunlaşma yok <sup>(1)</sup>
KOCAELİ	(.....)
ESKİŞEHİR	(.....)
NİĞDE	(.....)
UŞAK	(.....)
BOLU	(.....)
URLA	Yoğunlaşma yok <sup>(1)</sup>
İZMİR	- <sup>(5)</sup>
ANKARA	- <sup>(5)</sup>
İSTANBUL AVR.	- <sup>(5)</sup>
İSTANBUL ANAD.	- <sup>(5)</sup>

<sup>(1)</sup> Bu merkezlerde Migros'un mağazası 300 metrekare''den büyük olmadığı için yoğunlaşma yoktur.

<sup>(2)</sup> Büyükşehirlerde çok sayıda 300 metrekare''den büyük satış noktası olduğu için yoğunlaşma hesaplanmasına ihtiyaç duyulmamıştır.

Tablodan da görüleceği üzere, inceleme konusu devralma işlemi sonrasında, 1000 metrekareden büyük perakendecilerin oluşturduğu pazar dikkate alındığında, Çeşme, Edremit, Nazilli, Kuşadası, Marmaris ve Eskişehir coğrafi bölgelerinde tarafların toplam pazar payı önemli seviyelere ulaşacaktır. Bu pazar tanımına göre; tarafların pazar payı Çeşme'de %100, Edremit'te %(...), Nazilli'de %100, Kuşadası'nda %100, Marmaris'te %(...) ve Eskişehir'de %(...) seviyesindedir. İlgili pazar tanımında kullanılan eşğin 300 metrekareye kadar düşürülmesi halinde, tarafların toplam pazar payı Çeşme'de %(...), Edremit'te %(...), Nazilli'de %(...), Kuşadası'nda %(...), Marmaris'te %(...) ve Eskişehir'de %(...) düzeyinde gerçekleşmiştir. İnceleme konusu devralma işlemi sonrasında tarafların pazar payının önemli seviyelere ulaşacağı bu pazarlara ilişkin olarak aşağıdaki tespitlerde bulunulmuştur:

### H.3.1. Yapılan Tespitler

#### H.3.1.1. Çeşme

Çeşme ilçesindeki perakende satış noktaları şunlardır:

Tablo - 5 Çeşme Bölgesindeki Marketler

MAĞAZA ADI	FORMAT	SATIŞ ALANI (m <sup>2</sup> )	CİRO (YTL)	ÜRÜN SAYISI	KASA SAYISI
------------	--------	-------------------------------	------------	-------------	-------------

## REKABET Dergisi

Migros1	b.süpermarket	1.455	(.....)	-	13
Migros2	market	300	(.....)	-	4
Tansaş1	b.süpermarket	1.036	(.....)	-	12
Tansaş2	süpermarket	575	(.....)	6.073	6
Pehlivanoglu	market	400	(.....)	-	3
Bim1	indirim mağ.	300	(.....)	-	2
Bim1	indirim mağ.	300	(.....)	-	2

1. Çeşme Belediyesi İmar Müdürü ve Emlak Müdürü görüşmede aşağıdaki hususları ifade etmişlerdir.

*“...Çeşme’de büyük süpermarket yapmaya uygun iki alan bulunmaktadır... Çeşme’nin %85’inde sit alanı olduğu için inşaat alanı oldukça kısıtlıdır. Buralar Koruma Kurulu iznine tabidir. Belediye önceliği halen planı olan arazilerin kullanıma açılmasına vermektedir. Bölgemizde inşaat ya da izin aşamasında bir büyük mağaza girişimi bulunmamaktadır...”*

### H.3.1.2. Edremit

Edremit ilçesi ile birlikte Akçay ve Altınoluk ilçelerini de kapsayacak coğrafi pazardaki perakendeciler şunlardır:

Tablo -6 Edremit Bölgesindeki Marketler

MAĞAZA ADI	FORMAT	SATIŞ ALANI (m <sup>2</sup> )	CİRO (YTL)	ÜRÜN SAYISI	KASA SAYISI
Migros1	b.süpermarket	1.720	(.....)		11
Migros2	b.süpermarket	1.390	(.....)	10.700	10
Tansaş1	b.süpermarket	1.502	(.....)	8.002	13
Tansaş2	b.süpermarket	1.323	(.....)	8.563	10
Tansaş3	süpermarket	521	(.....)		5
Tansaş4	market	352	(.....)	4.414	6
Gima	b.süpermarket	1.416	(.....)	-	8
İşcan	market	320	(.....)	-	2
Pehlivanoglu	market	300	(.....)	-	2
Bim	indirim mağ.	450	(.....)	-	3

\*Haziran 2005’de Altınoluk’ta açılan bu mağazanın ortalama aylık cirosu (.....) YTL’dir. Yıllık toplam cironun yaklaşık yarısı Haziran, Temmuz, Ağustos aylarında elde edildiğinden, bu aylık ortalama ciro 12 yerine 6 ile çarpılarak yıllık tahmini ciro rakamı bulunmuştur.

## **REKABET Dergisi**

1. Yapılan yerinde incelemeler sırasında, Edremit Belediye Başkanı ve Belediye Meclis Üyesi ve İşcan Marketleri sahibi ile yapılan görüşmelerde aşağıdaki hususları dile getirmişlerdir:

*“Edremit merkezinde bir maxi Tansaş var. Migros şehir dışında... Edremit'te arazi fiyatları çok yüksektir... büyük mağaza açılabilir tek arazi yine belediyeye ait olan otogar arazisidir. Ancak buraya Edremitli esnafın da dükkan açabileceği çok iyi bir alışveriş merkezi yapılması teklifi gelmediği sürece 3,5 yıllık süre zarfında bir başka büyük markete izin vermeyi planlamıyoruz... Edremit'te hipermarket arazisi bulmakta güçlük çekileceğini düşünmüyoruz... Edremitlilerin alışveriş yaptığı yerler Edremit şehir merkeziyle sınırlı değildir. Yakında olan Akçay, Altınoluk ve Küçükkuyu'dan da alışveriş yapabilir... Tansaş İşcan Yeniçağ, Pehlivanoğlu gibi mağazaların fiyatlarını takip eder, bakkalların fiyatlarını takip etmez. Şu an bölgede süren tek büyük market inşaatı Akçay'da Gima'nın hemen yanına yapılan Migros inşaatıdır...Önümüzdeki dönemde yerel zincirlerin ulusal zincirlerle mücadele edemeyip, devretme yoluna gideceklerini düşünmüyoruz.”*

2. Yeniçağ Gıda Ltd. Şti. sahibi ile yapılan görüşmede aşağıdaki hususları belirtmiştir:

*“...Migros ya da Tansaş'ın büyük mağazalarının bizim rakibimiz olduğunu düşünmüyoruz. Bu mağazalar birbirlerinden müşteri çalarlar. Bizim mağazalarımız daha çok ikincil alışverişe hizmet ediyor. Tansaş'ın Ege Bölgesi'nde ciddi bir marka gücü bulunmaktadır. Ancak şu anda Körfez bölgesinin zincir mağazalar açısından doygunluğa ulaştığını düşünmüyoruz. Hatta bazı zincirlerin mağazaları kapanma yoluna bile gidebilir.*

*Ayrıca, Tansaş'ın Küçükkuyu ve Altınoluk'taki küçük mağazaları; BİM'in de Altınoluk'taki küçük mağazası sezon dışında kapanmaktadır. Akçay'da bir adet inşa halinde MM Migros bulunmaktadır... Migros'un fiyatlandırma politikası Tansaş kadar agresif değildir. O yüzden bu birleşmenin bizim işlerimiz açısından büyük zarar getireceği endişesi içinde değilim...”*

3. Gima TAS Akçay Satış Mağazası Müdürü ile yapılan görüşmede aşağıdaki hususlar ifade edilmiştir :

## REKABET Dergisi

“...Bölgede rakip olarak sadece Tansaş ve Migros’u görüyoruz. İşcan ve Yeniçağ gibi mağazalar ancak ikincil alışveriş yapılan yerel zincirlerdir... Tüketici nüfusu hissedilebilir bir derece büyüme eğiliminde değildir. Bu bağlamda, bir iki yıl içinde bölgemizde organize perakendecilik sektöründe hareket beklemiyorum.”

### H.3.1.3. Nazilli

Nazilli ilçesinde faaliyet gösteren perakende satış noktaları şunlardır:

Tablo -7 Nazilli Bölgesindeki Marketler

MAĞAZA ADI	FORMAT	SATIŞ ALANI (m <sup>2</sup> )	CİRO (YTL)	ÜRÜN SAYISI	KASA SAYISI
Migros	b.süpermarket	2.000	(.....)	10.700	9
Tansaş 1	b.süpermarket	1.175	(.....)	7.151	8
Tansaş 2	market	225	(.....)	3.356	3
Pehlivanoğlu 1	süpermarket	700	(.....)	4.400	4
Pehlivanoğlu 2	süpermarket	450	(.....)	4.400	2
Gün market	market	350	(.....)	-	3
Kartal market	market	300	(.....)	-	2
Maxi market	Market	300	(.....)	4.770	1

1. Nazilli Belediyesi İmar İşleri Müdürü ile yapılan görüşmede ilçe merkezinde yeni marketlerin açılabilmesinin olanaklı olup olmadığına yönelik şu hususlar kendileri tarafından ifade edilmiştir:

“...Şehir merkezinde 1000m<sup>2</sup> üzerinde mağaza açmak için yeterli alan mevcut değil. Ancak 2 km<sup>2</sup>'lik bir yay içinde uygun arsalar bulunmaktadır... Halihazırda izin aşamasında bulunan bir mağaza talebi yoktur.”

2. İlçe genelinde işlemin taraflarına en ciddi rakip Pehlivanoğlu markettir. Grubun toplam 700m<sup>2</sup> ve 350m<sup>2</sup> satış alanına sahip iki marketi bulunmaktadır.

### H.3.1.4. Kuşadası

Davutlar dahil olmak üzere Kuşadası ilçesindeki perakende satış noktaları şunlardır:

Tablo - 8 Kuşadası Bölgesindeki Marketler

MAĞAZA ADI	FORMAT	SATIŞ ALANI (m <sup>2</sup> )	CİRO (YTL)	ÜRÜN SAYISI	KASA SAYISI
Migros 1	b.süpermarket	1.650	(.....)	10.700	13
Migros 2	süpermarket	550	(.....)	5.700	6

## REKABET Dergisi

Migros3	süpermarket	545	(.....)	5.700	5
Tansaş1	b.süpermarket	1.246	(.....)	8.585	10
Tansaş2	süpermarket	400	(.....)	5.499	6
Tansaş3	süpermarket	642	(.....)	6.101	7
Pera market	süpermarket	500	(.....)	-	4
Başaranlar1	süpermarket	400	(.....)	-	4
Başaranlar2	süpermarket	400	(.....)	-	4
Pehlivanoğlu	market	350	(.....)	7.000	3
Yedi Palmiye	market	300	(.....)	-	3
Çağdaş	market	300	(.....)	-	2
Bim	indirim mağ.	500	(.....)	-	3
Endi	indirim mağ.	400	(.....)	3.000	3

1. Kuşadası Belediyesi Fen İşleri Müdür Vekili ile yapılan görüşmede yerleşim merkezinde yeni marketlerin açılabilmesinin olanaklı olup olmadığına yönelik şu hususlar ifade edilmiştir:

*“...Şehir merkezinde mağaza açmak için konut alanı niteliği taşımayan, ticaret alanı olarak tanımlanmış binalar için başvurular yapılması gerekmektedir. Ancak şehir içinde bu nitelikte tek katlı, geniş alana yayılmış bina bulunmamaktadır, bu nitelikte bir binanın inşası için arsa bulmak güçtür...”*

2. Kuşadası genelinde işlemin taraflarına en ciddi rakip Pehlivanoğlu markettir. Toplam 350m<sup>2</sup> satış alanına sahip marketin fiyat belirlemede özellikle Tansaş'ı dikkate aldıkları ve bu anlamda en ciddi rakip olarak onu gördükleri mağaza müdür yardımcısı Aslı Güler tarafından ifade edilmiştir .

### H.3.1.5. Marmaris

Marmaris ilçesinde faaliyet gösteren perakende satış noktalarına Tablo 9'da yer verilmiştir.

Tablo - 9 Marmaris Bölgesindeki Marketler

MAĞAZA ADI	FORMAT	SATIŞ ALANI (m <sup>2</sup> )	CİRO (YTL)	ÜRÜN SAYISI	KASA SAYISI
Migros	b.süpermarket	2.450	(.....)	14.000	20
Tansaş1	Hypermarket	3.372	(.....)	11.569	30
Tansaş2	Market	240	(.....)	3.213	5
Gima	Hypermarket	2.500	(.....)	-	15
Söğütlü1	Supermarket	500	(.....)	9.000	4

## REKABET Dergisi

Söğütlü2	Market	500	(.....)	9.000	3
Pehlivanoglu1	Market	300	(.....)	5.500	4
Pehlivanoglu2	Market	350	(.....)	5.500	3
Beldibi Gıda	Market	375	(.....)	-	2
Mutlular Gıda	Market	350	(.....)	-	1
Bim	İndirim mağ.	450	(.....)	-	3

Marmaris Belediyesi yetkilileri ile yapılan görüşmede; Marmaris merkezinde 1000 metrekarenin üzerinde mağaza açmak için ticari alan içinde uygun yer bulunmadığı, ancak merkeze otomobil ile 15-20 dakika uzaklıkta bulunan Armutalan ve İçmeler sınırları içinde bu büyüklükte arsalar bulunabileceği ifade edilmiştir.

