

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2012-4-335
Karar Sayısı : 13-11/166-88
Karar Tarihi : 20.02.2013

(Muafiyet)

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : İsmail Hakkı KARAKELLE, Dr. Murat ÇETİNKAYA,
Reşit GÜRPINAR, Kenan TÜRK

B. RAPORTÖR : Recep GÜNDÜZ, Canan İÇEL

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

: Çelik Motor Ticaret A.Ş.
Temsilcisi: Av. Efser Zeynep ERGÜN
Büyükdere Cad. No:127 Astoria A Kule K:6-24-26-27 34394
Esentepe/İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU:** Çelik Motor Ticaret A.Ş.'nin tek sağlayıcısı olduğu Kia marka araçların satışı için yetkilendirilmiş bayilerine uygulamayı planladığı prim sistemine muafiyet tanınması talebi.
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 05.11.2012 tarih ve 9483 sayılı ile giren başvuru üzerine düzenlenen 18.02.2013 tarih ve 2012-4-335/MM sayılı Muafiyet/Menfi Tespit Ön İnceleme raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;

- Çelik Motor Ticaret A.Ş. (Çelik Motor)'nin tek sağlayıcısı olduğu KIA marka araçların satımı için yetkilendirilmiş bayileri ile yapmış olduğu bayilik sözleşmesinin 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2005/4 sayılı Tebliğ) ile tanınan grup muafiyetinden faydalanabileceği,

- Bildirim konusu sözleşmeye bağlı olarak ve bayi bültenleri ile uygulanması planlanan Bayi Prim Sistemi'ne ilişkin 4, 8, 22 ve 27. maddelerdeki sözleşme hükümlerinin ise 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartları karşılama nedeniyle, bildirim konusu sözleşmeye bireysel muafiyet tanınabileceği

ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. İlgili Pazar

- (4) Dosya mevcudu bilgiler çerçevesinde, ilgili ürün pazarı "yeni binek otomobillerin dağıtımı, satışı ve pazarlanması", ilgili coğrafi pazar ise, "Türkiye" olarak tespit edilmiştir.

G.2. Bildirimin Konusu

- (5) Yapılan bildirimde göre, Çelik Motor hizmet kalite primi, tavsiye stok primi ve satış performans primi olmak üzere üç ayrı kriter üzerinden getirmeyi planladığı prim sistemi için bayileri ile araç satışına ilişkin yeni sözleşmeler imzalayacaktır. Sözleşmelerin kapsamı Çelik Motor'un tek sağlayıcısı olduğu KIA ticari markalı veya diğer yeni motorlu araçların yetkili bayiler tarafından tüm Türkiye sınırları içerisinde yeniden satışının yapılmasıdır. Sözleşme satış sonrası hizmetlere ilişkin hükümler içermemektedir.

13-11/166-88

- (6) Dosya mevcudu bilgilere göre, sözleşmede bayilerin ek satış noktası açması veya rakip markaları satmalarının doğrudan engellenmesine ilişkin yasaklayıcı hükümler bulunmamakta, ancak her iki durum için de Çelik Motor'a üç ay önceden bildirim yapılması zorunluluğu getirilmektedir. Diğer taraftan, Çelik Motor tarafından yayımlanacak olan bayi bültenlerinde getirilen kriterlere tüm bayilerin uyması zorunlu tutulmakta, aksi takdirde Çelik Motor'un sözleşmeyi tek taraflı olarak feshetme hakkı bulunduğu dikkat çekilmektedir. Satış hedefleri ve primlere yönelik olarak ise, dönemsel satış hedeflerinin geçmiş yıllardaki alımlarını, stok seviyesini, müşteri siparişlerini, cirolarını göz önünde bulundurarak resmi verileri, pazarın tahmini büyüklüğü ve muadil araç adedine göre bayi ve Çelik Motor arasında birlikte belirleneceği düzenleme altına alınmaktadır. İlgili sözleşme maddeleri incelendiğinde, bayinin bu hedeflere ulaşması hususunda yükümlülükler üstlendiği, satış hedefine ulaşamaması halinde sözleşmenin Çelik Motor tarafından tek taraflı olarak sonlandırılması ile karşı karşıya kalacağı görülmektedir. Ayrıca bayilerin KIA markalı araçların her çeşidinden stokunda en az bir adet bulundurmaya zorunda olduğu görülmektedir.

