

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2010-3-14 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 10-24/332-120  
Karar Tarihi : 18.3.2010

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10

**Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
**Üyeler** : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, Mehmet Akif ERSİN, İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

**B. RAPORTÖRLER:** Aydın ÇELEN, Ebru İNCE

**C. BAŞVURUDA**

20

**BULUNAN** : İstanbul Çiçekçiler Esnaf Odası  
Tarlabaşı Caddesi No:232 Beyoğlu/İstanbul

**D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:**

İnternet üzerinden çiçek satışı yapan firmalar ve büyük marketler

**E. DOSYA KONUSU:** İnternet üzerinden çiçek satışı yapan firmaların ve büyük marketlerin maliyetinin altında fiyatlarla çiçek satışı yaparak 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettikleri iddiası.

30

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle, büyük marketlerin ve internet üzerinden satış yapan çiçekçilerin maliyetinin altında fiyatlarla çiçek satışı yaptıkları, bu durumun çiçekçi esnaf ile müşterileri karşı karşıya getirdiği, esnafın mesleki itibar ve ekonomik menfaatlerine zarar verdiği iddia edilerek gereğinin yapılması talep edilmektedir.

40

**G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 12.1.2010 tarih ve 350 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 26.1.2010 tarih ve 2009-3-14/İİ-10-AÇ sayılı İlk İnceleme Raporu Rekabet Kurulu'nun 4.2.2010 tarih ve 10-13/149-M sayılı toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 10.3.2010 tarih ve 2010-3-14/ÖA-10-AÇ sayılı Önaraştırma Raporu 12.3.2010 tarih ve REK.0.07.00.00-110/106 sayılı Başkanlık önergesi ile 10-24 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Raporda; dosya konusu iddialara ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun çerçevesinde soruşturma açılmasına yer olmadığı ve şikâyetin reddi gerektiği sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

50

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

İstanbul Çiçekçiler Esnaf Odası tarafından yapılan başvuruda ve Oda Başkan Yardımcısı ile yapılan telefon görüşmesinde, büyük marketlerin ve internet üzerinden çiçek satışı yapan firmaların çiçekleri maliyetinin altında fiyatla satmalarının oda üyesi esnafları zor durumda bıraktığı iddia edilmiştir. Oda Başkan Yardımcısı telefon görüşmesinde, büyük marketlerin katalog ürünü çiçeklerde, internet üzerinden satış yapan firmaların ise yıl içerisinde sıklıkla düzenledikleri promosyonlu satışlarla maliyetin altında fiyatlandırma yaptıklarını ifade etmiştir. Başvuruda yer alan bu iddialar bakımından konunun, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde incelenmesi gerekmektedir.

4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi ile " ...bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması" yasaklanmaktadır. Başvuruda yer verilen maliyetin altında fiyatlandırma iddiasının Kanun'un 6. maddesinde sayılan kötüye kullanma hâllerinden biri olan "yıkıcı fiyatlandırma" çerçevesinde ele alınması gerekmektedir. Yıkıcı fiyatlandırma, hâkim durumdaki teşebbüsün rakiplerini pazar dışında bırakmak amacıyla bilinçli olarak fiyatlarını maliyetin altında tutması şeklinde gerçekleşir. Rakipler pazardan dışlandıktan sonra hâkim durumdaki teşebbüs fiyatlarını artırarak yüksek karlar elde edebilecek ve böylece yıkıcı fiyatlama yaptığı dönemdeki zararını telafi edebilecektir.

Bir eylemin yıkıcı fiyatlandırma olarak nitelendirilebilmesi için aşağıda yer verilen dört unsurun varlığı aranmaktadır:

- Eylemi gerçekleştiren teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda bulunması,
- Teşebbüsün söz konusu ürünü/ürünleri maliyetin altında fiyatlandırarak satması,
- Bu fiyatlandırma politikasının piyasadaki diğer teşebbüsleri piyasa dışına çıkarma amacı taşıması ya da piyasada bu tür bir etki yaratması ve uzun süreli olması,
- Rakipler piyasa dışına itildikten sonra fiyatın artırılmasıyla normalüstü kâr ve dolayısıyla söz konusu zararı telafi etme imkânı sağlayacak olan pazara giriş engellerinin mevcudiyeti.

Başvuruda belirtilen eylemin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir ihlâl olarak değerlendirilebilmesi için yukarıda sayılan dört unsurun bir arada bulunması gerekmektedir.

