

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,**

**REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : 2006-1-143 (Devralma)  
**Karar Sayısı** : 07-11/70-22  
**Karar Tarihi** : 1.2.2007

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Mustafa PARLAK  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Prof.Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfık ÜNAL,  
Prof.Dr.Nurettin KALDIRIMCI, Süreyya ÇAKIN,  
Mehmet Akif ERSİN.

**B. RAPORTÖRLER:** Mustafa Oğuzcan BÜLBÜL, Çiğdem ÜNAL

**C. BİLDİRİMDE**

**BULUNAN**

: - ABS Alçı ve Blok Sanayi A.Ş.  
Temsilcisi Av. İsmet CANTÜRK  
Meşrutiyet Cad. No:31/6 Berker Apt. Kat:6 Kızılay/Ankara

**D. TARAFLAR**

: - ABS Alçı ve Blok Sanayi A.Ş.  
Libadiye Cad. Soyak Göztepe Sitesi  
15. Blok D:281-284 34700 K.Çamlıca/İstanbul  
- Edibe Nevra HATİBOĞLU  
Eski Üsküdar Yolu Topçu İbrahim Sok.  
Pak Plaza No:5-7 Kat:4 İçerenköy/İstanbul  
- Mehmet Sait HATİBOĞLU  
Ebuziya Tevfik Sok. No:2/4 Çankaya/Ankara

**E. DOSYA KONUSU:** SIAS Sivas Alçı Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin %99,95 oranındaki hissesinin ABS Alçı ve Blok Sanayi A.Ş. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi talebi.

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 26.9.2006 tarih ve 6489 sayı ile giren bildirim üzerine, söz konusu devralmaya ilişkin olarak talep edilen ek bilgi ve belgeler en son 5.1.2007 tarih ve 51 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden yazı ile tamamlanmıştır.

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 yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 26.1.2007 tarih, 2006-1-143/Öİ-07-MOB sayılı Devralma Ön İnceleme Raporu, 26.1.2007 tarih, REK.0.05.00.00-120/12 sayılı Başkanlık önergesi ile 07-11 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;

- Söz konusu işlemin ciro eşiği itibarıyla 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi bir devralma olduğu,
- Devralma sonrasında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinde belirtilen, bir hakim durumun yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi, böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığı,
- Dolayısıyla söz konusu devir işlemine 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi çerçevesinde izin verilmesi gerektiği

ifade edilmektedir.

## H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### H.1. Taraflar

#### H.1.1. ABS Alçı ve Blok Sanayi A.Ş. (ABS)

Dosyada yer alan bilgilere göre; ABS, 1980 yılında alçı esaslı yapı malzemeleri üretmek amacıyla kurulmuş olup, Bozüyük'teki ilk fabrikası 1982 yılında üretim faaliyetine başlamıştır. Şirketin Bilecik-Bozüyük, Ankara-Gölbaşı, Mersin-Tarsus, Erzurum-Aşkale ve Siirt'te olmak üzere toplam beş alçı fabrikası bulunmaktadır.

Bu fabrikaların 2003-2005 dönemindeki toplam toz alçı üretim kapasitesi ile üretim ve satış miktarları aşağıdaki gibidir:

**Tablo 1: ABS'nin 2003-2005 Dönemindeki Alçı Kapasite, Üretim ve Satış Rakamları**

	2003	2004	2005
<b>Kapasite (Ton/Yıl)</b>	(.....)	(.....)	(.....)
<b>Üretim (Ton/Yıl)</b>	(.....)	(.....)	(.....)
<b>Kapasite Kullanım Oranı (%)</b>	(.....)	(.....)	(.....)
<b>Satış (Ton/Yıl)</b>	(.....)	(.....)	(.....)

ABS'nin ilgili ürün pazarındaki 2005 yılı cirosu (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir.

#### H.1.2. SİAS Sivas Alçı Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Sias)

Dosyadaki bilgilere göre; Sias, 16.3.2004 tarihinde kurulmuş ve 1.4.2004 tarihinde 234.200 m<sup>2</sup> açık alan üzerinde kurulu 10,000 m<sup>2</sup> kapalı alanı bulunan fabrikayı, Barit Maden T.A.Ş.'den "BMT Alçı" markası ve tüm personeli ile birlikte satın almıştır. Şirket daha sonra ortak sayısını beşe çıkararak ve gerekli yasal işlemleri tamamlayarak 14.10.2005 tarihinde Sias Sivas Alçı Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi unvanını almıştır.

Şirketin Sivas'ta bulunan fabrikasının 2004 ve 2005 yılındaki toz alçı üretim kapasitesi, üretim ve satış miktarları aşağıdaki gibidir:

**Tablo 2: Sias'ın 2004-2005 Yıllarındaki Kapasite, Üretim ve Satış Miktarları**

	2004	2005
<b>Kapasite (Ton/Yıl)</b>	(.....)	(.....)
<b>Üretim (Ton/Yıl)</b>	(.....)	(.....)
<b>Kapasite Kullanım Oranı (%)</b>	(.....)	(.....)
<b>Satış (Ton/Yıl)</b>	(.....)	(.....)