G.3. Bültenin Kapsamı

- (7) Bildirimin ekinde sunulan ve Çelik Motor'un oluşturduğu bayi prim sisteminin işleyişini anlatan Bülten'de belirtildiği üzere, bayi prim sisteminde primler üç ayrı kriter üzerinden hesaplanacaktır.
- (i) Hizmet Kalite Primi
(ii) Tavsiye Stok
(iii) Satış Performans Primi
- (8) Hizmet kalite priminde, hizmet kalite puanı üzerinden prim hesaplanacak ve (.....) (gerekli görülmesi durumunda (.....)) ilgili bayinin (.....) üzerinden ödenecektir. Hizmet kalite puanı; (i) müşteri memnuniyeti araştırmaları, (ii) gizli müşteri araştırması, (iii) bayi değerlendirme formu olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır. (.....).
- (9) Tavsiye stok primi uygulamasında Çelik Motor'un ithal ettiği KIA marka araçların her kasa tipinin, donanım ve renk alternatiflerinin "showroom"larda bulunması ve böylece "showroom"ları ziyaret eden tüm müşterilerin satılan araçları inceleyebilmesi amaçlanmaktadır. Her bayinin satış performansı farklı olduğu için tavsiye stok adetleri bayi satış performansı ile ilişkilendirilmektedir. Bayiler ancak satmayı planladıkları toplam araç adedini ve Çelik Motor'un ithal ettiği her aracın kasa tipini stokunda bulunduruyorsa bu primi almaya hak kazanacaktır. Stok sayımları (.....) yapılacaktır. (.....)
- (10) Satış performansı primi ise bayilerin bulunduğu illerin potansiyelleri ve geçmiş dönem performansları göz önünde bulundurularak her bayiye verilen ayrı satış hedefi üzerinden bu hedefi tutturma yüzdesine göre verilecektir. Hedefler aylık olarak ve Çelik Motor'un toplam hedefi doğrultusunda belirlenecektir. (.....). Bulduğu il ve geçmiş satış performansı gereği (.....) pazar payına ulaşması öngörülen bayi (.....) ve üzeri araç satışında hedefi (.....) gerçekleştirdiği için (.....)prim almaya hak kazanacaktır.
- (11) Buna ek olarak bayi satış yöneticilerine de prim verilmesi planlanmaktadır. Buna göre, prim tavanı (.....) ve primler (.....) verilecektir. Prim hesaplanırken ilgili bayi satış yöneticisinin çalıştığı bayinin ilgili dönemde aldığı Hizmet Kalite Puanı "yüzde" kabul edilerek (.....) TL ile çarpılacak ve satış yöneticisinin primi hesaplanacaktır.
- (12) Uygulamaya konulması beklenen bayi prim sisteminde Çelik Motor'un hiçbir sebep göstermeksizin istediği zaman tek taraflı olarak sistemi değiştirme, durdurma ve sonlandırma hakkı saklı tutulmuştur.

13-11/166-88

- (13) Tavsiye stok primi uygulamasından KIA marka araçların her segment ve model bazında bayi "showroom"larında bulunması ve "showroom"a gelen tüm tüketicilerin her aracı görüp inceleyebilmesine imkan tanınması umulmaktadır. Böylece müşteriye sunulan seçenekler artırılmış olacaktır.
- (14) Satış performansı primi ile bayiler ödüllendirilmek istenmekte olup, marka içi rekabetin artırılması hedeflenmektedir. Marka içi artan rekabet ile birlikte KIA'nın pazar payının yükselmesi ve markalar arası rekabette daha etkin bir oyuncu olması planlanmaktadır. Bayi satış yöneticilerine verilmesi planlanan primler ile de bayi içerisindeki takım çalışmasının artırılması ve bayilerin daha nitelikli satış yöneticileri istihdam etmeleri amaçlanmaktadır.