Yıkıcı fiyat uygulaması için karşılanması gereken ilk unsur ilgili pazarda hâkim durumun varlığıdır. Hâkim durum, 4054 sayılı Kanun'un 3. maddesinde "*Belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyatı arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü*" olarak tanımlanmaktadır. Başvuru bu kapsamda ele alındığında aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Çiçek satışı ülkemiz genelinde farklı ölçek ve kategoride faaliyette bulunan çok sayıda teşebbüs tarafından yapılabilmektedir. Bu teşebbüsler arasında münhasıran çiçek ve ilişkili ürünlerin satışı ile iştigal eden irili ufaklı firmaların yanı sıra hızlı

tüketim ürünleri ve yapı ürünleri gibi çeşitli ürünlerin satışını da gerçekleştiren büyük marketler de bulunmakta olup, pazar özellikle küçük oyuncuların kolaylıkla girebileceği bir nitelik taşımaktadır. Başvuruda ve başvuru sahibi ile Raportörlerce yapılan telefon görüşmesinden düşük fiyatlara sebebiyet veren uygulamaların birçok büyük market ve internet üzerinden satış yapan çiçek firmaları tarafından yaygın şekilde kullanıldığı bilgisi edinilmiştir. Dolayısıyla gerek pazarın yapısı gerekse başvurunun niteliği itibarıyla dosya kapsamında herhangi bir teşebbüsün 4054 sayılı Kanun anlamında pazardaki rekabetçi parametreleri etkileme gücüne sahip olacak şekilde bir hâkim durumda olmasından bahsetmek imkânsızlaşmaktadır. Nitekim 110 başvuruda da birçok teşebbüs tarafından bağımsız olarak uygulanan benzer nitelikteki pazarlama stratejisi şikâyete konu edilmektedir. Hâkim durumda olmayan teşebbüsler tarafından bağımsız olarak uygulanan fiyatlandırma politikalarının yıkıcı fiyatlandırma olarak değerlendirilemeyeceği, bu kapsamda da söz konusu uygulamaların 4054 sayılı Kanun kapsamında ihlal oluşturmadığı kanaatine varılmıştır.

Bu noktada başvuruda yer alan düşük fiyatlandırma stratejisiyle ilgili bazı noktaların açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Dosya kapsamında şikâyete konu edilen, 120 büyük marketlerin bazı ürünleri katalog ürünü olarak belirleyip bu ürünleri maliyetin altına satmaları ve bu kalemlerde doğan zararı diğer ürün satışlarından karşılamaları davranışının, modern perakendecilerin birçok ülkede uyguladığı bir pazarlama stratejisidir. *Loss-leading* olarak adlandırılan strateji ile perakendeciler müşterileri kendilerine yönlendirmek üzere bazı ürünlerde zaman zaman maliyetin altına da düşebilen fiyatlar uygulamakta, bu ürünlerden doğan zararlarını ise aynı kategoride başka ürünlerden elde ettikleri kar ile kapatmaktadırlar. İstanbul Çiçekçiler Esnaf Odası Başkan Yardımcısı bu duruma işaret ederek örneğin katalog ürünü olarak kullanılan orkide de zarar eden büyük marketlerin diğer çiçeklerden elde ettikleri kar ile bu zararı fazlasıyla kapattıklarını ifade etmiştir. *Loss-leading* bazı ülkelerde yasaklanmakta olup, ülkemizde bu yönde özel bir düzenleme bulunmamakta, maliyet 130 altı satışlara müdahale ancak rekabet kuralları çerçevesinde ve teşebbüs pazarda hâkim durumda ise söz konusu olmaktadır. Yasaklama bazı ülkelerde hâkim durum şartı aranmaksızın uygulanmaya çalışılsa da, maliyet rakamları firmadan firmaya değişen, temini ve takibi zor olması hasebiyle fiiliyatta etkinlikten oldukça uzak olduğu konusunda doktrinde eleştirilere maruz kalmaktadır. *Loss-leading* stratejisinin yasaklanmasındaki iktisadi rasyonel, özellikle marka gücü olan ürünlerin perakendeciler tarafından *loss leader* (zararına satılan mal) olarak belirlenmelerinin engellenmesi ve bu suretle söz konusu ürünlerin pazardaki imajlarının korunması ile bu ürünün sahibi üreticilerin ürüne yönelik araştırma geliştirme yatırımlarına devam 140 etmelerinin sağlanmasıdır. Böylelikle yatırımların azalmasının uzun dönemde beklenen sonucu olan tüketici tercihlerindeki daralma ve beraberindeki yüksek fiyatlar riskinin önüne geçilmeye çalışılmakta, bu amaç doğrultusunda kısa dönemde tüketici yararına olan maliyet altı fiyatlar yasaklanabilmektedir. Çiçeğin ise bahsi geçen özellikleri haiz olmadığı ve dolayısıyla bu nitelikte bir korumaya ihtiyaç duymayacağı; bu bağlamda bazı çiçeklere tüketicilerin daha düşük fiyattan sahip olabilmelerinin kısa vadede tüketici refahını artırıcı etkisi olduğu gibi, uygulamanın uzun vadede de tüketici refahını azaltacak sonuçlar doğurmayacağı ve dolayısıyla mevcut dosya bakımından büyük marketlerin söz konusu pazarlama stratejisinin rekabet hukuku bağlamında toplumsal fayda yarattığı kanaatine varılmıştır.

150 Yukarıda yer verilen bilgilerden hareketle başvuruya konu teşebbüs davranışları, çok sayıda teşebbüsün bulunduğu ve düşük giriş engellerine sahip pazarda 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir ihlal oluşturmamaktadır.

## **J. SONUÇ**

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

160 Dosya konusu iddialara ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, başvurunun reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.