Sias'ın 2005 yılındaki ilgili ürün pazarındaki cirosu (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir.

## H.2. İlgili Pazar

### H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

Alçı taşı (jips) doğal olarak oluşan ve iki mol su içeren bir Kalsiyum Sülfat mineralidir. Alçı, bileşiminde iki molekül kristal su bulunan alçı taşının ( $\text{CaSO}_4 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$ ), yarım molekül su kalacak şekilde ısı verilerek uçurulması ve öğütülmesi ile elde edilen suyla karıştırılınca tekrar katılaşıp bağlayıcılık özelliği taşıyan bir yapı malzemesidir. Alçı üretimindeki ana süreçler; taş kırma, pişirme, öğütme- seperasyon, katkılama, paketlenme-stoklama olarak 5 başlık altında toplanmaktadır.

Günümüzde alçı taşı kullanımında, genel toplamın %5'i zirai amaçlı, %10-15 kadarı ise endüstriyel kullanım olarak adlandırılabilir uygulamalarda tüketilmektedir. Geri kalan alçı taşının tamamı inşaat sektöründe kullanılan alçı türlerinin imalatında tüketilir. Toz alçı üretiminde, 1 ton toz alçı elde edebilmek için yaklaşık 1,25 - 1,35 ton alçı taşı kullanılmaktadır. Diğer bir deyişle, alçı taşı, toz alçıya dönüştürülürken ağırlığının %25-35'ini kaybetmektedir.

Genel olarak toz alçı sektörü şeklinde adlandırılan pazarda alçı türevi pek çok ürün bulunmaktadır. Başlıca ürünler;

#### i) Kalıp Alçıları

- Teksir kalıbı alçısı
- Porselen kalıp alçısı
- Seramik kalıbı alçısı
- Kiremit kalıbı alçısı

#### ii) Tıpta Kullanılan Alçılar

- Diş alçısı
- Ortopedik alçı

#### iii) İnşaat sektöründe kullanılan alçılar ve türevleri

- İnşaat alçısı
- Kartonpiyer alçısı
- Saten perdah alçısı
- Perlitli sıva alçısı
- Makine sıva alçısı
- Derz dolgu alçısı
- Yapıştırma alçısı (alçı plaka, duval blok)
- Dolu gövdeli duval blok
- İki yüzü kartonlu alçı plaka

#### iv) Alçı taşı

- Tüvenan alçıtaşı
- Mikronize edilmiş alçıtaşıdır.

Bu ürünler içerisinde dosyanın konusunu teşkil edenler “İnşaat sektöründe kullanılan alçılar” sınıfında yer alan ürünlerdir. Toz alçı, doğrudan ya da dolaylı olarak inşaat sektörüne hitap etmektedir.

Alçı ve alçıdan mamul ürünlerin, sıhhatli ve ekonomik olmaları nedeniyle kullanımları giderek artmaktadır. Yüksek oranda ısı yalıtımı sağlaması, ateşe dayanıklılık, nem ve ses düzenleyiciliği özelliklerine sahip bir ürün olan alçı, Türkiye’de yapı sektöründe yakın zamanda kullanımı yaygınlaşmış bir üründür. Alçının ticari ürün olarak değeri kullanım alanının yaygınlaşmasına bağlı olarak hızla artmaktadır. Özellikle alçı taşının nihai ürünün girdileri arasında en önemli maliyeti oluşturması ve kaliteli ürün üretebilmek için alçı taşının saflık özelliğinin yüksek olması gerekliliği nedeniyle, toz alçı üreten fabrikalar ülkemizde alçı taşının doğada en saf ve en bol olduğu bölgelerde madene en yakın mesafede kurulmuştur. Bahsedilen özellikleri en fazla gösteren bölgenin Ankara - Bala bölgesi olması nedeniyle, alçı fabrikalarının birçoğu Ankara civarında kurulmuştur (ABS, Tepe-Knauf, Dalsan, BPB, Atışkan). Bu özellikleri gösteren diğer merkezler, Sivas (SİAS), Niğde, Erzurum (ABS) ve Güney Doğu Anadolu bölgesinde Siirt (ABS), Batman (Fernas Alçı) çevreleridir. Karadeniz, Marmara ve Ege Bölgesi ile Batı Akdeniz’de alçı taşı bulunmadığı için bu bölgelerde alçı fabrikası bulunmamaktadır.

Toz alçı çeşitli katkı maddeleri ve kimyasallar katılarak kullanılacağı amaca göre çeşitlendirilmekte ve nihai ürün haline getirilen toz alçının maliyetinin önemli bir kısmını birçoğu ithal olan bu katkı maddeleri oluşturmaktadır. Karışımın formülasyonuna göre alçı-su karışımının plastikliği, uygulama kolaylığı, duvara yapışması, donma (katılma) süresi ve yüzey sertliği istenildiği şekilde ayarlanmaktadır. Toz alçının özellikleri, alçı taşının pişirilme tekniğine ve formülasyonu ve karışım teknolojisine göre önemli değişiklikler göstermektedir. İnşaat alçıları günümüzde el marifeti ile duvara uygulandığı gibi AB’de de yoğunlukla kullanılan makineli uygulama da son dönemde giderek artmaktadır.