### H.3.1.6. Turgutreis

Turgutreis ilçesinde faaliyet gösteren perakende satış noktalarına Tablo 10'da yer verilmiştir.

Tablo - 10 Turgutreis Bölgesindeki Marketler

MAĞAZA ADI	FORMAT	SATIŞ ALANI (m <sup>2</sup> )	CİRO (YTL)	ÜRÜN SAYISI	KASA SAYISI
Migros	b.süpermarket	1.000	(.....)	10.700	11
Şok1	İndirim mağ.	504	(.....)	2.000	3
Şok2	İndirim mağ.	199	(.....)	2.000	3
Tansaş1	Supermarket	994	(.....)	8.025	8
Tansaş2	Supermarket	800	(.....)	7.199	8
Kipa	Hypermarket	5.000	(.....)	25.000	34
Gima	b.süpermarket	1.100	(.....)	-	10

Turgutreis ilçesine ilişkin olarak taraflardan alınan ilk bilgilerde, yeni açılan Kipa markete dair herhangi bir bilgi olmadığı için bu ilçe de inceleme altına alınmış, ancak Kipa ve Gima gibi rakiplerin olduğu ilçede devralma sonrası yoğunlaşmanın 1000 metrekare ve üzeri pazar tanımı için %20, 300 metrekare ve üzeri pazar tanımı için %26'ya ulaşacağı tespit edilmiştir.

### H.3.1.7. Eskişehir

Eskişehir ilindeki perakende satış noktalarına Tablo 11'de yer verilmiştir.



## REKABET Dergisi

Tablo - 11 Eskişehir Bölgesindeki Marketler

MAĞAZA ADI	FORMAT	SATIŞ ALANI (m <sup>2</sup> )	CİRO (YTL)	ÜRÜN SAYISI	KASA SAYISI
Migros1	Supermarket	520	(.....)	5.700	5
Migros2	b.süpermarket	1.500	(.....)	10.700	10
Migros3	b.süpermarket	2.290	(.....)	10.700	14
Tansaş1	Supermarket	418	(.....)	4.908	4
Tansaş2	Supermarket	728	(.....)	5.456	4
Tansaş3	Supermarket	644	(.....)	6.554	7
Tansaş4	Supermarket	960	(.....)	7.567	10
Tansaş5	Supermarket	932	(.....)	7.553	7
İsmar	Hypermarket	5.000	(.....)	16.000	
Esmar1	b.süpermarket	1.200	(.....)	-	4
Yimpaş	Supermarket	800	(.....)	-	6
Esmar2	Supermarket	550	(.....)	-	4
Makro	Supermarket	500	(.....)	-	5
Bim	indirim mağ.	400	(.....)	-	2
Ekomar	Supermarket	400	(.....)	-	4
Gül Gıda	Supermarket	400	(.....)	-	2
Neşeli	Supermarket	400	(.....)	-	3
Nokta	Supermarket	400	(.....)	-	1
Simge	Supermarket	400	(.....)	-	5
Sultan	Supermarket	400	(.....)	-	3
Tempo	Supermarket	400	(.....)	-	5
Bim	indirim mağ.	350	(.....)	-	2
Kaymazlar	Market	350	(.....)	-	2
Çakır	Market	330	(.....)	-	2
Evko	Market	325	(.....)	-	2
Beyaz	Market	300	(.....)	-	2
Bim	İndirim mağ.	300	(.....)	-	2
Esmar	Market	300	(.....)	-	2
Esmar	Market	300	(.....)	-	2
Ges-İş1	Market	300	(.....)	-	2
Ges-İş2	Market	300	(.....)	-	2
Mustafa T.Gıd	Market	300	(.....)	-	3
Odak	Market	300	(.....)	-	3

1. Eskişehir İsmar Mağaza Müdürü ile yapılan görüşmede aşağıdaki hususlar dile getirilmiştir:

## REKABET Dergisi

“...Eskişehir’in yerleşik nüfusu 450 bin, öğrenciyle beraber nüfus 600 – 650 bini bulur. Pazarın şu anda doyduğunu düşünüyorum. Şehir merkezinde 300 metrekaresinin üzerinde alana sahip mağaza inşa edecek arazi yok...”

2. Esmar Eskişehir Marketçilik Gıda ve İhtiyaç Mad. Ltd. Şti ortağı ile yapılan görüşmede aşağıdaki hususlar ifade edilmiştir:

“...Eskişehirde yeni mağaza açılması için potansiyel görmüyorum. Müşteri portföyümüz daha dar gelirli ve yaşlı kesimden oluşmaktadır. Son mağazamızı 2 yıl önce açtık. Yeni mağaza açma planımız bulunmamaktadır...”

3. Eskişehir Belediyesi İmar Dairesi Başkanı ile yapılan görüşmede aşağıdaki hususlar belirtilmiştir:

“Şehir merkezinde şu anda açık olan Migros ve Tansaş’ların dışında büyük süpermarket yapacak yer zor bulunmakla beraber; merkeze çok yakın yerlerde bu tip mağaza açmaya uygun bir çok alan bulunmaktadır. Bu alanların mağaza açılabilir hale getirilebilmesi için de belediyeler gerekli projeleri hazırlamaktadır...belediyenin yeni projelendirdiği alanlara alveriş merkezi yapılabilir. Bundan sonra süpermarket pazarı doyuma yaklaştığı için pazarın alışveriş merkezleriyle büyüyeceğini düşünüyorum.”

### H.3.1.8. Niğde

Niğde ilindeki perakende satış noktalarına Tablo 12’de yer verilmiştir.

Tablo - 12 Niğde Bölgesindeki Marketler

MAĞAZA ADI	FORMAT	SATIŞ ALANI (m <sup>2</sup> )	CİRO (YTL)	ÜRÜN SAYISI	KASA SAYISI
Migros	b.süpermarket	1.006	(.....)	10.700	6
Tansaş	b.süpermarket	1.206	(.....)	8.068	10
Okyanus	hipermarket	3.500	(.....)	20.000	5
Elma Center	b.süpermarket	2.500	(.....)	23.000	8
Beğsan1	b.süpermarket	1.500	(.....)	9.500	5
Beğsan2	b.süpermarket	1.200	(.....)	9.500	3
Kardelen1	süpermarket	850	(.....)	8.000	5
Kardelen2	market	200	(.....)	6.000	3
Kardelen3	market	200	(.....)	6.000	3

## REKABET Dergisi

Kardelen4		175		4.000	2
-----------	--	-----	--	-------	---

1. Niğde Belediyesi İmar İşleri Müdürü şehir merkezinde yeni bir market açılma potansiyelini şu şekilde değerlendirmiştir:

*“Niğde ilinde Hıdırlık bölgesi haricinde büyük marketler için özel olarak yer ayrılmamıştır. Ancak, ticarethaneler için ayrılan yerlere market açılabilir. İl merkezinde 1000 m2 üzerinde market açabilmek için yeterli yer hem arsa hem de bina olarak bulunabilmektedir... Migros Tansaş birleşmesinden Niğde'deki tüketicilerin zarar göreceğini sanmıyorum. Birleşme sonrasında bu firmalar fiyatlarını yükseltme eğilimi gösterirlerse tüketiciler alternatif marketlere rahatlıkla yönelebilirler.”*

2. Migros ve Tansaş'ın Niğde ilindeki en büyük rakiplerinden Elma Center Mart 2005'de faaliyet göstermeye başlamıştır. Şirketin Müdürü inceleme konusu devralma işleminin tüketiciye zarar vermeyeceği yönündeki görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir:

*“...Bu birleşmenin Niğde'deki tüketicilere zarar vereceğini düşünmüyorum. Zira, başta biz olmak üzere ilde yeterince alternatif market bulunmakta ...”*

3. Yaklaşık 13 yıldır perakende sektöründe faaliyet gösteren Beğsan Ltd. Şti.'nin Niğde'de iki adet marketi bulunmaktadır. Şirketin Satın Alma Müdürü Niğde ili perakende pazarına ilişkin olarak aşağıdaki hususları belirtmiştir:

*“...Şu anda tahminlerime göre Niğde ilinde, Tansaş %25, Migros %10, Kardelen %30, Beğsan %20 ve Köşem, Özden ve Bim %5'er pazar payına sahip. Migros Tansaş birleşmesinden sonra bu firmalar sağlayıcılar karşısında önemli bir alım gücüne ulaşarak bize göre düşük fiyattan mal alabileceklerdir. Birleşmenin piyasada tek olumsuz etkisi bu olabilir. Tüketici açısından sorun yaratmayacaktır.”*

4. Niğde ilinin yerel perakendecilerinden Kardelen Ltd. Şti.'nin şehir merkezinde dört marketi bulunmaktadır. Şirket Müdürü'nün inceleme konusu devralma işlemine ilişkin görüşleri şu şekildedir:

*“...Migros Tansaş birleşmesi sonrasında bu iki firmanın fiyat stratejilerini değiştireceklerini sanmıyorum. Migros üst gelir düzeyindeki müşterilere yüksek fiyatlarıyla hitap etmeye devam*

## REKABET Dergisi

edecek. Tansaş ise muhtemelen düşük fiyatlarını sürdürecektir. Migros Tansaş birleşmesi sonrasında tekelleşme gibi bir tehlike kesinlikle sözkonusu olmaz. Zira şu anda Niğde’de Migros ve Tansaş’a alternatif yeterince market var.”

### H.3.1. 9. Bolu

Bolu ilinde faaliyet gösteren marketlere Tablo 13’te yer verilmiştir.

Tablo -13 Bolu Bölgesindeki Marketler

MAĞAZA ADI	FORMAT	SATIŞ ALANI (m <sup>2</sup> )	CİRO (YTL)	ÜRÜN SAYISI	KASA SAYISI
Migros	b.süpermarket	1.755	(.....)	10.700	13
Tansaş	b.süpermarket	857	(.....)	6.926	6
Erşen	b.süpermarket	1.000	(.....)	5.750	7
Yılmar1	Süpermarket	400	(.....)	-	2
Yılmar2		400		-	2
Çatladılar1	Süpermarket	600	(.....)	6.000	3
Çatladılar2		600		6.000	3
Savcılar1	Süpermarket	500	(.....)	4.000	2
Savcılar2	Market	180		2.500	1

1. Bolu Belediyesi İmar Müdürü, şehir merkezinde yeni marketlerin açılıp açılmayacağı konusunda aşağıdaki hususları belirtmiştir:

“...Şehir merkezinde tek kat üzerine olmasa bile iki kat üzerine 1000 m2 satış alanına sahip market yeri bulmak mümkündür. Dolayısıyla, market açılması için yer bakımından herhangi bir sıkıntı yok. Şu anda Bolu’da inşaat veya izin aşamasında market bulunmamaktadır.”

2. Bolu ilinde Migros ve Tansaş mağazalarının en büyük rakibi olan Er-Şen ve Yılmar mağazalarının sahibi, inceleme konusu devralma işleminin şehir merkezindeki rekabete muhtemel etkileri konusunda aşağıdaki görüşleri aktarmıştır:

“...Merkezde 500 m2 satış alanına sahip yeni marketler açılması mümkün. Bizim rakiplerimiz Migros, Tansaş, Bim ve Çatladılar gibi marketlerdir. Migros Tansaş’ı satın alması durumunda tüketicinin bundan zarar göreceğini düşünmüyorum. Ancak devralma sonrasında bizi piyasa dışına atmak için fiyatların aşırı düşürülmesi

## **REKABET Dergisi**

*söz konusu olabilir. Öyle bir durum olursa biz de Rekabet Kurumu'na şikayet ederiz..."*

3. Bolu şehir merkezinde iki market ile Çatladılar markası altında yaklaşık 10 yıldır faaliyetlerini sürdüren Çatladioğlu Ltd. Şti. Müdürü aşağıdaki hususları dile getirmiştir:

*"...Tansaş, Migros ve Er-Şen bizim doğrudan rakiplerimiz. Bu firmalar da bizi rakip olarak görüyorlar. Yine Bim de bizim rakiplerimiz arasında.*

*Bolu'da 1000 m2'lik mağaza açabilecek yerler var. Migros-Tansaş birleşmesinin tüketiciye olası etkilerini şu anda kestirmek oldukça zor. Birleşme sonrasında, Migros mağazalarının şu ana kadar sürdürdüğü fiyat politikasını değiştireceğini sanmıyorum..."*

### **H.3.2. DEĞERLENDİRME**

#### **H.3.2.1. Kontrol Değişikliği**

Dosya konusu devralma işlemi, Tansaş Perakende Mağazacılık Ticaret A.Ş.'ne ait Doğuş Holding A.Ş. ile bağlantılı teşebbüsleri tarafından kontrol edilen %70.77 oranındaki hissenin Koç Holding A.Ş. ile onun bağlantılı teşebbüsü Migros Türk Ticaret A.Ş. tarafından devralınmasına ilişkindir. Taraflar arasında "Hisse Devir ve Temlik Sözleşmesi" (Devir Sözleşmesi) 18 Ağustos 2005 tarihinde imzalanmıştır. Devralma işlemi ile birlikte teşebbüsün kontrol hisselerinin yanısıra sahip olduğu ve söz konusu sözleşmenin ekinde sıralanan marka, patent, endüstriyel tasarım, logo, internet alan adı ve bunlar gibi fikri ve sınai mülkiyet hakları da Koç grubuna geçmektedir.