G.4. Değerlendirme

G.4.1. 2005/4 Sayılı Tebliğ Bakımından Değerlendirme

- (15) 2005/4 sayılı Tebliğ'in 4. maddesi Tebliğ kapsamında tanınan muafiyetin genel koşullarını belirlemektedir. Buna göre, muafiyet hükümleri sağlayıcının, motorlu taşıt veya yedek parça ya da bakım ve onarım hizmeti sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %30'u; motorlu taşıtların dağıtımı için niceliksel seçici dağıtımın tercih edildiği anlaşmalarda ise %40'ı geçmemesi durumunda uygulanmakta olup, niteliksel seçici dağıtım sistemi oluşturan anlaşmalar için ise herhangi bir pazar eşiği bulunmamaktadır. Öte yandan Tebliğ, sağlayıcı ile dağıtıcı ya da yetkili servis arasında yapılan anlaşmada, dikey anlaşmadan doğan hakların ve yükümlülüklerin seçilen başka bir dağıtıcıya veya yetkili servise aktarılmasını, feshin detaylı ve objektif gerekçelerini içerecek biçimde yazılı olarak yapılmasını öngörmekte ve buna ilişkin süreleri belirlemekte son olarak taraflar arasında ortaya çıkacak anlaşmazlıkların bağımsız uzmana götürülmesine imkan vermektedir.
- (16) Çelik Motor tarafından gönderilen bayi sözleşmesinde araç satışı için oluşturulan bayi sisteminde niceliksel seçici dağıtım sisteminin benimsendiği görülmektedir. Çelik Motor'un 2012 yılında (.....) olan pazar payı, 2005/4 sayılı Tebliğ'in niceliksel seçici dağıtım sistem için getirdiği eşiğinin altında kalmaktadır.
- (17) Bildirime konu standart tip sözleşmenin 15. maddesinde Çelik Motor tarafından bayilere en az üç ay önceden yazılı bilgilendirme yapmak şartıyla sözleşme kapsamındaki hak ve yükümlülüklerini ağı kapsamında bulunan diğer bir bayiye devretme hakkını tanıdığı görülmektedir.
- (18) Sözleşmenin 32. maddesinde ise, anlaşmanın belirsiz süre ile yapıldığı, tarafların 24 ay önceden feshi ihbarda bulunarak veya karşılıklı mutabakat ile anında sözleşmeyi sona erdirebilecekleri ve fesih bildiriminde gerekçelerin yazılı olarak karşı tarafa bildirileceğinin hüküm altına alındığı görülmektedir.
- (19) Anlaşmadan kaynaklanan yükümlülüklerin yerine getirilmesi ile ilgili olarak taraflar arasında ortaya çıkacak anlaşmazlıkların çözümü için uzmana veya bağımsız hakeme başvurma hakkı ise Sözleşmenin 33. maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre mal ve hizmet sağlama yükümlülükleri, satış hedeflerinin konulması veya bu hedeflere ulaşılması, stok taşıma yükümlülüğünün yerine getirilip getirilmediği, teşhir aracı sağlama ve kullanma yükümlülüğü, değişik markaların satışı ile ilgili sağlayıcının öne sürdüğü koşullar, yetki verilmemiş bir tesiste faaliyet gösterilmesinin engellenmesi, otomobil veya hafif ticari araç dışında motorlu taşıt aracı dağıtıcısının işini büyütmesinin sınırlandırılıp sınırlandırılmayacağı, fesih bildiriminde gösterilen gerekçelerin anlaşmanın feshini haklı gösterip göstermeyeceği gibi konular hakeme götürülebilecek konular arasında sayılmaktadır.