Yukarıdaki değerlendirmeler ışığında, devralmaya konu şirket olan Sias’ın üretim alanı perlitli sıva alçısı, saten perdah alçısı, kartonpiyer alçısı, makine sıva alçısı ve inşaat alçısından ibaret olduğu da dikkate alınarak, ilgili ürün pazarı “toz alçı pazarı” olarak tespit edilmiştir.

## H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

Toz alçı pazarında iki unsur nakliye masraflarını artırmak suretiyle maliyet artışına neden olmaktadır. Bunlar, hammadde kaynaklarına olan mesafe ile pazara olan mesafedir. Hammadde olarak çıkarılan alçı taşının çıkarıldığı yer ile üretim yapılan fabrikanın birbirine uzak olması, hammadde olarak çok düşük fiyatlarla satılan alçı taşının değerinin üzerinde nakliye ödenmesi anlamına gelmektedir ki bu durumda nihai ürün olarak üretilecek alçının satış fiyatına etki eden unsurlardan birisi olarak göze çarpmaktadır. Bu nedenle, düşük maliyetle alçı üretmek isteyen teşebbüslerden beklenen, alçı taşının çıkarıldığı yer ile alçı fabrikasının aynı yerde ya da birbirine yakın olarak kurulması şeklindeki davranıştır. Nitekim, raportörlerce pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerle yapılan görüşmelerde edinilen bilgilerden; alçı taşı rezervlerine yakın bir fabrika

kurulmasının, nihai ürün olan toz alçının satışlarında belirli bir oranda avantaj sağladığı; ancak, alçı taşı rezervlerinin yanında kurulmasa da, alçı taşı rezervlerine karayoluyla makul bir mesafede olan ya da tren yolu ile taşımaya müsait olan bir fabrika kurulmasının mümkün olduğu anlaşılmaktadır.

Nitekim alçı taşı çıkarılan yerler ile toz alçının üretilip satıldığı pazarlar genellikle birbiriyle yan yana olmamaktadır. Şöyle ki, alçı taşı çıkarılan yerler genellikle pazara uzak, etrafından ciddi boyutta bir yerleşim olmayan ve mücavir alan dışında kalan yerlerdir. Dolayısıyla, toz alçı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin, alçı taşına yakın fabrika kurmayı maliyet açısından avantajlı bulmakla beraber, kaynaktan ziyade pazara yakın olmayı (özellikle büyük şehirlere yakın fabrikalar kurmayı) tercih ettiği durumların da olduğu örnekler bulunmaktadır.

Alçı taşının ve daha sonra da üretilen toz alçının nakliyesine yönelik en önemli husus, ülkenin batısından doğusuna doğru yapılan nakliyenin, doğusundan batısına doğru olan nakliyesinden daha pahalı olduğu bu durumun, toz alçı pazarının yapısını etkileyen en önemli unsur olduğudur. Ülkenin doğusu ile batısı arasındaki karşılıklı nakliyenin maliyetinin birbirinden farklı olmasının nedenleri ise;

- Ülkenin doğusundaki ulaşımın, yolların daha dik ve bozuk olması yanında kış mevsiminde hava koşullarının da kötüleşmesiyle, batıya göre daha zor şartlarda yapılması,
- Batıdan doğuya doğru yapılan nakliyenin çift yönlü yapılabilmesi imkanı çok daha fazlayken (örneğin Akdeniz bölgesine doğudan toz alçı satışı yapan bir teşebbüsün kamyonları, toz alçıyı götürüp dönüşte doğu illerine yaş sebze ve narenciye getirmektedir), doğudan batıya doğru yapılan nakliyelerde genellikle kamyonların dolu gidip boş dönmesi,

olarak özetlenebilir.

Batı-doğu istikametindeki nakliye koşullarındaki olumsuzluklar bir yana, özellikle kış mevsiminde, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin kendi içindeki nakliye bile oldukça zor koşullarda yapılmaktadır. Buna ilaveten, doğuda inşaat sezonunun batıya kıyasla çok daha kısa olması, bölgedeki talebin daha çok mevsimsel olmasına ve bölgeye toz alçı satışı yapan teşebbüslerin karşı karşıya olduğu talep Nisan-Eylül döneminde artmakta, Ekim-Mart döneminde ise azalmaktadır. Batıdaki duruma bakıldığında, turistik bölgelerde yazın getirilen inşaat yasağına rağmen, iklim koşullarının neredeyse yılın tamamında inşaatı imkan tanıyacak derecede müsait olduğu ve dolayısıyla talebin doğuya göre daha istikrarlı ve bir yıla yayılmış olduğu görülmektedir. Ayrıca ülkenin batısındaki yolların daha elverişli olması, bazı şehirler arasında otobanla ulaşım imkanı olması, bölgenin kendi içindeki ticaret hacminin çift yönlü nakliyeye imkan tanıması ve ülkenin doğusunda farklı illere serpilmiş belirli sayıda fabrika bulunmasına rağmen, batıda (alçı taşı rezervi olmaması nedeniyle) fabrika bulunmaması, ülkenin doğusundaki ve batısındaki toz alçı pazarının yapısal özellikleri itibarıyla birbirinden ayrıldığını göstermektedir.