1997/1 sayılı Tebliğ'in "Birleşme veya Devralma Sayılan Haller" başlıklı 2. maddesinin; "Herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün malvarlığını yahut ortaklık paylarının tümünü veya bir kısmını ya da kendisine yönetimde hak sahibi olma yetkisi veren araçları devralması veya kontrol etmesi" şeklindeki (b) bendine göre devre konu teşebbüs üzerindeki kontrolün değişmesi Tebliğ kapsamındadır. Bu itibarla dosya konusu devir işlemi, bağımsız teşebbüsler arasında gerçekleştiğinden ve devre konu Tansaş Perakende Mağazacılık Ticaret A.Ş.'nin kontrolü el değiştirdiğinden, ilgili Tebliğ kapsamında olduğu açıktır.

Aynı Tebliğ'in (1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik) 4. maddesinde, "...birleşme veya devralmayı gerçekleştiren teşebbüslerin, ülkenin tamamında veya bir bölümünde ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının, piyasanın %25'ini aşması halinde veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmibeş

## REKABET Dergisi

trilyon Türk Lirasını (yirmibeşmilyon Ytl) aşması halinde Rekabet Kurulu'ndan izin almaları zorunludur." hükmü yer almaktadır.

Tarafların ilgili ürün pazarının en geniş tanımı (organize perakende pazarı) çerçevesinde 2004 yılında elde ettikleri toplam ciro (yurt içi net satışlar) ve pazar payı rakamları aşağıdaki gibidir:

	<u>Net Satışlar (Bin YTL)</u>	<u>Pazar Payı (%)</u>
Koç grubu:		
Migros	1.901.310	14.1
Doğuş grubu:		
Tansaş	1.074.762	8

Yukarıdaki veriler ışığında, dosya konusu işleme ilişkin ilgili pazar en geniş haliyle belirlense dahi ilgili teşebbüslerin bu pazarda elde ettikleri ciroları yönüyle gerçekleştirilecek devir işlemi 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında Rekabet Kurulu iznine tabi bulunmaktadır.

### H.3.2.2. Hakim Durum Değerlendirmesi

Bilindiği üzere, ne 4054 sayılı Kanun'da ne de ilgili ikincil mevzuatta hakim durumun belirlenmesine ilişkin mutlak ölçütler (pazar payı, ciro, vs.) bulunmamaktadır. Bununla birlikte, 1997/1 sayılı Tebliğ'in 6. maddesinde, Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir değerlendirme yapılırken özellikle hangi hususların dikkate alınması gerektiği belirtilmektedir. Söz konusu maddede;

*"Bu değerlendirmelerde özellikle:*

*a) İlgili piyasanın yapısı ve ülke içinde veya dışında yerleşmiş olan teşebbüslerin fiili ve potansiyel rekabeti bakımından ülkedeki etkin rekabetin korunması ve geliştirilmesi ihtiyacı;*

*b) İlgili teşebbüslerin, pazardaki durumu, ekonomik ve mali güçleri, sağlayıcı ve kullanıcı bulabilme alternatifleri, arz kaynaklarına ulaşabilme veya pazarlara giriş olanakları; pazara girişte herhangi bir yasal veya diğer giriş engelleri, ilgili mal ve hizmetlere olan arz-talep eğilimleri, aracı ve son tüketicilerin menfaatleri, rekabet engeli şeklinde olmayan ve tüketiciye avantajlar sağlayan teknik ve ekonomik süreçteki gelişmeler ve diğer hususlar göz önünde tutulur."* şeklindeki ifadelerle, birleşme ve devralmalar bağlamında hakim durum analizlerinde dikkat edilmesi gereken noktalara işaret edilmektedir. Bu analiz ölçütleri temelinde, hakim durum yönüyle devralmaya ilişkin tespit ve değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

## **REKABET Dergisi**

### **H.3.2.2.1. Tarafların Pazar Payları**

Hakim durum denilince akla gelen ilk kavram bir ekonomik güç, başka bir deyişle pazar gücü olmaktadır. Pazar gücünün en büyük göstergelerinden birisi ise, teşebbüslerin sahip olduğu pazar paylarıdır. Ancak, hakim durum kavramına, Kanun'daki tanımda belirtildiği üzere, piyasadaki diğer aktörlerin davranışlarını dikkate alma zorunluluğunda olmadan, özellikle fiyatları belirleyebilme gücü şeklinde bir anlam yüklendiğinde, yüksek pazar payları ile hakim durum arasında mutlak doğrusal gibi görünen ilişkinin, esasında görüldüğü gibi olmayabileceği sonucu çıkmaktadır.

Ancak yine de, yaygın olarak kabul edilen görüş, yüksek pazar payının hakim durumun en büyük göstergesi olduğudur. Ters durumlar için ise daha kuvvetli bir görüş birliği mevcuttur. Yani, çok düşük pazar paylarına sahip teşebbüslerin hakim durumda olamayacağı kabul edilmektedir. Ülkemiz mevzuatında, bu limit 1997/1 sayılı Tebliğ ile %25 olarak belirlenmiştir. Birleşme ve devralmaların Rekabet Kurulu'na bildirim zorunluluğu için sınır kabul edilen bu oranın altındaki yoğunlaşmaların *per se* hakim durum yaratmayacağı ve rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açmayacağı varsayılmaktadır. Öte yandan, yukarıda da ifade edildiği üzere, mevzuatımızda yoğunlaşmaları doğrudan hakim durum konumuna sokabilecek pazar payı eşikleri bulunmamakta, her olay kendi özellikleri çerçevesinde değerlendirilmektedir. Nitekim, Rekabet Kurulu, 3.11.2000 tarih ve 00-43/464-254 sayılı *İGSAŞ/Toros Gübre* kararında yaklaşık % 46 oranındaki bir yoğunlaşmayı yasaklarken, örneğin 2.5.2000 tarih ve 00-16/160-82 sayılı *Cisco/IBM* kararında % 70.5'lik yoğunlaşma oranını hakim durumun tespiti için yeterli görmemiştir.

Dolayısıyla, pazar payı, hakim durumun tespitinde iyi bir ilk hareket noktası olmakla birlikte, tek başına sonucu belirlemek için yeterli değildir.

### **H.3.2.2.2. Nispi Pazar Payları**

Hakim durum analizlerinde, yoğunlaşmaya taraf teşebbüslerin işlem sonrası pazar büyüklükleri kadar, pazardaki diğer teşebbüslerin payları da oldukça önemli bir göstergedir. Piyasadaki gerçek rekabet koşullarının (actual competition) belirlenmesinde dikkate alınması gereken bu husus, birleşen tarafların halihazırda ne kadar rekabetçi bir baskı altında faaliyet gösterdiklerine dair bilgiler taşımaktadır. Eğer piyasada pazar payı finansal büyüklük, araştırma-geliştirme gücü, ürün çeşitliliği gibi ölçütler bakımından yeterince rekabetçi baskı yaratabilecek büyüklükte rakipler varsa, yoğunlaşma ile yüksek sayılabilecek pazar paylarına ulaşılması bile hakim duruma gelmesi anlamını taşımayabilmektedir. Öte yandan, eğer pazarın geri kalanı yoğunlaşma ile oluşan

## **REKABET Dergisi**

teşebbüsün pazar payına göre çok düşük paylara sahip teşebbüslerden oluşuyorsa, yüksek pazar payı hakim durumun göstergesi sayılabilmektedir.

Sonuç olarak, yoğunlaşma neticesinde oluşacak teşebbüsün pazar payı ile pazardaki diğer teşebbüslerin payları arasındaki büyük fark, hakim durumun varlığını kuvvetlendirici bir unsur olarak görülebilmektedir.

### **H.3.2.2.3. Müşterilerin Alım Gücü**

Bir firmanın, satışları içerisinde nispeten büyük montanlı alım yapan, güçlü müşterileri varsa, bu müşterilerin firmanın satış politikaları üzerinde belli oranda etkisi bulunmakta, bu tür müşteriler küçük müşterilere göre daha yüksek pazarlık gücüne, en iyi indirim oranlarına ve en elverişli alım koşullarına sahip olmaktadır. Ancak, firmanın satışları çok sayıda alıcıya bölünmüşse ve bu alıcılar da söz konusu miktarın çok küçük bölümlerini talep ediyorsa, bu durumda alıcıların gücünden pek fazla söz edilemeyecektir. Dosya konusu bakımından da bu durum geçerlidir.

### **H.3.2.2.4. Potansiyel Rekabet-Pazara Giriş Engelleri**

Potansiyel rekabet kavramı, pazarda halihazırda herhangi bir faaliyeti bulunmamakla birlikte pazara giriş ihtimali olan teşebbüslerin yarattığı etki olarak tanımlanabilir. Potansiyel rekabet, gerçek manada mevcut olmamasına ve pazar payı şeklinde ölçülememesine rağmen, piyasada rekabetçi bir baskı oluşturmakta ve dolayısıyla pazardaki aktif teşebbüslerin pazar gücünü azaltmaktadır.

Potansiyel rekabetin, ilgili pazardaki teşebbüslerin davranışları üzerinde disipline edici bir etkisinin olup olmaması hususu, temel olarak söz konusu pazardaki giriş engellerinin derecesine bağlıdır. Eğer pazara giriş engelleri düşük ve bu itibarla girişler kolay ve kısa sürede olabiliyorsa, potansiyel rekabet pazardaki etkin rekabetin bir parçası olarak düşünülmektedir. Öte yandan, pazara giriş engelleri yüksek ve dolayısıyla pazara girişler zor ve ancak uzun vadede mümkünse, potansiyel rekabet olgusunun pazardaki rekabetçi yapı üzerinde kayda değer bir etkisinin bulunmadığı kabul edilmektedir.

Potansiyel rekabet ve pazara giriş engeli konuları, inceleme konusu devralma işlemi bakımından tartışılması gereken en önemli hususlardan olması nedeniyle, aşağıda daha ayrıntılı ele alınacaktır.

#### **H.3.2.2.4.1. Potansiyel Rekabet**

Yatay yoğunlaşmaların sağlıklı bir şekilde tahlil edilmesi, yoğunlaşmanın etkilediği pazarda ne gibi rekabetçi baskıların bulunduğu ortaya konulmasına bağlıdır.



## **REKABET Dergisi**

Bir piyasada mevcut firmalar, iki tür rekabetçi baskıyla karşı karşıya bulunmaktadır. Bu baskılardan ilki, piyasada yerleşik firmalardan kaynaklanan fiili rekabet, ikincisi henüz piyasada olmayan, fakat piyasadaki firmaların fiyatları artırması halinde piyasaya girebilecek firmaların yarattığı potansiyel rekabettir. Şüphesiz, firma davranış ve kararları üzerinde etkileri açısından fiili rekabetin büyük önemi bulunmakla birlikte piyasaya girecek potansiyel firmalar da önemli rekabetçi baskılar oluşturacaktır.

Potansiyel rekabet, ilgili pazarda faaliyette bulunan ve kısa bir zaman aralığı içinde kapasitesini artırma olanağına sahip olan firmaların ya da ilgili pazarda herhangi bir faaliyeti bulunmamakla birlikte, pazara girmesi muhtemel firmaların yarattığı rekabet olarak tanımlanmaktadır.

Potansiyel rekabetin kaynakları; mevcut rakiplerin kapasitelerini artırmaları, farklı coğrafi pazarlardan ithalat yapılması, başka bir piyasada faaliyet gösteren firmanın üretimini ilgili pazara yönlendirmesi ve pazara tamamen yeni firmaların girmesi, olarak değerlendirilebilir. Perakende sektörünün özellikleri dikkate alındığında, ithalatın ve farklı coğrafi pazarlardan ürün tedarikinin mümkün olmadığı görülmektedir.

Bununla beraber, potansiyel rekabet koşullarının varlığı, büyük ölçüde pazara giriş engellerinin bulunup bulunmamasına bağlıdır. Bu nedenle, pazara girişlerin önemli finansman ve zaman maliyeti gerektirmesi durumunda potansiyel rekabet koşullarının varolduğu ileri sürülemeyecektir. Pazara giriş imkânının ölçüsü; girişlerin zaman bakımından uygun olması, girişlerin ihtimal dahilinde bulunması ve girişlerin yeterli olması unsurları temelinde tahlil edilmelidir. Bu bağlamdaki değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

### **H.3.2.2.4.1.1. Girişlerin Zaman Bakımından Uygun Olması**

Pazara yeni girişlerin zaman bakımından uygun sayılabilmesi için öngörülen süre, üretim/hizmet tesisinin faaliyete başlaması ve promosyon ve pazarlama unsurları dikkate alınarak belirlenmelidir.