13-11/166-88

- (20) Söz konusu sözleşme maddeleri dikkate alındığında, bildirim konu sözleşmenin 2005/4 sayılı Tebliğ'in 4. maddesi çerçevesinde belirtilen muafiyet için gerekli olan genel koşulları sağladığı anlaşılmaktadır.
- (21) 2005/4 sayılı Tebliğ'in 5. maddesi ise anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamaları düzenlemektedir. Buna göre, tavsiye niteliğinde fiyatlar istisna olmak şartıyla dağıtıcı ya da yetkili servisin kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin kısıtlanması ya da Tebliğ'de belirlenen bazı istisnalar dışında dağıtıcı ya da yetkili satıcının anlaşma konusu mal ve hizmetleri satacağı bölge ya da müşterilere ilişkin kısıtlamaların getirilmesi, seçici dağıtım sisteminde sistem üyelerinin kendi aralarındaki alışverişinin engellenmesi gibi bazı haller anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkarmaktadır.
- (22) İnceleme konusu sözleşmenin 7. maddesine bayilerin ürün alış fiyatları ve şartlarının, Çelik Motor tarafından zaman zaman çıkarılacak sirküler, bülten veya yazışmalar ile bildirilebileceği; sabit veya asgari bir satış fiyatına dönüşmemeleri koşuluyla, Çelik Motor'un bayiye, ürünlerin tavsiye niteliğindeki satış fiyatlarını sunma hakkına sahip olduğu ve ürünlerin azami satış fiyatını belirleyebileceği düzenlenmiştir. Dolayısıyla sözleşmede bayilere verilen fiyatların sadece tavsiye fiyat niteliğinde olduğu, dolayısıyla bayilerin fiyat belirleme serbestisinin kısıtlanmadığı görülmektedir.
- (23) Diğer taraftan, sözleşmenin 4. maddesinde bayilerin ürün modellerini Çelik Motor veya seçici dağıtım sistemi içerisindeki diğer KIA bayilerinden temin edebileceğinin taraflarca hükme bağlandığı ve Tebliğ ile uyumlu biçimde seçici dağıtım sistemi üyesi olan bayilerin yetki verilmemiş bir tesis yerinde faaliyet göstermesini yasakladığı görülmektedir. Ayrıca bayilere getirilmiş doğrudan veya dolaylı pasif ve aktif satışın kısıtlanmasına yönelik de düzenleme bulunmamaktadır.
- (24) Dolayısıyla bu kısma kadar yapılan incelemede, bildirim konu Çelik Motor'un bayileri ile yapacağı örnek sözleşme hükümlerinin anlaşmayı 2005/4 sayılı Tebliğ ile tanınan muafiyet için gerekli genel koşulları taşıdığı ve muafiyet kapsamı dışına çıkaracak kısıtlamalar içermediği değerlendirilmektedir.
- (25) Öte yandan, 2005/4 sayılı Tebliğ'in Özel Hükümler başlıklı 6. maddesi Tebliğ kapsamında muafiyetten yararlanamayacak olan yükümlülükleri düzenlemektedir. Söz konusu yükümlülükler anlaşmanın geri kalanından ayrılabilirse, sözleşmenin bu yükümlülükler dışında kalan hükümleri muafiyetten yararlanmaya devam etmektedir. Buna göre, bildirim konu sözleşmenin kapsamı bakımından, yeni motorlu araç satış için getirilecek her türlü doğrudan ve dolaylı rekabet etmeme yükümlülükleri ile dağıtım sistemi üyelerinin rakip sağlayıcıların sunduğu motorlu taşıtları satmasını engelleyen yükümlülükler 2005/4 sayılı Tebliğ'in sağladığı muafiyetten faydalanamamaktadır. Tebliğ'in 3. maddesi (b) bendinde; alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden malları veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını veya yeniden satmasını engelleyen doğrudan ya da dolaylı her türlü yükümlülük olarak tanımlanmakta olup; alıcının bir önceki takvim yılındaki alımları esas alınarak ilgili pazardaki anlaşma konusu mal veya hizmetlerin ya da onları ikame eden mal veya hizmetlerin %30'undan fazlasını sağlayıcıdan veya sağlayıcının göstereceği başka bir teşebbüsten satın almasına yönelik alıcıya getirilen her türlü doğrudan veya dolaylı yükümlülüğün de rekabet etmeme yükümlülüğü kapsamında değerlendirileceği belirtilmiştir.
- (26) 2005/4 sayılı Tebliğ'in Açıklamasına Dair Kılavuz (Kılavuz)'a göre Tebliğ, teşebbüslerin pazarlara erişimini sağlamayı ve özellikle dağıtıcılara ve yetkili servislere, farklı sağlayıcıların araçlarını satma ve onarma olanağı vermeyi yani "çok markalılığı" amaçlamaktadır. Böylece araç satışı, bakım ve onarımı ya da yedek parçaların satışı ile ilgili getirilebilecek doğrudan