Söz konusu bilgiler ışığında, ilgili coğrafi pazar, toz alçı pazarının yukarıda ayrıntılarına yer verilen özellikleri itibarıyla Ankara da dâhil olmak üzere "Doğu

ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi, İç Anadolu'nun Doğusu, Orta ve Doğu Karadeniz ve Akdeniz Bölgesi" olarak tespit edilmiştir.

### H.3. Değerlendirme

#### H.3.1. İşlemin Niteliği

Bildirim konusu işlem, Sias'ın Edibe Nevra Hatiboğlu ve Mehmet Sait Hatiboğlu'na ait %99,95 oranındaki hissesinin ABS'ye devri işlemidir. Söz konusu işlem, Sias'ın kontrolünün ABS'ye geçmesi sonucunu doğurması nedeniyle, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesine dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesi anlamında bir devralmadır.

#### H.3.2. Eşikler Yönünden Değerlendirme

1997/1 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde "...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 yirmibeş trilyon Türk Lirası'nı aşması halinde Rekabet Kurulu'ndan izin almaları zorunludur" ifadesi yer almaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde bildirim konusu işlem, tarafların 2005 yılında ilgili ürün pazarındaki toplam ciroları (.....) YTL olarak gerçekleştiğinden, 1997/1 sayılı tebliğ kapsamında izne tabi bir işlemdir.

#### H.3.3. Hakim Durum Değerlendirmesi

4054 sayılı Kanun'un 7. maddesiyle, rekabeti önemli ölçüde azaltacak şekilde hakim durum yaratan ya da var olan bir hakim durumu güçlendiren yoğunlaşmalar yasaklanmaktadır. "Hakim durum"un ne olduğu ise, aynı Kanun'un 3. maddesinde, "*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 tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle hakim durum, pazardaki diğer aktörlerin davranışlarını dikkate alma gereksinimini ortadan kaldıracak ölçüde bir ekonomik büyüklüğe sahip olmak şeklinde ifade edilebilir.

4054 sayılı Kanun'un ilgili maddelerinde ya da ikincil mevzuatında 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. Buna göre 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 bağlamda, başvuru konusu dosyanın tarafları olan ABS ve Sias'a ilişkin değerlendirmelere aşağıda yer verilmiştir.

### H.3.3.1. Pazar Payları

Genel olarak, 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. Tarafların pazar payı, hakim durum analizlerinde AB Komisyonu tarafından da bakılan ilk ve en önemli unsurlardan birisidir.

Başvuru konusu bildirim tarafları olan ABS ve Sias'la beraber ilgili ürün pazarında toz alçı satışı bulunan BPB, Dalsan, Entegre Harç Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Entegre), Knauf, Fernas ve Atışkan Alçı A.Ş.'nin (Atışkan) 2004 ve 2005 yıllarındaki toz alçı satış miktarları ve bu satışlardan elde ettikleri pazar payları aşağıdaki gibidir:

**Tablo 3: 2004-2005 Yılı Pazar Payları**

	Miktar (ton/yıl)		Pazar Payı (%)	
	2004	2005	2004	2005
<b>ABS</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>SİAS</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>DALSAN</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>KNAUF</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>BPB</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>ENTE GRE</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>FERNAS</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>ATIŞKAN</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>TOPLAM</b>	(.....)	(.....)	100,00	100,00

ABS'nin Sias'ı devir alması varsayımı altında, ilgili coğrafi pazarda oluşan pazar payları ve yoğunlaşma oranları ise şu şekildedir:

**Tablo 4: Devir İşlemi Sonrasındaki Pazar Payları**

	Miktar (ton/yıl)		Pazar Payı (%)	
	2004	2005	2004	2005
<b>ABS+SİAS</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>DALSAN</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>KNAUF</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>BPB</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>ENTE GRE</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>FERNAS</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>ATIŞKAN</b>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>TOPLAM</b>	(.....)	(.....)	100,00	100,00

Başvuru konusu işlemin tarafları olan ABS ve Sias'ın pazar paylarına ilişkin veriler incelendiğinde, muhtemel bir devralma işlemi neticesinde ABS'nin ilgili coğrafi pazardaki payının 2004 yılı rakamlarına göre %(.....), 2005 yılı rakamlarına göre ise % (.....)'ya ulaştığı görülmektedir.