Pazara giriş noktasında gerekli fizibilite raporlarının hazırlanması ve yatırım kararının alınması sonrasında hassasiyet taşıyan konu, özellikle 1000 metrekare büyüklüğün üzerindeki mağazalar için, uygun yerin bulunmasıdır.

Bunun dışında mağazayı faaliyete geçirmek için gereken izinlerin tamamlanması da belirli bir süre almaktadır. Yapılan yerinde incelemeler esnasında belediye yetkilileri tarafından bu sürenin, herhangi bir sorun çıkmaması varsayımıyla üç ayı bulduğu ifade edilmiştir.

## **REKABET Dergisi**

Dosya konusu devralma işlemi neticesinde hâkim durumun ortaya çıkmasının muhtemel görüldüğü Çeşme, Edremit, Nazilli ve Kuşadası bölgelerinde yapılan yerinde incelemelerde, söz konusu bölgelerde 1000 metrekare büyüklüğün üzerinde mağaza açmak için uygun arsalar bulunabileceği belediye yetkililerince ifade edilmiştir. Öte yandan bu bölgelerin merkezlerinde 300 metrekare büyüklüğün üzerinde mağaza açmak da yer bulma kolaylığı ve maliyet seviyesinin görece düşük olması nedeniyle mümkün görülebilir. Bu noktadan hareketle anılan bölgelerde girişlerin zaman bakımından uygun olduğu, bir başka ifadeyle pazara girişlerin potansiyel rekabet koşullarının varsayılacağı bir zaman dilimi içinde gerçekleşmesinin imkan dahilinde olduğu tespit edilmiştir.

### **H.3.2.2.4.1.2. Girişlerin İhtimal Dahilinde Olması**

Yoğunlaşma işlemi sonrasında pazara rakip teşebbüslerin girmesi, giriş sonrasında ortaya çıkacak fiyatların yeni giren teşebbüs bakımından karlı olup olmamasına bağlı olacaktır. Pazara giriş sonrasında arzın artması ile fiyatların belirli bir düzeyin altına düşmesi yeni girişleri caydırabilecektir. Bu noktadan hareketle mevcut teşebbüslerin boş kapasiteye sahip olmasının potansiyel rakipler için bir risk unsuru teşkil edeceği ileri sürülebilir.

Hakim durum yaratılması riski ile karşı karşıya bulunan bölgelerde devralma işlemi taraflarının, artan bir seyir izleyen talep miktarını uzunca bir süre karşılama kapasitesine sahip olması, büyük ölçekli mağazaların pazara girişlerini bir süre engelleyebilir. Ancak, 300 metrekareden büyük satış alanına sahip perakendeciler pazarında küçük ölçekli mağaza işleten teşebbüslerin pazara girme olasılıkları ise, uzun erimli olmayan günlük alışverişleri karşılamak suretiyle pazarda yer alma olanağı nedeniyle görece yüksektir. Dolayısıyla bahse konu bölgelerdeki küçük ölçekli mağazaların pazara girişlerinin ihtimal dahilinde olduğunu söylemek mümkündür.

### **H.3.2.2.4.1.3. Girişlerin Yeterli Olması**

Girişlerin yeterli olması, yoğunlaşma sonrasında ortaya çıkması muhtemel fiyat artışlarını yoğunlaşma öncesi düzeye geriletecek ölçüde ürün arzı artışlarının gerçekleşmesi anlamına gelmektedir. 300 metrekareden büyük satış alanına sahip perakendeciler pazarında piyasaya girişlerin ihtimal dahilinde olması, pazarda fiyatların gerilemesine yol açacak girişlerin gerçekleşme potansiyelinin bulunduğu işaret etmektedir.

### **H.3.2.3. Tüketim Malları Perakende Pazarına İlişkin Değerlendirme**

## **REKABET Dergisi**

Pazar payı göre olarak yüksek ve birleşme sonrası hakim durum yaratma ihtimali bulunan Kuşadası, Nazilli, Edremit ve Çeşme’de 300 metrekareden büyük market pazarında devralma sonrası tarafların toplam pazar payları sırasıyla %(...), %(...), %(...) ve % (...)'tür. Söz konusu pazar payları ilk bakışta hakim durum oluşturabilecek büyüklükte olduğu izlenimi verse de pazarın genel yapısı incelendiğinde gerek mevcut rekabet ortamının seviyesi gerekse potansiyel rekabet koşullarının varlığı nedeniyle bu tür bir risk oluşması ihtimalinin son derece düşük olduğu kanısı oluşmaktadır. Şöyle ki, perakende sektörü genel olarak pazara giriş engellerinin az olduğu bir alandır. Nitekim Kuşadası, Nazilli, Edremit ve Çeşme’ye yönelik bir pazara giriş engeli değerlendirmesi yapıldığında, yeni bir market açılması için öne çıkan temel unsurların uygun arsa veya bina bulunması, sermaye ve gerekli kanuni izinlerin alınması olduğu gözükmektedir. 300 metrekare üzeri bir market açmak için gerekli yer bulmak ve kanuni mercilerden izin almak son derece kolaydır. Ayrıca bunun için yüklü bir sermaye ihtiyacına da gerek bulunmamaktadır. Kuşadası, Nazilli, Edremit ve Çeşme’de marketi bulunmayan ulusal ve bölgesel zincirler oldukça rahat bir şekilde söz konusu yerlerde yeni marketler açabilirler. Ayrıca hali hazırda var olan ancak 300 metrekare’den küçük olan marketler de küçük yatırımlarla rahatlıkla kapasitelerini büyütebilirler. Diğer yandan, söz konusu merkezlerdeki rakiplerin durumu incelendiğinde de devralma sonrası oluşacak yapıya rakip oluşturabilecek yeterli sayı ve güçte aktörün piyasada faaliyet gösterdiği gözükmektedir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, bildirim konusu devralma işlemi, ilgili pazarlarda bir hakim durum oluşumuna yol açarak rekabetin önemli ölçüde kısıtlanması sonucunu doğurmayacaktır. Bu itibarla izin verilmesinde herhangi bir sakınca bulunmamaktadır.

### **H.3.2.4. Alım (Tedarik) Pazarına İlişkin Değerlendirme**

Perakende sektöründe yaşanan bir birleşme veya devralma perakendeciler ile tüketicilerin iletişime girdikleri satım pazarı yanında üreticiler ile perakendeciler arasındaki alım (tedarik) pazarında da otomatik olarak yoğunlaşmaya yol açacaktır. Bu nedenle satım pazarında ulusal çaptaki yoğunlaşma oranları alım pazarında doğrudan etki doğurması nedeniyle önem kazanmaktadır. Satım pazarında yaşanan yoğunlaşma sonucunda alım gücünün artması tarafın daha uygun koşullarda alım yapmasına imkan verecek ve bunu fiyatlarına yansıtıkları zaman pazar payları bir başka deyişle satım pazarındaki payı artacaktır. Spiral etkisi olarak adlandırılan bu durum pazarda hakim durum yaratana kadar devam edecektir. Satım pazarında rekabetin azalmasıyla beraber alım gücünden kaynaklanan avantajlar tüketiciye yansımayaabilecektir.

## REKABET Dergisi

Alım pazarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında yapılacak değerlendirmenin, alım pazarına ilişkin olarak tanımlanan ilgili pazarlar çevresinde yapılması anlamlı olacaktır. Ancak ilgili pazar bölümünde tanımlanan tüm pazarlar için bir değerlendirme yapma imkanı bulunmadığından, söz konusu pazarlardan sorunlu olma ihtimali en yüksek olan iki pazar üzerinde ayrıntılı analiz yapılacaktır. Bir başka deyişle bu pazarlarda bir hakim durum yaratılması veya güçlendirilmesi olası değilse diğer pazarlar için bu evleviyetle gerçekleşmeyecektir. 16 ayrı alım pazarı içerisinde organize perakendede ağırlığı en yüksek iki pazar olan deterjan grubu ve dondurulmuş gıda seçilmiştir. Gerçekten de örneğin dondurulmuş gıda çoğunlukla süpermarketlerden alınmaktadır. Zira söz konusu ürünlerin muhafazası ilave yatırım gerektirmekte, bu nedenle bakkal gibi geleneksel kanalda bu ürünlerin satılması pek mümkün olamamaktadır. Dolayısıyla dondurulmuş gıda için süpermarketler ağırlıklı dağıtım kanalıdır. Benzer durum deterjan grubunda da görülmektedir. Deterjan grubunda da tüketiciler alımlarını çoğunlukla süpermarketlerden yapmaktadır. Bu tercihin gerekçeleri arasında deterjan grubu ürünlerinin gıda maddelerine göre pahalı olmaları ve dolayısıyla farklı kanallardaki fiyat farklarının tüketiciler için önemli farklara yol açması, görece fiyatı ucuz özel markalı ürünlerin sadece süpermarket ortamında bulunması sayılabilir. Söz konusu değerlendirmenin sonuçlarını AC Nielsen'in yapmış olduğu araştırmada da görmek mümkündür. AC Nielsen (AC Nielsen Retailer Trend 2004), ürün gruplarında süpermarket ağırlıklı olarak yapmış olduğu araştırmada dondurulmuş gıdada süpermarket ağırlığını %100 olarak, deterjan grubu ürünlerinde ise %75'in üzerinde ölçmüştür.

### H.3.2.5. Deterjan Grubu Pazarına İlişkin Değerlendirme

Deterjan grubu çamaşır deterjanları, bulaşık deterjanları, çamaşır suları, ev temizleyicileri, halı şampuanları, yumuşatıcılar, çamaşır katkı maddeleri, kimyasal olmayan ev temizleyicileri, kısaca ev bakım ürünlerinden oluşmaktadır. Deterjan grubunda Unilever ve P&G başta olmak üzere Henkel, Hes Kimya ve Hayat Grubu faaliyet göstermektedir. Hes Kimya'nın Migros'a satışı bulunmamaktadır. Bu nedenle değerlendirmeye alınmamıştır. Söz konusu firmaların hem toplam satışları hem de zincir marketlere yapılan satışlar içerisinde Migros ve Tansaş'ın payları aşağıdaki tabloda verilmektedir:

Tablo - 14 Deterjan Grubunda Migros ve Tansaş'ın Alım Payları

Firmalar	Toplam Satışa Oranı (%)			Zincir Satışlarına Oranı (%)		
	Migros	Tansa	Migros+Tansaş	Migros	Tansa	Migros+Tansaş
(.....)	(.....)	(.....)	10.74	(.....)	(.....)	31.08

## REKABET Dergisi

(.....)	(.....)	(.....)	9.70	(.....)	(.....)	32.37
(.....)	(.....)	(.....)	14.60	(.....)	(.....)	38.60

Tablo'dan da görüleceği üzere, devralma sonrası Migros/Tansaş'ın, teşebbüslerin toplam satışlarının yaklaşık %10'unu tek başlarına gerçekleştirecekleri görülmektedir. Ayrıca zincir satışları içerisindeki tarafların toplam payı %30'un üzerine çıkmaktadır. Sonuçta, yukarıda yer verilen hakim durum analizi ölçütleri çerçevesinde, devralma işlemi ile birlikte bu pazarda alım gücü artmış olsa bile bir hakim durumun yaratılmasının mümkün olmayacağı kanısına varılmıştır.

### H.3.2.6. Dondurulmuş Gıda Pazarına İlişkin Değerlendirme

Dondurulmuş gıda pazarında faaliyet gösteren belli başlı firmalar olan Kereviş Gıda, Dardanel Gıda, Penguen Gıda ve Merko Gıda arasında iç piyasaya ürün tedarik eden ve Migros ve Tansaş ile çalışan (.....) temelinde dondurulmuş gıda grubunda Migros ve Tansaş'ın alım paylarına Tablo 15'te yer verilmiştir.

Tablo - 15 Dondurulmuş Gıda Grubunda Migros ve Tansaş'ın Alım Payları

Firmalar	Toplam Satış Oranı (%)			Zincir Satışlarına Oranı (%)		
	Migros	Tansa	Migros+Tansaş	Migros	Tansaş	Migros+Tansaş
(.....)	%(...)	%(...)	%18.1	%(...)	%(...)	%54.4

(.....)'ın toplam satışları içerisinde Migros/Tansaş'ın toplam payı %18.1 düzeyindedir. Deterjan grubuna göre daha yüksek bir orana ulaşılmış olsa bile bu pazarda üreticilere karşı bir hakim durumdan bahsetmenin mümkün olmayacağı kanaatine varılmıştır.

Her iki alım pazarına yönelik veriler dikkate alındığında, üreticiler ile perakendeciler arasındaki alım pazarında bir hakim durum yaratılmasının söz konusu olmadığı görülmektedir. Bu değerlendirme alım pazarında yer alan diğer ürün grupları için de geçerlidir.