13-11/166-88

ya da dolaylı herhangi bir rekabet etmeme yükümlülüğü Tebliğ'in 6. maddesi ile yasaklanmaktadır. Bu bağlamda dağıtım ağı üyesinin yalnızca sağlayıcının malları satmasına ya da sözleşme konusu mallarla rekabet eden malları satmamasına neden olan faydalar veya teşvikler de rekabet etmeme yükümlülüğü olarak kabul edilecektir. Bir başka ifade ile Tebliğ'de yer verilen rekabet etmeme yükümlülüğü tanımı ile birlikte düşünüldüğünde, Tebliğ, dağıtıcıları ya da yetkili servisleri, aynı ilgili pazara ait araç veya yedek parça alımlarının %30'dan fazlasını tek bir sağlayıcıdan almak zorunda bırakan doğrudan ya da dolaylı yükümlülükleri grup muafiyeti dışına çıkarmaktadır.

- (27) Kılavuz'da ayrıca, pazar rakip sağlayıcılara kapatılmadığı sürece, bu yükümlülüklerin rekabet açısından sorun yaratmayabileceği belirtilmiştir. Kılavuz'da açıkça, bir alıcının alımlarının belirli bir oranına (%30'dan fazla) dayanan sadakat indirimlerinin dolaylı bir rekabet etmeme yükümlülüğü olarak değerlendirilebileceği, ancak ölçek ekonomileri ile bağlantılı olan indirimlerin bu kapsamda ele alınamayacağı ifade edilmiştir.
- (28) Bildirime konu örnek bayi sözleşmesinde aynı ilgili pazara ait araç alımlarının %30'undan fazlasının Çelik Motor'dan alınmasına yönelik getirilmiş doğrudan bir hüküm bulunmamakla birlikte, sözleşmenin satış hedeflerini düzenleyen 4, 8, 22 ve 27. maddeleri ile getirilmeye çalışılan yeni "bayi prim sistemi"ndeki tavsiye stok primi ve satış performansı primi uygulamaları zımni bir sadakat indirimi etkisi potansiyeli taşımaktadır. Bu nedenle bahse konu prim sistemleri yarattıkları sadakat etkisi ve bunun Tebliğ kapsamında bir rekabet etmeme yükümlülüğüne yol açıp açmadığı ayrıntılı olarak incelenmiştir.

G.4.2. Prim Sisteminin Çok Markalı Bayiler Bakımından Rekabet Etmeme Yükümlülüğü Çerçevesinde Değerlendirilmesi