Ülkemiz mevzuatında, 1997/1 sayılı Tebliğ ile %25 olarak belirlenen oranın altındaki yoğunlaşmaların *per se* hakim durum yaratmayacağı ve rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açmayacağı varsayılmaktadır. Öte yandan, mevzuatımızda yoğunlaşmaları doğrudan hakim durum konumuna sokabilecek pazar payı eşikleri bulunmamakta, her olay kendi özellikleri çerçevesinde değerlendirilmektedir.

Hakim durum analizlerinde, yoğunlaşmaya taraf teşebbüslerin işlem sonrası pazar büyüklükleri kadar, pazardaki diğer teşebbüslerin payları da oldukça önemli bir göstergedir. Piyasadaki gerçek rekabet koşullarının belirlenmesinde dikkate alınması gereken bu husus, birleşen tarafların halihazırda ne kadar rekabetçi bir baskı altında faaliyet gösterdiklerine dair bilgiler taşımaktadır. Eğer piyasada yeterince rekabetçi baskı yaratabilecek büyüklükte (esas olarak pazar payı, finansal büyüklük, araştırma-geliştirme gücü, ürün çeşitliliği, vs.) rakipler yoksa, yoğunlaşma ile yüksek sayılabilecek pazar paylarına ulaşılması, yoğunlaşma işlemi neticesinde hakim duruma geçildiğini kuvvetlendiren bir unsur olarak dikkate alınmaktadır. Tespit edilen ilgili coğrafi pazarda başvuru konusu işlemin tarafı olan ABS ve Sias haricinde kalan rakiplerden 2005 yılı rakamlarına göre en büyük pazar payına sahip olan teşebbüs %(.....) ile BPB'dir. BPB'yi %(.....) ile Dalsan, %(.....)'lik pazar payı ile de Kanuf izlemektedir. Ancak burada vurgulanması gereken en önemli husus, ABS'nin tüm Türkiye'deki en büyük rakipleri olan BPB, Dalsan ve Knauf'un tespit edilen coğrafi pazara olan satışlarının az ve pazar paylarının ABS'ye göre düşük olmasının nedeninin, teşebbüslerin ticari politikalarının bu doğrultuda olmasıdır.

Başvuru konusu işlemin olası bir devir ile sonuçlanması durumunda, ABS'nin ilgili coğrafi pazarda sahip olacağı pazar payları yüksek olmakla birlikte, hakim durumun tespiti açısından sadece pazar payına bakmak her zaman doğru sonuçlar vermemektedir. Dolayısıyla, dosya konusu işlemin tarafı olan ABS'nin olası bir devralma işlemi sonucunda hakim duruma geçip geçmeyeceğine ilişkin tespitte niceliksel kıstasların yanında niteliksel ölçütler de dikkate alınmalı ve ABS'nin hakim durumda olup olmadığına bu incelemeler sonucunda karar verilmelidir.

### **H.3.3.2. Potansiyel Rekabet-Pazara Giriş Engelleri**

Potansiyel rekabet kavramı, pazarda halihazırda herhangi bir faaliyeti bulunmamakla birlikte pazara giriş ihtimali olan teşebbüslerin yarattığı etki olarak düşünülebilir. Potansiyel rekabet, gerçek manada mevcut olmamasına ve pazar payı şeklinde ölçülememesine rağmen, pazardaki aktif teşebbüslerin pazar gücünü azaltmaktadır.

Herhangi bir pazarda meydana gelebilecek bir yoğunlaşma neticesinde ya da pazardaki mevcut yapı bünyesinde, bir teşebbüsün fiyatlarını kârlı bir biçimde artırabilmesinin karşısında duran ilk engel pazardaki diğer teşebbüslerin



yaratacağı baskıdır. Bu bağlamda, toz alçı pazarında ABS'nin en büyük rakiplerinin ilgili coğrafi pazara yaptıkları toz alçı satış miktarı ve sahip oldukları pazar payları ABS'ye kıyasla düşük de olsa, bugün ilgili coğrafi pazarla çeşitli ticari nedenlerle yeterince ilgilenmeyen söz konusu teşebbüslerin, bölgenin ekonomik ve talep miktarı bakımından istedikleri düzeye ulaşması durumunda pazardaki ağırlıklarını artırabilecek konumda olmalarının, ABS üzerinde mevcut oyuncuların yarattığı bir potansiyel rekabet baskısı olarak düşünülmesi gerekmektedir.

Toz alçı pazarındaki gerçek rekabetin yanında, yeni girişlerin yaratacağı potansiyel rekabetin ilgili pazardaki teşebbüslerin davranışları üzerinde disipline edici bir etkisinin olup olmaması, temel olarak söz konusu pazardaki giriş engellerinin derecesine bağlıdır. Eğer pazara giriş engelleri düşük ve bu itibarla girişler kolay ve kısa sürede olabiliyorsa, yeni girişlerin yaratacağı potansiyel rekabet, pazardaki mevcut 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.