### H.3.2.7. Yan Sınırlamalar (Rekabet Etmeme Yükümlülüğü)

Devir Sözleşmesi'nin 10. maddesi;

*“Satıcılar, kendilerinin, iştiraklerinin, hissedarlarının iştiraklerinin veya hissedarları ile iştirak bağlantısı olan gerçek ve tüzel kişilerin, Kapanıştan sonra 3 yıl boyunca, hiçbir şekilde gıda perakendeciliğine Türkiye’de veya*

## REKABET Dergisi

*Migros'un faaliyet gösterdiği diğer ülkelerde iştigal etmeyeceklerini veya bu süre zarfında Türkiye'de Türkiye'de veya diğer ülkelerde gıda perakendeciliğinde iştigal eden mevcut veya kurulacak şirketlere toplam %5'e kadar hisse ile portföy yatırımı haricinde ortak olmayacaklarını kabul ve taahhüt eder."*

hükmündedir. Ayrıca "Gizlilik" başlıklı 11. maddeye göre de taraflar birbirleri hakkında edindikleri bilgileri Kapanıştan (Kapanış hisse devirlerinin tamamlandığı tarih olarak kabul edilmektedir. Bu tarih Devir Sözleşmesi'nin 7.1 maddesine göre en geç 30 Eylül 2005 olarak belirlenmiş ancak, Rekabet Kurulu izninin bu tarihe kadar alınamamış olması halinde kapanış tarihinin bu iznin alınması için geçecek süre kadar uzatılmış sayılacağı öngörülmüştür) veya Devir Sözleşmesi'nin feshinden itibaren iki yıl süre ile gizli tutma yükümlülüğü altına girmektedirler. Perakende sektörünün yapısı ve yan sınırlamalara ilişkin içtihat göz önüne alındığında söz konusu 3 yıllık süre için Satıcılar'a getirilen rekabet etmeme yükümlülüğü yan sınırlama olarak değerlendirilmiştir.

### I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

1. 13.7.2005 tarihinde yürürlüğe giren 5388 sayılı yasa nedeniyle 8 Kurul üyesinin katılımıyla toplantının yapılabileceğine OYÇOKLUĞU ile,
2. Bildirim konusu işlemin, işleme taraf olan teşebbüslerin ilgili pazarlardaki ciroları bakımından 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesine dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ kapsamında izne tabi bir devir işlemi olduğuna OYBİRLİĞİ ile,
3. Bu işlem sonucunda aynı Kanun'un 7. maddesinde belirtilen hakim durumun yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığına, bu nedenle bildirim konu işleme izin verilmesine Rekabet Kurulu Üyesi Rıfıkı ÜNAL'ın farklı gerekçesi ve OYÇOKLUĞU ile,
4. Devir sözleşmesinin 10. maddesi ile öngörülen rekabet yasağına yan sınırlama olarak değerlendirilerek işleme birlikte izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile,

karar verilmiştir.

**(31.10.2005 tarih, 05-76/1030-287 sayılı Kurul Kararı'na)**

## **REKABET Dergisi**

### **KARŞI OY GEREKÇESİ**

13.07.2005 tarih ve 25874 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 5388 sayılı “Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Kanun”un 3. maddesi ile, 4054 sayılı Kanun’un 22. maddesi ;

“Rekabet Kurulu, biri Başkan, biri İkinci Başkan olmak üzere toplam yedi üyeden teşekkül eder” şeklinde değiştirilmiştir.

Ayrıca, Rekabet Kurulu’nun mevcut üye sayısı bugün itibarıyla 8 olmasına rağmen, üye sayısı 7’ ye düşünceye kadar toplantıların 8 üyenin katılımı ile yapılacağına dair geçici bir hükme de yer verilmemiştir.

Karar nisabı da aynı yasanın 5. maddesinde 7 üye için belirlenmiş olup, bu sayının 8 üye için kıyasen uygulanmasının mümkün olmadığı kural olarak getirilmiştir.

Bu nedenle, 5388 sayılı Kanun’un yürürlüğe girdiği tarih olan 13.07.2005 tarihinden itibaren Kurul toplantılarının en fazla 7 üyenin katılımı ile yapılması gerektiği kanaatında olduğumdan, toplantının 8 üyenin katılımı ile yapılmasına dair çoğunluk görüşüne karşıyım.

Tuncay SONGÖR  
İkinci Başkan

### **(Rekabet Kurulu’nun 31.10.2005 tarih ve 05-76/1030-287 sayılı Kararı)**

#### **FARKLI GEREKÇE**

Tansaş Perakende Mağazacılık Tic. A.Ş.’nin sermayesinin % 70,77’sine tekabül eden hissesinin Migros Türk T.A.Ş. ve Koç Holding A.Ş. tarafından devralınması işlemine izin veren Rekabet Kurulu Kararı’nın 3. maddesine, esas itibarıyla, işleme izin verilmesi bakımından bir sakınca bulunmamasına rağmen; ilgili ürün pazarının tanımlanması ve hesaplanmasında esas alınan 300 m<sup>2</sup>’lik büyüklük yerine, aynı sektördeki diğer dosyalarda ve dünya ve AB uygulamalarında olduğu gibi ve ilgili literatürde çoklukla kullanılan 1000 m<sup>2</sup> ve üzeri mağaza büyüklüğü eşiğinin “süpermarket pazarı” olarak belirlenmesinin daha uygun olduğu düşüncesinden hareketle farklı gerekçe ile katılmaktayım.

Rıfki ÜNAL  
Kurul Üyesi

## **REKABET Dergisi**

**Rekabet Kurulu'nun 31.10.2005 günlü 05-76/1030-287 sayılı kararına**

### **KARŞI OY**

Kurulumuzdan izin talep edilen bildirim konusu devralma işlemi; Tansaş Perakende Mağazacılık Ticaret A.Ş.'nin Doğu Holding A.Ş. ile bağlantılı teşebbüsleri tarafından kontrol edilen %70,77 oranındaki hissesinin Koç Holding A.Ş. ile onun bağlantılı teşebbüsü Migros Türk A.Ş. tarafından devralınmasına ilişkindir.

Taraflar arasında 18.08.2005 tarihinde imzalanan 'Hisse Devir ve Temlik Sözleşmesi' ile Tansaş'ın kontrol hisseleri ile birlikte sahip olduğu marka, patent, endüstriyel tasarım, logo, internet alan adı ve bunlar gibi fikri ve sınai mülkiyet hakları da Koç grubuna geçmektedir.

Bağımsız iki teşebbüs arasında gerçekleşen sözkonusu devralma işleminde Tansaş'ın kontrolü el değiştirmekte olup işlem 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında Rekabet Kurulu iznine tabidir.

Kurum raporunda sözkonusu devralma hakkında 4054 sayılı Yasanın 7 inci maddesi bağlamında; tarafların pazar payları, nispi pazar payları, müşteri alım gücü, potansiyel rekabet-pazara giriş engelleri dikkate alınarak yoğunlaşmanın gerçekleşeceği merkezler tek tek değerlendirilmiştir.

Bu değerlendirme sonucunda, ayrıntılı tahlile tabi tutulan bölgelerden Nazilli, Kuşadası, Çeşme ve Edremit'te pazar payı ve rakiplerin konumu bakımından yoğunlaşma işlemi sonucunda rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açabilecek seviyede bir hakim durumun ortaya çıkmasının muhtemel olduğu tespit edilmiştir.

Bu tespitlere karşın raporda; potansiyel rekabet koşullarının varlığının büyük ölçüde pazara giriş engellerinin bulunup bulunmadığına bağlı olduğu vurgulanarak pazara giriş imkanının ölçüsü; girişlerin zaman bakımından uygunluğu, girişlerin ihtimal dahilinde bulunup bulunmadığı yönlerinden ve pazara giriş ihtimali projeksiyonuyla tahlil edilmiş, anılan dört bölgeye ilişkin ortalama talep artışlarının, devralma işleminin taraflarının kapasitelerinin ayrıntılı bir biçimde incelenmesine gerek bulunduğu belirtilmiştir.

Bu durumda; Çeşme, Edremit, Nazilli ve Kuşadası'nda 4054 sayılı Yasanın 7 inci maddesinde belirlenmiş olduğu gibi hakim durum yaratılmasının ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olabileceği, bu nedenle hisse devri işleminin bu pazarlara ilişkin olarak nihai incelemeye alınmasının uygun olacağı görüşüyle karara karşıyız.



**REKABET Dergisi**

Süreyya ÇAKIN  
Kurul Üyesi

M. Sıraç ASLAN  
Kurul Üyesi

**Rekabet Kurulu'nun 31.10.2005 günlü 05-76/1030-287 sayılı kararına**

**KARŞI OY**

13.07.2005 tarih ve 25874 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren 5388 sayılı Yasanın üçüncü maddesiyle değişik 4054 sayılı yasanın 25 inci maddesinde Rekabet Kurulunun biri Başkan, biri İkinci Başkan olmak üzere toplam 7 üyeden teşekkül edeceği hükme bağlanmıştır.

Böylece toplam 11 üyeden teşekkül eden Rekabet Kurulunun üye sayısı 7'ye düşürülmüş; halen mevcut üye sayısının 8 olmasına karşın, yasada üye sayısı 7'ye düşene kadar toplantıların 8 üyenin katılımı ile yapılabileceğine dair geçici bir hükme yer verilmemiştir.

Rekabet Kanununun Kurulun toplantı ve karar yeter sayısını belirleyen 51 inci maddesinde yeralan; nihai kararlarda en az toplam 8 üyenin katılımı ile toplanacağı ve en az 6 üyenin aynı yönde oy kullanmasıyla karar verileceği hükmünde yer alan üye sayıları da sırasıyla 5 ve 4 olarak değiştirilmiştir.

Mevcut 8 üyenin katılımıyla toplanan kurulun karar yeter sayısının kıyasen uygulanması mümkün değildir.

Bu durumda 5388 sayılı yasanın yürürlük tarihi olan 13.07.2005'den itibaren Kurul toplantılarının en fazla 7 üyenin katılımı ile yapılabileceği görüşünde olduğumdan karara usul yönünden karşıyım.

Süreyya ÇAKIN  
Kurul Üyesi

**KESİNLEŞMİŞ DANIŞTAY KARARLARI LİSTESİ**

**(01.10.2005-31.12.2005)**

**KESİNLEŞMİŞ DANIŞTAY KARARLARI LİSTESİ**

SIRA NO	MAHKEME	ESAS NO	KARAR NO	DAVACI	DAVA KONUSU
1	Danıştay 10.	99/4514	01/4033	Teleon Reklam	4054 sayılı Kanunun 9/son fıkrası uyarınca

## REKABET Dergisi

	Daire			ve Film San Tic.A.Ş	alınan “tedbir” kararının iptali amacıyla açılan davada Rekabet Kurulu işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
2	Danıştay 10. Daire	00/5591	02/4505	KVK Mobil Telefon Sistem A.Ş.	4054 sayılı Kanun’un 17. maddesi uyarınca verilen süreli para cezasının iptaline ilişkin açılan davada işlem hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
3	Danıştay 10. Daire	00/5592	02/4506	Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.	4054 sayılı Kanun’un 17. maddesi uyarınca verilen süreli para cezasının iptaline ilişkin açılan davada işlem hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
4	Ank. 7. İdare Mah.	01/87	01/1447	Özlenir Giyim San.A.Ş	Başkan Yardımcısının şikayetin reddine ilişkin işleminin iptali için açılan davada işlem 4054 sayılı kararına aykırı olduğu gerekçesiyle iptaline karar verilmiştir.
5	Danıştay 13. Daire	05/150	05/3389	1-Cabbaroğlu AkaryakıtLtd. Şti. 2-Cabbaroğlu Koll. Şti.	Rekabet Kurulunun Zımnı Red İşlemine ilişkin açılan davada işlem hukuka uygun bulunarak davanın reddine karar verilmiştir.
6	Danıştay 13. Daire	05/159	05/1687	YURDATAP Meşrubat Sanayi ve Ticaret Ltd.Şti.	Şikayetin reddine ilişkin işlemin iptali amacıyla açılan davada Rekabet Kurulunun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
7	Danıştay 13. Daire	05/928	05/3109	Narin İnşaat Ltd. Şti	Şikayetin reddine ilişkin 06.06.2002 tarih ve 02-36/399-167 sayılı Rekabet Kurulu Kararına karşı açılan davada işlem hukuka uygun bulunarak davanın reddine karar verilmiştir.
8	Danıştay 13. Daire	05/929	05/4804	Mais Motorlu Araçlar A.Ş.	02-11-2000 tarih ve 00-42/453-247 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
9	Danıştay 13. Daire	05/945	05/3110	Hipokrat Tıbbi Malzemeler A.Ş.	Rekabet Kurulunun şikayetin reddine ilişkin işlemin iptali amacıyla açılan davada işlem hukuka uygun bulunarak davanın reddine karar verilmiştir.