#### **H.3.3.2.1. Yasal Giriş Engelleri**

Devletin bazı düzenleyici faaliyetleri pazara girişleri değişik yollarla etkileyebilmektedir. En çok görülen ve hissedilen engeller, belirli pazarlarda faaliyet göstermenin özel izne veya lisansa tabi bulunması ve bu gibi izinleri almanın zor ya da imkansız olmasıdır. Bu izinleri alma, maliyetli olmasa dahi (ki çoğu zaman belirli bir maliyeti de bulunmaktadır) uzun zaman alıyorsa, bu durum giriş engeli yaratabilir.

Toz alçının üretimi için gerekli olan alçı taşının elde edildiği madenleri işletmek için "işletme ruhsatı" alınması gerekmektedir. Bu ruhsatı alabilmek için de yerine getirilmesi gereken birçok yasal yükümlülük vardır. Son yıllarda yerli ve yabancı yatırımcıların madencilik sektörüne yatırım yapmasını kolaylaştırmak için işletme ruhsatı alabilmenin önündeki bürokratik engeller azaltılmış da olsa, madencilik sektörünün insan sağlığı, çevre ve ülke ekonomisi açısından stratejik bir sektör olarak değerlendirilmesi nedeniyle, maden işletme ruhsatı almak yine de belirli bir süre gerektirmektedir. Dosyada yer alan bilgilerden, alçı taşı madeni işletme ruhsatı alınabilmesi, madeni işletmek isteyen teşebbüsün kararlılığına ve maden ruhsatı alınmak istenen arazinin özelliklerine bağlı olmakla birlikte, ortalama 1 yıl zaman almaktadır.

Bu bağlamda, potansiyel rekabetin zaman boyutuna değinilmesi yerinde olacaktır. ABD uygulamalarında potansiyel rekabetin hakim durum analizlerinde bağlayıcı bir unsur olarak değerlendirilebilmesi için, potansiyel rakiplerin piyasaya girmeleri ve bununla birlikte fiyatları etkileyebilmeleri için maksimum 2 yıllık bir sürenin varlığı öngörülmektedir. Bununla birlikte, AB mevzuatında söz konusu süreye ilişkin bir hüküm bulunmamasıyla beraber, oluşan içtihatlarla bakıldığında, normal şartlarda Komisyon'un bir yıldan daha uzun süre alacak muhtemel pazar girişlerini potansiyel rekabet baskısı bağlamında değerlendirmelerinde dikkate almadığı görülmektedir.

Toz alçı üretiminde kullanılan alçı taşının, sadece ruhsat alıp yeni maden işletmek suretiyle elde edilmediği ve toz alçı üretmek isteyen teşebbüslerin ruhsat alacağı tarihe kadar geçen sürede alçı taşını diğer teşebbüslerden de satın alabileceği göz önüne alındığında, toz alçı sektörüne yeni giriş yapmak isteyen teşebbüslerin karşı karşıya olduğu ortalama 1 senelik sürenin giriş engeli olarak değerlendirilemeyeceği kanaatine ulaşılmıştır. Nitekim ilgili coğrafi pazardaki (mevcut durumda keşfedilmiş olan) alçı taşı madeni işletme ruhsatlarına bakıldığında, pazara girmek isteyen teşebbüslerin önünde birçok farklı alternatifinin olduğu görülmektedir.

İlgili coğrafi pazardaki rezerv durumuna ilave olarak, tüm Türkiye’de bugün keşfedilmiş olan alçı taşı maden rezervlerinin teşebbüs bazındaki dağılımı şu şekildedir:

**Tablo 5: Türkiye Alçı Taşı Madeni Rezervlerinin Dağılımı**

	Görünür Rezervler (Ton)	Rezerv Payı (%)
ABS	(.....)	(...)
KNAUF	(.....)	(...)
DALSAN	(.....)	(...)
BPB	(.....)	(...)
MADİNSAN+MAGET <sup>1</sup>	(.....)	(...)
<b>ARA TOPLAM</b>	(.....)	(...)
BARİT MADEN T.A.Ş.	(.....)	(...)
DİĞER	(.....)	(...)
<b>GENEL TOPLAM</b>	(.....)	100,00

### H.3.3.2.2. Ekonomik Giriş Engelleri

#### H.3.3.2.2.1. Ölçek Ekonomileri ve Sermaye İhtiyacı

Ölçek ekonomilerinin varlığı, yeni teşebbüsün fiyat rekabeti yapabilmesi için büyük meblağlarda yatırım yapması ve geniş ölçekte üretim yapmasını gerektirebilir. Her fabrikanın maliyetlerine bağlı olarak değişmekle birlikte, toz alçı fabrikalarının faaliyetlerine devam edebilmesi için yılda 50-60 bin ton toz alçı satması gerektiği kabul edilmektedir. Bu miktarda toz alçının üretilmesi için gerekli olan kapasite ise yaklaşık 100.000 ton/yıl’dır. Dolayısıyla, pazara yeni giriş yapmayı düşünen teşebbüslerin karşı karşıya olduğu ölçeğin ortalama 100.000 ton/yıl olduğu, ancak bu miktarın yatırım yapılan bölgenin özelliklerine ve kurulan fabrikanın maliyetlerine göre daha da düşebileceği anlaşılmaktadır. 100.000 ton/yıl toz alçı üretim kapasitesi olan bir fabrikanın, kullanılan makine ekipmanının yerli ya da yabancı olmasına, uygulanan güvenlik ve çevre standartlarına göre değişmekle beraber, ortalama 4-5 milyon USD’ye mal olacağı öngörülmektedir.

Alçının ürün özellikleri bakımından benzer nitelikler taşıdığı çimento sektöründeki rakamlar dikkate alındığında<sup>2</sup>, bu ilk yatırım tutarının ve kurulması

<sup>1</sup> Maget Maden Sanayi ve Ticaret A.Ş., Madinsan Maden Sanayi ve Ticaret A.Ş.’nin iştirakidir.

gereken kapasitenin, pazara yeni girmek isteyen teşebbüsleri caydıracak kadar yüksek olmadığı, dolayısıyla bir giriş engeli olarak değerlendirilemeyeceği kanaatine ulaşılmaktadır.

#### **H.3.3.2.2.2. Fazla Kapasite**

Ülkedeki toplam toz alçı üretim kapasitesi 2003 yılında 1.596.810 ton, 2004 yılında 2.003.357 ton ve 2005 yılında da 2.238.078 ton olmasına rağmen; ülkedeki toz alçı talebi 2003 yılında 950.634 ton, 2004 yılında 1.307.551 ton ve 2005 yılında da 1.684.238 ton düzeyinde kalmıştır. Türkiye'deki toplam toz alçı kapasitesinin, toplam toz alçı talebinden 2003 senesinde %59, 2004'te %65 ve 2005'te de yaklaşık %75 büyük olması, ülkedeki arz fazlasının mevcudiyetine işaret etmektedir. Ancak bu durum, hem Türkiye çapında hem de ilgili coğrafi pazar özelinde beklenildiği gibi teşebbüslerin pazara girişini engellememiş ve (.....) ton/yıl kapasiteli Betta Alçı, Fernas ve Özdicle Alçı ile (.....) ton/yıl kapasiteli Arslanlı Alçı pazara yeni giriş yapmıştır.

Toz alçı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin hem Türkiye çapında hem de ilgili coğrafi pazarda sahip olduğu bu fazla kapasitenin, ilgili coğrafi pazarın doymamış bir pazar olması, son üç yıllık süreçte pazara 640.000 ton/yıllık yeni kapasiteye sahip teşebbüslerin girmesini durduramamış olması ve sektördeki batık maliyetlerin düşük olması nedeniyle toz alçı pazarında giriş engeli olarak değerlendirilemeyeceği sonucu ortaya çıkmaktadır.

#### **H.3.3.2.2.3. Dikey Bütünleşik Yapı**

Dikey bütünlük, üretim zincirinin aşağısındaki ya da yukarısındaki faaliyetleri de gerçekleştirmek anlamına gelmektedir. Diğer bir ifadeyle, geriye doğru hammadde kaynaklarının temini ya da ileriye doğru perakende faaliyetlerinin şirket bünyesine alınması dikey bütünlüğü ifade etmektedir. Hammadde temininden perakende satışa kadar tüm faaliyetlerin aynı çatıda toplanması ise tam dikey bütünleşmeyi tanımlamaktadır.

ABS'nin Sias'ı devralması ile toz alçı pazarında kalan tüm teşebbüslerin (Dalsan, Knaufl, BPB, Entegre, Fernas, Atışkan, Betta, Özdicle Alçı, Arslanlı Alçı), toz alçı pazarında hammadde olan alçı taşının temininden perakende satışa kadar tüm faaliyetlerinin aynı çatı altında toplandığı, dolayısıyla hepsinin tam dikey bütünleşik yapıya sahip oldukları görülmektedir. Bu durum, pazarda eski olan teşebbüsler bakımından da, pazara 2004 yılından itibaren yeni giriş olan yapmış teşebbüsler bakımından da aynıdır. Dolayısıyla, toz alçı sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerinin tamamının dikey bütünleşik yapıda olmasının, bundan sonra toz alçı pazarına yeni girmek isteyen teşebbüslerin de bu yapıya sahip olarak pazara gireceği düşünüldüğünde, önemli bir giriş engeli teşkil etmeyeceği kanaatine ulaşılmıştır.

#### **H.3.3.2.2.4. Marka Bağımlılığı**

<sup>2</sup> Rekabet Kurulu'nun 2.12.2004 tarih, 04-77 sayılı kararında, 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 olacağı belirtilmektedir.

Pazara giriş engeli olarak değinilmesi gereken son husus, tüketicilerin marka bağımlılığıdır. ABS, 1982 yılından beri toz alçı sektöründe faaliyet göstermekte olan Türkiye'nin en eski toz alçı üreticilerinden birisidir. Devralma işlemine konu olan Sias'ın sahip olduğu "BMT Alçı" markası ise, doğudaki ilk toz alçı markalarından birisi olması itibarıyla tüketiciler gözünde önemli bir yere sahiptir.