SIR A NO	MAHKEME	ESAS NO	KARAR NO	DAVACI	DAVA KONUSU
10	Danıştay 13.	05/939	05/4940	Beyaz İletişim	29.05.2001 tarih ve 01-25/238-61 sayılı

## REKABET Dergisi

	Daire			Sist. A.Ş.	Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
11	Danıştay 13. Daire	05/924	05/3108	İATA Seyahat Acenteleri Derneği	Şikayetin reddine ilişkin işlemin iptali amacıyla açılan davada Rekabet Kurulu'nun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
12	Danıştay 13. Daire	05/941	05/2551	Bordrum Çarşı Esnafı Derneği	Şikayetin Zimnen Reddine ilişkin İşlemin İptali ilişkin açılan davada Rekabet Kurulunun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
13	Danıştay 13. Daire	05/1018	05/2272	Özel Yeni Anıl Polikliniği	4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi uyarınca verilen idari para cezasına ilişkin işlemin iptaline ilişkin davada Rekabet Kurulu'nun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
14	Danıştay 13. Daire	05/923	05/2271	İlkiz Sağlık Hizm. Ltd. Şti.	4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi uyarınca verilen idari para cezasının iptaline ilişkin açılan davada Rekabet Kurulunun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
15	Danıştay 13. Daire	05/926	05/2275	Tolunay Sağ. Hizm. Ltd. Şti. (Özel Yeni Dışkapı Pol.)	4054 sayılı Kanununun 16. maddesi uyarınca verilen idari para cezasına ilişkin işlemin iptali amacıyla açılan davada Rekabet Kurulunun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
16	Danıştay 13. Daire	05/925	05/2273	Ehliyet Sağlık Hizm. Ltd. Şti.	4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi uyarınca verilen idari para cezasının iptaline ilişkin açılan davada Rekabet Kurulunun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
17	Danıştay 13. Daire	05/1023	05/2469	Şerife YILMAZ	4054 sayılı Kanun'un 16/3. fıkrası uyarınca verilen idari para cezasının iptali amacıyla açılan davada Rekabet Kurulu'nun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
18	Danıştay 13. Daire	05/1020	05/2470	Yılmaz Beton San. ve Tic. A.Ş.	4054 Sayılı Kanununun 6/1 fıkrası (b) uyarınca verilen idari para cezasının iptali amacıyla açılan davada Rekabet Kurulu'nun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.

SIR A NO	MAHKEME	ESAS NO	KARAR NO	DAVACI	DAVA KONUSU
19	Danıştay 13.	05/1021	05/2471	Sadullah	4054 sayılı Kanun'un 16/3. fıkrası gereğince

## REKABET Dergisi

	Daire			YILMAZ	verilen idari para cezasının iptali amacıyla açılan davada Rekabet Kurulunun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
20	Danıştay 13. Daire	05/1022	05/2472	Mustafa ÖZCAN	4054 sayılı Kanun'un 16/3. fıkrası uyarınca verilen idari para cezasının iptaline ilişkin davada Rekabet Kurulunun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
21	Danıştay 13. Daire	05/131	05/5186	Selçuk DOKER	13.08.2003 tarih ve 03-55/645-296 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
22	Danıştay 13. Daire	05/927	05/2274	Megamar Sağlık Hiz. Ltd. Şti	4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi uyarınca idari para cezası verilmesine ilişkin Rekabet Kurulu Kararının iptali amacıyla açılan davada Rekabet Kurulu'nun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
23	Danıştay 13. Daire	05/1033	05/2465	Atilla Kart	Şikayetin reddine ilişkin işlemin iptaline ilişkin açılan davada Rekabet Kurulunun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
24	Danıştay 13. Daire	05/1011	05/2456	Işıklar Holding	4054 sayılı Kanun'un 17/d maddesi uyarınca süreli para cezası verilmesine ilişkin Rekabet Kurulunun işleminin iptali amacıyla açılan davada Kurulun işlemi hukuka uygun bulunarak dava reddedilmiştir.
25	Danıştay 13. Daire	05/5985	05/4745	HSBC Bank Ticaret A.Ş.	15.08.2006 tarih ve 03-57/671-304 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
26	Danıştay 13. Daire	05/937	05/4939	1-Ortadoğu Sağlık A.Ş. 2-Eyüp Özeren 3-Sadi Kaya 4-Süleyman Gökduman	13.08.2006 tarih ve 03-55/645-296 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.

SIR A NO	MAHKEME	ESAS NO	KARAR NO	DAVACI	DAVA KONUSU
----------	---------	---------	----------	--------	-------------

## REKABET Dergisi

27	Danıştay 13. Daire	05/1049	05/4932	1.Turgulu Saraflar ve Kuy. Der. 2.Z.Yaşar 3.T.B.Ata 4.M.Türksoy 5.Ö.Gündüz 6.M.Uzun	26.02.2002 tarih ve 02-16/176-70 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
28	Danıştay 13. Daire	05/1699	05/3615	Karbogaz AŞ, İsmail Aytemiz, Hüseyin Aytemiz, Ali Aytemiz	23.08.2002 tarih ve 02-49/634-257 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
29	Danıştay 13. Daire	05/5689	05/5177	Lafarge Aslan Çimento San. Tic.A.Ş.	01.02.2002 tarih ve 02-06/51-24 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
30	Danıştay 13. Daire	05/5047	05/4746	Hitit Sramik San A.Ş	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
31	Danıştay 13. Daire	05/5082	05/4736	1-M.Ali Yalçındağ 2- Soner Gedik 3- Yaşar Eroğlu	21.10.2002 tarih ve 02-64/803-325 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
32	Danıştay 13. Daire	05/5065	05/4754	Mustafa DİNÇER	21.10.2002 tarih ve 02-64/803-325 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
33	Danıştay 13. Daire	05/5066	05/4735	1- Yalçın Erceber 2-Ö.Faruk Bayhan	21.10.2002 tarih ve 02-64/803-325 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar
SIR A	MAHKEME	ESAS NO	KARAR NO	DAVACI	DAVA KONUSU

## REKABET Dergisi

NO					
					toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
34	Danıştay 13. Daire	05/5257	05/5188	Anadolu Anonim T.Sigorta Şirketi	30.10.2003 tarih ve 03-70/844-366 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
35	Danıştay 13. Daire	05/6205	05/5183	Ayhan Atar	01.02.2002 tarih ve 02-06/51-24 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
36	Danıştay 13. Daire	05/5081	05/4737	Bimaş Birleşik Medya Paz. A.Ş	21.10.2002 tarih ve 02-64/803-325 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
37	Danıştay 13. Daire	05/5077	05/4747	Serel Seramik San. ve Tic. A.Ş	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
38	Danıştay 13. Daire	05/5953	05/4786	ABS Alçı ve Blok San. A.Ş	08.04.2006 tarih ve 04-25/279-6126 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
39	Danıştay 13. Daire	05/5681	05/4819	Bursa Çimento Fab. A.Ş ve 7 Yönetim Kurulu Üyesi	01.02.2002 tarih ve 02-06/51-24 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
SIR A NO	MAHKEME	ESAS NO	KARAR NO	DAVACI	DAVA KONUSU
40	Danıştay 13.	05/5719	05/4782	Sami Kırgöz	08.02.2002 tarih ve 02-07/57-26 sayılı

## REKABET Dergisi

	Daire				Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
41	Danıştay 13. Daire	05/5069	05/4806	Pegasus Hava Taşımacılık A.Ş	Rekabet Kurulunun şikayetin reddine ilişkin işlemin iptaline ilişkin açılan davada davacı tarafın davadan feragat etmesi nedeniyle karar verilmesine yer olmadığına karar verilmiştir.
42	Danıştay 13. Daire	05/5086	05/4783	Orma Orman Mahsülleri İntergre San. Ve Tic A.Ş	06.09.2002 tarih ve 02-53/685-278 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
43	Danıştay 13. Daire	05/5055	05/4755	DTV Haber ve Görsel Yayıncılık A.Ş	21.10.2002 tarih ve 02-64/803-325 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
44	Danıştay 13. Daire	05/6204	05/5184	Tevfik Güngör Uras	01.02.2002 tarih ve 02-06/51-24 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
45	Danıştay 13. Daire	05/5674	05/5178	Paul Marie Vanfrachem	01.02.2002 tarih ve 02-06/51-24 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
46	Danıştay 13. Daire	05/5727	05/5176	Konya Çimento San. A.Ş (5 Yönetim Kurulu Üyesi)	01.02.2002 tarih ve 02-06/51-24 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
<b>SIR A NO</b>	<b>MAHKEME</b>	<b>ESAS NO</b>	<b>KARAR NO</b>	<b>DAVACI</b>	<b>DAVA KONUSU</b>
47	Danıştay 13. Daire	05/5068	05/5174	Sumaş Suni Tahta ve	25.02.2002 tarih ve 03-12/135-63sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı



## REKABET Dergisi

				Mobilya San.A.Ş	yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
48	Danıştay 13. Daire	05/5259	05/5189	TEB Sigorta A.Ş	30.10.2003 tarih ve 03-70/844-366 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
49	Danıştay 13. Daire	05/5724	05/4748	Yurtbay Seramik San. ve Tic. A.Ş	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
50	Danıştay 13. Daire	05/5062	05/4733	Altın Çini ve Seramik San. A.Ş	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
51	Danıştay 13. Daire	05/5075	05/4752	Termal Seramik San.Tic.A.Ş	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
52	Danıştay 13. Daire	05/5258	05/5190	Ray Sigorta A.Ş	30.10.2003 tarih ve 03-70/844-366 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
53	Danıştay 13. Daire	05/5091	05/4734	Eczacıbaşı Karo Seramik San. ve Tic.A.Ş.	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının
SIR A NO	MAHKEME	ESAS NO	KARAR NO	DAVACI	DAVA KONUSU
					tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
54	Danıştay 13.	05/5169	05/4751	Abdullah	21.10.2002 tarih ve 02-64/803-325 sayılı

## REKABET Dergisi

	Daire			Zühtü Sezer	Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
55	Danıştay 13. Daire	05/5679	05/4756	Ülke Televizyon Programcılık Reklam Film Yapım Yayın Pazarlama A.Ş.	21.10.2002 tarih ve 02-64/803-325 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
56	Danıştay 13. Daire	05/5076	05/4741	Heriş Seramik ve Turizm San. A.Ş.	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
57	Danıştay 13. Daire	05/5074	05/5172	SFC Entegre Orman Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.	06.09.2002 tarih ve 02-53/685-278 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
58	Danıştay 13. Daire	05/5080	05/4757	Eczacıbaşı Yapı Gereçleri San. Ve Tic.A.Ş.	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
59	Danıştay 13. Daire	05/1732	05/4784	Ercüment Güler	08.02.2002 tarih ve 02-07/57-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.

SIR A NO	MAHKEME	ESAS NO	KARAR NO	DAVACI	DAVA KONUSU
60	Danıştay 13. Daire	05/5702	05/5182	Nuh Çimento San. A.Ş.	01.02.2002 tarih ve 02-07/57-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle

**REKABET Dergisi**

					dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
61	Danıştay 13. Daire	05/5688	05/4753	Faik Muhittin Bulut	21.10.2002 tarih ve 02-64/803-325 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
62	Danıştay 13. Daire	05/5145	05/4732	Pera Seramik San. Tic.A.Ş	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
63	Danıştay 13. Daire	05/4003	05/4785	Hasan Şahin Cengiz	08.02.2002 tarih ve 02-07/57-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
64	Danıştay 13. Daire	05/5170	05/4731	1-Yüksel Seramik San. Tic 2- Emin Sazak 3-Yurdal.Sert 4-M.Emin Sazak 5- Hanifi Mutlu 6-Tuna.Aksel 7- Cihan Candemir 8- A.Oğuz Berkol	01.02.2002 tarih ve 02-07/57-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
65	Danıştay 13. Daire	05/5021	05/4744	TTMOB Konya 51 adet mühendis	19.09.2003 tarih ve 03-63/764-354 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu
<b>SIR A NO</b>	<b>MAHKEME</b>	<b>ESAS NO</b>	<b>KARAR NO</b>	<b>DAVACI</b>	<b>DAVA KONUSU</b>
					gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
66	Danıştay 13. Daire	05/5154	05/4787	Ercan Seramik San ve	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı

## REKABET Dergisi

				Tic AŞ	yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
67	Danıştay 13. Daire	05/5008	05/4749	Zafer Mutlu	21.10.2002 tarih ve 02-64/803-325 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
68	Danıştay 13. Daire	05/5224	05/4742	Uşak Seramik San. A.Ş.	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
69	Danıştay 13. Daire	05/5146	05/4750	Anatolia Seramik San. ve Tic. A.Ş.	24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
70	Danıştay 13. Daire	05/5163	05/4385	İGSAŞ İstanbul Gübre San. A.Ş.	08.02.2002 tarih ve 02-07/57-26 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
71	Danıştay 13. Daire	05/5166	05/4384	Özel Sakarya Polikliniği	18.12.2003 tarih ve 03-81/969-398 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.

SIR A NO	MAHKEME	ESAS NO	KARAR NO	DAVACI	DAVA KONUSU
72	Danıştay 13. Daire	05/5238	05/5173	Setaş Simav Orman Mahs. End. Ve Tic.A.Ş	25.02.2003 tarih ve 03-12/135-63 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle

## REKABET Dergisi

					dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
73	Danıştay 13. Daire	05/5682	05/4743	Türker İnanoğlu	21.10.2002 tarih ve 02-64/803-325 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
74	Danıştay 13. Daire	05/5908	05/5187	M.Fadullah Cerrahoğlu	01.01.2002 tarih ve 02-06/51-24 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.
75	Danıştay 13. Daire	05/5818	05/3612	1- Servet Ünsal 2-Servet Ünsal Sağlık Hizm.Ltd.Şti	13.08.2003 tarih ve 03-55/645-296 sayılı Kararına karşı açılan davada soruşturmayı yürüten kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılıp oy kullanmasının tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle dava konusu işlemin iptaline karar verilmiştir.