Raportörlerce pazarda faaliyet gösteren oyuncularla yapılan görüşmelerde de, ABS'nin ve "BMT Alçı"nın ilgili coğrafi pazarda önemli markalar olduğu teyit edilmiştir. Ancak, büyük bölümünü milli gelirden ülkenin batısına göre daha az pay alan illerin oluşturduğu ilgili coğrafi pazarda, katma değeri düşük ve fiyatı ucuz ürünler satılmaktadır ve talebin fiyat esnekliği çok yüksektir. Dolayısıyla, toz alçı satışlarını etkileyen en önemli unsur ürünün fiyatıdır. Her ne kadar ABS ve "BMT Alçı" tüketicilerin gözünde önemli bir yere sahipse de, ilgili coğrafi pazarda yapılan toz alçı satışlarındaki en önemli kriterin fiyat olması, ABS'nin ve "BMT Alçı"nın marka bağımlılığını dengeleyen unsur olarak göze çarpmaktadır.

Yukarıdaki bilgiler ışığında, ABS'nin ve "BMT Alçı"nın ilgili coğrafi pazarda sahip olduğu marka bağımlılığın, bölgede talebin fiyat esnekliğinin çok yüksek olması nedeniyle geçerliliğini yitirdiği ve pazara yeni giriş yapmak isteyen tüketiciler giriş engeli olarak nitelendirilemeyeceği kanaatine ulaşılmıştır.

#### H.3.4. Genel Değerlendirme

Başvuru konusu devralma işlemi sonrası, ABS'nin ilgili coğrafi pazarda sahip olacağı pazar payları yüksek olmakla birlikte, hakim durumun tespiti açısından sadece pazar payına bakmak her zaman doğru sonuçlar vermemektedir. Dolayısıyla, dosya konusu işlemin tarafı olan ABS'nin olası bir devralma işlemi sonucunda hakim duruma geçip geçmeyeceğine ilişkin tespit neticesinde, bu ölçütlerin;

- Pazara yeni giriş yapan teşebbüslerden maden işletme ruhsatı almak isteyenler için gerekli olan ortalama 1 yıllık sürenin, ruhsat alınincaya kadar geçecek zaman içinde alçı taşı temin edebilecek alternatif temin kaynaklarının bulunması,
- Pazarda faaliyetlerinin kalıcı olmasını isteyen teşebbüslerin satması gereken toz alçı miktarı bağlamında gereken toz alçı üretim miktarı ve ölçeğinin çok yüksek olmaması ve bu nedenle, toz alçı üretimi yapmak isteyen teşebbüslerin ilk yatırım maliyetlerinin düşük olması,
- Toz alçı sektöründe batık maliyetlerin düşük olması,
- Toz alçı sektöründe fazla kapasite bulunmasına rağmen, bu durumun son üç yılda sektöre yapılan yeni girişleri engellememesi ve sektöre toplam 640.000 ton/yıl kapasiteli dört teşebbüsün girmesi,
- Sektörde faaliyet gösteren şirketlerin dikey bütünleşik yapılarının pazarda bir kapama etkisi yaratmaması,
- İlgili coğrafi pazarda talebin fiyat esnekliğinin yüksek olması nedeniyle, başvuru konusu devralma işleminin tarafı olan teşebbüslerin sahip olduğu marka bağımlılığının etkisini yitirmesi,

- Olası bir devralma işlemi neticesinde ABS'nin bir an için hakim duruma geçtiği kabul edilse bile, ABS'nin ilgili coğrafi pazarda sahip olduğu toplam (.....) ton/yıl kapasitesi karşısında, toplam (.....) ton/yıl kapasiteli yerel rakipler (Fernas, Özdicle Alçı, Arslanlı Alçı, Betta Alçı) yanında, Türkiye çapındaki büyük rakipleri olan BPB, Knauf ve Dalsan'ın bölgede yeterli alternatif temin kaynağı yaratması ve söz konusu teşebbüslerin ABS'nin hakim durumuna dayanarak olası fiyat yükseltme girişimlerini talebin fiyat esnekliğini kullanarak engelleyecek olması,
- İlgili coğrafi pazarda alçı taşı rezervlerinin bol olmasının potansiyel yeni girişler açısından mevcut teşebbüsler üzerinde yarattığı rekabetçi baskı,

nedeniyle, yukarıda ayrıntılarına yer verilen unsurlardan hiç birisinin ilgili coğrafi pazarda toz alçı sektörüne giriş yapmak isteyen teşebbüsler açısından pazara giriş engeli olarak değerlendirilmemektedir.

## I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

Bildirim konusu işlemin 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 olduğuna, ancak işlem sonucunda aynı Kanun maddesinde belirtilen nitelikte hakim durum yaratılmasının veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesinin ve böylece ilgili pazarda rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığına, dolayısıyla bildirim konusu işleme izin verilmesine, OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.