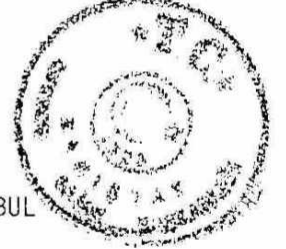
**SEÇİLMİŞ DANIŞTAY KARARLARI**

<b><u>Esas No</u></b>	<b><u>Karar No</u></b>
1999/1253	2001/3
1999/2611	2001/4

T.C.  
DANIŞTAY  
Onuncu Daire  
Esas No: 1999/1253  
Karar No: 2001/3

*Su. Av. Ayperi Samantır*  
*30/9/2001*

*J*



Davacı : Zihni Gemi İşletmeleri ve Tic. A.Ş.  
Vekili : Av. Atilla Çetiner, Rıhtım Cad. No:28-30  
80030 Tophane/İSTANBUL

Davalı : Rekabet Kurumu Başkanlığı  
Bilkent Plaza B-3 Blok Bilkent/ANKARA

Vekili : Av. Ayperi Samantır - Aynı Yerde

İstem Özet : İskenderun Demir Çelik Fabrikaları A.Ş.'nin ithal edilecek koklaşabilir taşkömürüne ilişkin olarak mal alımı ve taşıma ihalesini birlikte yapmasının 4054 sayılı Yasanın 4. ve 6.maddelerine aykırı olduğu iddiasıyla yapılan başvurunun teşebbüs niteliğinde olmayan kamu kurum ve kuruluşları işlemlerinin 4054 sayılı Yasa kapsamında olmadığı gerekçesiyle reddine ilişkin 16.2.1999 gün ve 405 sayılı Rekabet Kurumu işleminin; İskenderun Demir Çelik Fabrikaları A.Ş.'nin 4054 sayılı Yasa kapsamında teşebbüs olduğu, 2886 sayılı Yasaya tabi olmadığı iddiasıyla iptali istenilmektedir.

Savunmanın Özeti : Yapılan ihaleyle rekabetin sağlandığı, kömür alım ve taşıtılması ihalesinin birlikte yapılmasının 4054 sayılı Yasaya uygun olduğu, esasen davacının ihlal edilen herhangi bir hakkı ve menfaatinin de bulunmadığı belirtilerek davanın reddi gerektiği savunulmuştur.

D.Tetkik Hakimi : Hüseyin Özgün

Düşüncesi : Kamu teşebbüsleri ve devlet tarafından kendilerine özel, münhasır yada imtiyazi haklar tanınmış olan teşebbüsler de Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamındadır.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun 2.maddesi gerekçesinde de teşebbüslerin kamu kurumlarına veya özel kişilere ait olmasının öneminin bulunmadığı belirtilmiştir.

Bu durum karşısında İskenderun Demir Çelik Fabrikaları A.Ş. tarafından kömür alımı ve taşıtılması işinin birlikte ihale edilmesine ilişkin işlemin 4054 sayılı Yasa hükümlerinde öngörülen rekabeti engelleyici faaliyetlerden olup olmadığı konusunda bir karar verilmesi gerekirken, istemin özeti kısmında belirtilen işlem gerekçesiyle başvurunun reddinde yasal uyarlık bulunmamaktadır.

Nitekim dava açıldıktan sonra Rekabet Kurulu tarafından da ilk inceleme ve önaraştırma yapılmasına karar verildikten sonra 15.12.1999 tarih ve 99-59/639-406 sayılı kararın alındığı, böylece başlangıçtaki dava konusu işleme esas alınan ret gerekçesinin kaldırıldığı anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak da, idari yargıdaki iptal davalarının niteliği gereği davanın açıldığı tarihteki hukuki durum ve mevzuata göre karar verilmesi zorunlu bulunduğundan, dava konusu işlemin iptaline karar verilmesi gerektiği düşünülmüştür.

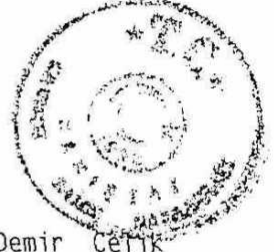
T.C.  
AN I Ő T A Y

Onuncu Daire

Esas No: 1999/1253

Karar No: 2001/3

- 2 -



Danıştay Savcısı : Emin Celalettin Özkan

Düşüncesi : Dava; davacı şirketin, İskenderun Demir Çelik

Fabrikaları A.Ş. tarafından açılan 1997-1998 dönemi için ithal edilecek 1.800.000 M/T Koklaşabilir Taşkömürü taşıma ihalesi öncesinde mal alımı ve taşıma ihalelerinin birlikte yapılmasınının 4054 sayılı Kanunun 4. ve 6. maddelerine aykırı olduğundan rekabeti bozduğundan bahisle 7.5.1998 tarihinde Rekabet Kurumuna yapılan başvurunun; teşebbüs niteliğinde olmayan kamu kurum ve kuruluş işlemlerinin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun kapsamında olmaması ve devlet alımları konusunun özel bir kanunu olan 2886 sayılı Devlet İhale Kanununda düzenlenmiş olduğu gerekçesiyle reddine ilişkin 16.2.1999 tarih ve 405 sayılı kararın iptali istemiyle açılmıştır.

Davalı idarenin davacının menfaatinin ihlal edilmediği yolundaki usule yönelik itirazı yerinde görülmemiştir.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun amacı; mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici,bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeler yaparak rekabetin korunmasını sağlamak olarak açıklanmıştır.

Kanunun 2. maddesinde; 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 hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki hertürlü hukuki işlem ve davranışların, rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemlerin bu kanun kapsamına gireceği hükme bağlanmış; tanımlar başlıklı 3. maddesinde de; piyasada mal ve hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler teşebbüs olarak tanımlanmıştır.

2886 sayılı Devlet İhale Kanunu'na tabi olsun veya olmasın Kamu kurum ve kuruluşlarının mal ve hizmet piyasalarındaki işlemlerde rekabetin gerçekleştirilmesi ilkesini gözönünde tutacağı ana ilke olmakla birlikte; Yasada mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkiliyen hertürlü teşebbüs tanımına yer verilmiş olması karşısında kamu kurum ve kuruluşlarının veya kamuya ait olsalar bile özel hukuk kurallarına göre faaliyet gösteren işletmelerin de rekabet hukuku kurallarına tabi olması zorunludur. Aksi halin kabulüyle, Yasadaki teşebbüs tanımının dar yorumlanması Yasanın amacıyla da bağdaşmaz.



T.C.  
DANIŞTAY  
Onuncu Daire  
Esas No: 1999/1253  
Karar No: 2001/3

- 3 -



Bakılan uyuşmazlıkta, 1998-1999 dönemi için ithal edilecek taşkömür ihalesinde ihaleyi gerçekleştiren kuruluş olan, red işleminde belirtilenin aksine, 2886 sayılı yasaya tabi bulunmayan İsdemir'le bir diğer teşebbüsün etkileşim halinde hareket edip etmemesi önem taşımamakta; İskenderun Demir Çelik A.Ş. (İSDEMİR)'nin koklaşabilir taşkömürü için açtığı ihalede, 4054 sayılı Yasa'nın 4.maddesinin ihlal edildiği yolundaki davacı iddialarının değerlendirilmesinin yapılması sözkonusudur.

Nitekim, dava dosyasının incelenmesinden; davacı şirketin aynı konu ile ilgili olarak yaptığı şikayet üzerine Kurulca ilk inceleme ve ön araştırma yapılmasına karar verildikten sonra 15.12.1999 tarih ve 99-59/639-406 sayılı Rekabet Kurulu kararıyla,

-Şikayet dilekçesinde belirtilen husumet tevcihinin temsilcilere yönelik olarak yanlış belirlenmesi nedeniyle Odak İç ve Dış Tic. A.Ş., Odak İnşaat A.Ş. Odak Enerji A.Ş., aleyhine 4054 sayılı Yasanın 4.maddesinin ihlal edip etmedikleri yönünde soruşturma açılarak ceza verilmesi isteminin reddine;

-Adıgeçen firmaların oluşturduğu teşebbüsün temsilciliğini yaptığı yabancı menşeli A.M.C.I. Newco Coal ve Nova Coal firmalarının rekabeti bozma amaçlı anlaşma yaptıkları iddiasının, anlaşmanın varlığının belirlenememesi, diğer yandan uyumlu davranışta bulunarak rekabeti bozucu fiyat teklifinde buldukları şeklindeki iddianın ise ekonomik gerekçelere dayanmaması nedeniyle, rekabet ihlali oluşmadığı kanaat ve sonucuna ulaşılarak, adıgeçen teşebbüsler hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41.maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek bulunmadığına karar verildiği anlaşılmaktadır.

Bu haliyle, uyuşmazlığın 4054 sayılı Yasa'nın kapsamında bulunmadığı yolundaki red gerekçesi davalı idarece daha sonradan tesis edilen işlemle de yerinde görülmeyle kaldırılmış olduğundan dava konusu işlemde hukuka uyarlık görülmemiştir.

Belirtilen nedenle, yasal dayanağı bulunmayan dava konusu işlemin iptali gerekeceği düşünülmektedir.

#### TÜRK MİLLETİ ADINA

Hüküm veren Danıştay Onuncu Dairesince duruşma için önceden belirlenen 9.1.2001 tarihinde davacı tarafın gelmediği, davalı Rekabet Kurumu Başkanlığı vekili Av.Ayperi Samantır'ın geldiği, Danıştay Savcısının hazır olduğu görülerek açık duruşmaya başlandı. Taraflara usulüne uygun olarak söz verilip dinlendikten ve Danıştay Savcısının düşüncesi alındıktan sonra duruşmaya son verildi. Dava dosyası incelenip, gereği düşünüldü:

T.C.  
AN I Ő T A Y  
Onuncu Daire  
Esas No: 1999/1253  
Karar No: 2001/3

- 4 -

İskenderun Demir Çelik Fabrikaları A.Ş.'nin ithal edilebilecek koklaşabilir taşkömürü alımı ve taşıtılması işini birlikte ihale etmesinin 4054 sayılı Yasanın 4. ve 6.maddelerine aykırı olduğu iddiasıyla yapılan başvurunun, teşebbüs niteliğinde olmayan kamu kurum ve kuruluşları işlemlerinin Yasa kapsamında olmadığı gerekçesiyle reddine ilişkin Rekabet Kurumu Başkanlığı işleminin iptali istemiyle dava açılmıştır.

Davalı idarenin davacının dava açmakta menfaatinin bulunmadığı yolundaki usule ilişkin iddiası yerinde bulunmamıştır.

Dosyanın incelenmesinden ve davalı idare vekilinin duruşma sırasındaki beyanlarından, dava açıldıktan sonra ilkinceleme ve önaraştırma yapılarak Rekabet Kurulu'nun 15.12.1999 tarih ve 99/59/639-406 sayılı kararının verildiği anlaşılmaktadır.

Bu durum karşısında, dava konusu işlemin kaldırılarak yeni bir karar verilmesi nedeniyle konusu kalmayan bu davanın esasının incelenerek karar verilmesine gerek görülmemiştir.

Açıklanan nedenlerle, konusu kalmayan dava hakkında ayrıca bir karar verilmesine yer bulunmadığına, aşağıda dökümü gösterilen 15.620.000 lira yargılama gideri ile davanın açıldığı tarihte yürürlükte bulunan Avukatlık Asgari Ücret Tarifesine göre belirlenen 45.000.000 lira avukatlık ücretinin davalı idareden alınarak davacıya verilmesine 9.1.2001 tarihinde oybirliğiyle karar verildi.

Başkan	Üye	Üye	Üye	Üye
Burhan	Yılmaz	Zafer	Mustafa İlhan	Serap
ÖÇ	TAŞDELEN	KANTARCIOĞLU	DİNÇ	AKSOYLU

Yargılama Giderleri :

Harcılar	:	4.870.000.-
Posta Gideri	:	10.750.000.-
TOPLAM	:	15.620.000.-



T.C.

DANIŞTAY

Onuncu Daire

Esas No: 1999/2611

Karar No: 2001/4

Davacı : Zihni Gemi İşletmeleri ve Tic. A.Ş.  
Vekili : Av.Atilla Çetiner, Rıhtım Cad. No:28-30  
80030 Tophane/İSTANBUL

Davalı : Rekabet Kurumu Başkanlığı  
Bilkent Plaza B-3 Blok Bilkent/ANKARA

Vekili : Av.Ayperi Samantır - Aynı Yerde

İstemin Özeti : Ereğli Demir Çelik Fabrikaları T.A.Ş. tarafından Türk Bayraklı gemiler için açılan demir cevheri taşıma ihalesinde, Bare Boat esasına göre kiralanarak Türk Ticaret Kanunu'nun 824.maddesi hükmü uyarınca Türk Bayrağı çeken gemilerin Türk Bayraklı gemi olarak kabul edilmeyeceğine ilişkin ihale şartnamesi hükmünün 4054 sayılı Yasa'nın 4. ve 6.maddelerine aykırı olduğu yolundaki başvurunun, teşebbüs niteliğinde olmayan kamu kurum ve kuruluş işlemlerinin Yasa kapsamında olmadığı gerekçesiyle reddine ilişkin 16.2.1999 gün ve 404 sayılı işlemin; Ereğli Demir Çelik Fabrikaları T.A.Ş.'nin 4054 sayılı Yasa kapsamında olduğu, 2886 sayılı Yasa'ya tabi olmadığı iddiasıyla iptali istenilmektedir.

Savunmanın Özeti : Davacının bu davayı açmakta hukuki bir menfaatinin bulunmadığı, rekabeti bozucu kamusal kararların 4054 sayılı Yasa kapsamına girmediği belirtilerek davanın reddi gerektiği savunulmuştur.

D.Tetkik Hakimi : Hüseyin Özgün

Düşüncesi : Kamu teşebbüsleri ve devlet tarafından kendilerine özel, münhasır yada imtiyazî haklar tanınmış olan teşebbüsler de Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamındadır.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun 2.maddesi gerekçesinde de teşebbüslerin kamu kurumlarına veya özel kişilere ait olmasının öneminin bulunmadığı belirtilmiştir.

Bu durum karşısında İskenderun Demir Çelik Fabrikaları A.Ş. tarafından kömür alımı ve taşınması işinin birlikte ihale edilmesine ilişkin işlemin 4054 sayılı Yasa hükümlerinde öngörülen rekabeti engelleyici faaliyetlerden olup olmadığı konusunda bir karar verilmesi gerekirken, istemin özeti kısmında belirtilen işlem gerekçesiyle başvurunun reddinde yasal uyarlık bulunmamaktadır.

Nitekim dava açıldıktan sonra başvurunun inceleme kapsamına alınarak, dava konusu işlemin kaldırıldığı anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak da, idari yargıdaki iptal davalarının niteliği gereği davanın açıldığı tarihteki hukuki durum ve mevzuata göre karar verilmesi zorunlu bulunduğundan, dava konusu işlemin iptaline karar verilmesi gerektiği düşünülmüştür.

T.C.  
DANIŞTAY  
Onuncu Daire  
Esas No: 1999/2611  
Karar No: 2001/4

- 2 -



Danıştay Savcısı : Emin Celalettin Özkan

Düşüncesi : Dava; davacı şirketin, Ereğli Demir Çelik Fabrikaları T.A.Ş. tarafından Türk Bayraklı gemiler için açılan 200.000 M/T Demir Cevheri taşıma ihalesinde, Bare Boat esasına göre kiralanarak TTK'nun 824. maddesi hükmü uyarınca Türk Bayrağı çeken gemilerin Türk Bayraklı gemi olarak kabul edilemeyeceğine dair ihale şartnamesinde yer alan hükmün, yasa önünde eşit konumda bulunan Türk Bayraklı gemiler arasında ayırım yaparak 4054 sayılı Kanunun 4. ve 6. maddelerine aykırı olarak rekabeti bozduğundan bahisle 25.9.1998 tarihinde yaptığı başvurunun; teşebbüs niteliğinde olmayan kamu kurum ve kuruluş işlemlerinin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun kapsamında olmaması ve devlet alımları konusunun özel bir kanunu olan 2886 sayılı Devlet İhale Kanununda düzenlenmiş olduğu gerekçesiyle reddine ilişkin 16.2.1999 tarih ve 404 sayılı kararın iptali istemiyle açılmıştır.

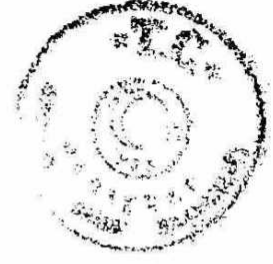
Davalı idarenin davacının menfaatinin ihlal edilmediği yolundaki usule yönelik itirazı yerinde görülmemiştir.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun amacı; mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeler yaparak rekabetin korunmasını sağlamak olarak açıklanmıştır.

Kanunun 2. maddesinde; 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 hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki hertürlü hukuki işlem ve davranışların, rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemlerin bu kanun kapsamına gireceği hükme bağlanmıştır; tanımlar başlıklı 3. maddesinde de; piyasada mal ve hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler teşebbüs olarak tanımlanmıştır.

2886 sayılı Devlet İhale Kanunu'na tabi olsun veya olmasın kamu kurum ve kuruluşlarının mal ve hizmet piyasalarındaki işlemlerde rekabetin gerçekleştirilmesi ilkesini gözönünde tutacağı ana ilke olmakla birlikte; Yasada mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen hertürlü teşebbüs tanımına yer verilmiş olması karşısında kamu kurum ve kuruluşlarının veya kamuya ait olsalar bile özel hukuk kurallarına göre faaliyet

T.C.  
DANIŞTAY  
Onuncu Daire  
Esas No: 1999/2611  
Karar No: 2001/4



- 3 -

gösteren işletmelerin de rekabet hukuku kurallarına tabi olması zorunludur. Aksi halin kabulüyle, Yasadaki teşebbüs tanımının dar yorumlanması Yasanın amacıyla da bağdaşmaz.

Bakılan uyuşmazlıkta, 2886 sayılı Yasa'ya tabi olmayan Erdemir tarafından demir cevheri taşınması için gemi kiralaması hakkında açılan ihalede, Bare Boat (çıplak kira) esasına göre kiralanarak TTK'nun 824. maddesine göre Türk bayrağı çeken gemilerin Türk bayraklı gemi olarak kabul edilemeyeceğine ilişkin olarak konan şartın, davacı iddiası doğrultusunda 4054 sayılı Yasayı ihlal edip etmediğinin değerlendirilmesinin yapılması sözkonusudur.

Nitekim, dava dosyasının incelenmesinden; davacının kurum kayıtlarına 25.9.1998 tarih ve 3126 sayı ile intikal eden 25.9.1998 tarihli dilekçesinde yer alan konuların inceleme kapsamına alındığı ve bu hususun bildirildiği 25.5.2000 tarihi itibarıyla de konu ile ilgili bir kararın çıkmadığı anlaşılmaktadır.

Öte yandan davacı şirket tarafından Yüksek Planlama Kurulunun 3.4.1998 tarih ve 98/T-17 sayılı kararının Denizcilik Sektörü ile ilgili B/1. maddesinde öngörülen düzenlemenin, yalnızca çıplak kira (Bare Boat) esasına göre kiralanacak gemiler dışındaki Türk Bayraklı gemilerle yapılacak taşımalarda uygulanmasına ilişkin Başbakanlık Deniz Müsteşarlığı Deniz Ulaştırması Genel Müdürlüğü'nün 19.8.1998 tarih ve 04075 sayılı işleminin iptali istemiyle açılan dava sonucunda da, söz konusu işlem Danıştay 10. Dairesinin 31.10.2000 tarih ve E:1998/6507-K:2000/5446 sayılı kararıyla hukuka aykırı bulunarak iptal edilmiştir.

Bu haliyle, uyuşmazlığın 4054 sayılı Yasa kapsamında bulunmadığı yolundaki dava konusu işlemin red gerekçesi konunun davalı idarece inceleme kapsamına alınması nedeniyle yerinde görülmemekle birlikte kaldırılmış olduğundan dava konusu işleminde hukuka aykırılık görülmemiştir.

Belirtilen nedenle, yasal dayanağı bulunmayan dava konusu işlemin iptali gerekeceği düşünülmektedir.

#### TÜRK MİLLETİ ADINA

Hüküm veren Danıştay Onuncu Dairesince duruşma için önceden belirlenen 9.1.2001 tarihinde davacı tarafın gelmediği, davalı Rekabet Kurumu Başkanlığı vekili Av. Ayperi Samantır'ın geldiği, Danıştay Savcısının hazır olduğu görülerek açık duruşmaya başlandı. Taraflara usulüne uygun olarak söz verilip dinlenildikten ve Danıştay Savcısının düşüncesi alındıktan sonra duruşmaya son verildi. Dava dosyası incelenip, gereği düşünüldü:

Ereğli Demir Çelik Fabrikaları T.A.Ş. tarafından Türk Bayraklı gemiler için açılan demir cevheri taşıma ihalesinde, Bare Boat esasına göre kiralanarak Türk Ticaret Kanunu'nun 824. maddesi hükmü uyarınca Türk Bayrağı çeken gemilerin Türk Bayraklı gemi olarak kabul edilmeyeceğine ilişkin ihale şartnamesi hükmünün

T.C:  
DANIŞTAY  
Onuncu Daire  
Esas No: 1999/2611  
Karar No: 2001/4

- 4 -

4054 sayılı Yasa'nın 4. ve 6.maddelerine aykırı olduğu yolundaki başvurunun, teşebbüs niteliğinde olmayan kamu kurum ve kuruluş işlemlerinin Yasa kapsamında olmadığı gerekçesiyle reddine ilişkin işlemin; Ereğli Demir Çelik Fabrikaları T.A.Ş.'nin 4054 sayılı Yasa kapsamında olduğu, 2886 sayılı Yasa'ya tabi olmadığı iddiasıyla iptali istenilmektedir.

Davalı idarenin davacının dava açmakta menfaatinin bulunmadığı yolundaki usule ilişkin iddiası yerinde bulunmamıştır.

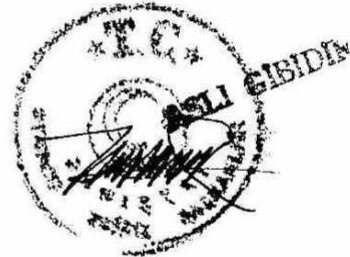
Dosyanın incelenmesinden ve davalı idare vekilinin duruşma sırasındaki beyanlarından, dava açıldıktan sonra, davacı şirketin başvurusunun 4054 sayılı Yasasının 40. maddesi uyarınca incelenmesine karar verildiği anlaşılmaktadır.

Bu durum karşısında, dava konusu işlemin kaldırılarak yeni bir karar verilmesi nedeniyle konusu kalmayan bu davanın esasının incelenerek karar verilmesine gerek görülmemiştir.

Açıklanan nedenlerle, konusu kalmayan dava hakkında ayrıca bir karar verilmesine yer bulunmadığına, aşağıda dökümü gösterilen 25.370.000 lira yargılama gideri ile davanın açıldığı tarihte yürürlükte bulunan Avukatlık Asgari Ücret Tarifesine göre belirlenen 45.000.000 lira avukatlık ücretinin davalı idareden alınarak davacıya verilmesine 9.1.2001 tarihinde oybirliğiyle karar verildi.

Başkan	Üye	Üye	Üye	Üye
Burhan	Yılmaz	Zafer	Mustafa İlhan	Serap
ÖÇ	TAŞDELEN	KANTARCIOĞLU	DİNÇ	AKSOYLU

Yargılama Giderleri :  
Harçlar : 15.120.000.-  
Posta Gideri : 10.250.000.-  
TOPLAM : 25.370.000.-



FÖ/28.3.2001



**DUYURU**

1. Dergiye gönderilen yazılar, başka bir yerde yayımlanmamış veya yayınlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Metinler bilgisayar ortamında bir disket ile beraber A4 kağıdının bir yüzüne çift aralıkla yazılmış üç kopya halinde teslim edilmelidir. Disket ile birlikte kullanılan yazılım programı, bilgisayar ismi ve dosya ismi gönderilmelidir. Teknik nedenlerden ötürü, daktilo ile yazılmış metinler kabul edilmez. Yayın Komisyonunca kabul edilmeyen yazılar iade edilmez.
2. Yazıyla birlikte, İngilizce başlık ve en çok 15 satırlık İngilizce bir özet teslim edilmelidir.
3. Tablo ve şekillere numara verilmeli, başlıklar tablo ve şekillerin üzerinde yer almalı kaynaklar ise tablonun altına yazılmalıdır. Denklemlerin sıra numarası parantez içinde, sayfanın sağ tarafında gösterilmelidir.
4. Kaynaklara yapılan göndermeler dipnotlar yerine, metin içinde açılan ayraçlarla belirtilmelidir. Ayrıca içindeki bilgiler sırasıyla şöyle olmalıdır: Yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yılı, sayfa numaraları: Örneğin:

..... tespit edilmiştir. (Atkinson, 1983; 77-82).

..... Sayer (1996a: 43-72; 1986b: 666-695) belirtilmelidir.

**KİTAPLAR**

FÖRLSTER, S. (1991), The Art of Encouraging Invention: A New Approach to Government Innovation, California Press.

**MAKALELER**

BAUMOL, W.J. (1986), "Productivity Growth, Convergence and Welfare: What the Long Run Data Show", American Economic Review, 76,1072-82.

**DERLEMELER**

HALL, P,H. "The Theory and Praticce of Innovation Policy: An Overview", P. Hall (der), Technology, Innovvation and Economic Policy içinde, Oxford: Philip Alan, 1-34.

5. Dipnot halinde verilen ek bilgiler, metin içinde numara sırasıyla ve sayfa altında ayrıca verilmelidir.
6. Belirtilen kurallara uymayan yazılar, gerekli düzeltmelerin yapılması için geri gönderilebilir. Yazının yayınlanması halinde, derginin 3 kopyası yazara ücretsiz gönderilecektir.
7. Yazarların, makaleleri ile birlikte, yazışma adresi, telefon ve faks bilgilerini de içeren notu göndermeleri gereklidir.

**REKABET *Dergisi***