- (29) Çelik Motor tarafından bayi sözleşmesi ile birlikte gönderilen Bülten'de detaylarına yer verilen bayi prim sisteminin bileşenlerinden ilki olan hizmet kalite primi bayiler tarafından sunulan hizmetin kalitesinin artırılmasına ilişkindir. Söz konusu prim açık biçimde sadece sunulan hizmetin kalitesi ile ilişkili olup bayinin Çelik Motor'dan gerçekleştireceği alımlarla doğrudan ilişkisi bulunmamaktadır.
- (30) Tavsiye stok primi ise prim üst limiti %0,5 olan ve hak edilmesi için bayinin iki koşulu yerine getirmesi gereken bir prim bileşenidir. Buna göre bayi, Çelik Motor ile birlikte belirlediği hedefe uygun olarak aylık bazda satmayı planladığı araç adedini ve Çelik Motor'un ithal ettiği her aracın her kasa tipini stokunda bulundurmalıdır. Tavsiye stok primi, tek başına olmasa da, detaylarına aşağıda yer verilecek olan satış performans primi ile birlikte bayilerin Çelik Motor'dan alacakları araç sayısına etki edecek bir uygulama niteliindedir.
- (31) Satış performans primi açık biçimde bayilerin daha fazla Çelik Motor markası satmalarını teşvik etmek amacıyla tasarlanmış bir prim sistemidir. Satış performans primi iki aşamalı bir süreçtir. Buna göre öncelikle bayilerin bulunduğu illerin potansiyelleri ve geçmiş dönem performansları göz önünde bulundurularak her bayiye ayrı bir satış hedefi verilecektir. Bu belirlenen satış hedeflerinin kişiselleştirilmiş hedef indirimleri niteliğini açıkça ortaya koymaktadır. İkinci aşamada ise hedefi tutturma yüzdesine göre ilgili bayiye prim ödemesi yapılacaktır.
- (32) Otomotiv pazarında bayilere tanınan prim sistemleri gerek marka içi ve gerekse markalar arası rekabet bakımından olumlu sonuçlar doğursa da rekabet etmeme yükümlülüğü ve çok markalılık bakımından daha yakından incelemeyi gerekli kılmaktadır. Uygulanacak olan prim sisteminin sadece KIA marka araçların satışını gerçekleştiren Çelik Motor bayileri üzerinde rekabet güdüsünü arttıracak ve markalar arası rekabete hız kazandıracak özellikleri bulunmaktadır. Bununla birlikte, rekabetçi endişe Çelik Motor'un çok markalı bayileri

13-11/166-88

üzerinde yoğunlaşmaktadır. Zira dolaylı olarak rekabet etmeme yükümlülüğüne dönüşecek olan bir sadakat indirimi çok markalı bayilerin sadece bir markaya yoğunlaşmasına, yeni markaların girişi ve bayilerin sağlayıcı karşısındaki konumlarını güçlendirebilmeleri için Tebliğ tarafından açıkça korunmakta olan çok markalılığın ve dolayısıyla markalar arası rekabetin zarar görmesine neden olabilecektir. Nitekim Kılavuz'da da açıkça belirtildiği üzere, böyle bir etkiye yol açacak olan rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin sözleşme hükmü grup muafiyeti dışında kalacaktır. Bu nedenle, prim sisteminin çok markalı bayiler bakımından rekabet etmeme yükümlülüğü çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir.

- (33) 2005/4 sayılı Tebliğ'de alımların %30'undan fazlasının sağlayıcıdan temin edilmesine ilişkin yükümlülük getirilemeyeceğine ilişkin düzenleme ile belirlenen amaç, pazarın rakip firma markalarına kapatılmasının önüne geçmek ve dolayısıyla markalar arası rekabetin önünü açmaktır. Bildirime konu bayi prim sisteminin uygulamaya henüz geçirilmemiş olması nedeniyle prim sistemindeki indirimlerin yarattığı sadakat etkisini geçmişe dönük (*ex post*) analizini gerçekleştirmek şu aşamada mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla prim sisteminin etkilerine ilişkin geleceğe dönük (*ex ante*) bir analiz ile gelecekte sadakat etkisinin yaratılıp yaratılmayacağı ve bu olası sadakat etkisinin rekabet etmeme yükümlülüğüne dönüşüp dönüşmeyeceği ortaya konulmalıdır.
- (34) Uygulamaya geçirecek olan prim sisteminin çok markalı bir bayi üzerinde yaratacağı etkiyi geleceğe dönük olarak analiz edebilmek için çok markalı bayinin sağlayıcılarının üst pazardaki pazar payları, dağıtıcının farklı markalar için dağıtım kanalında elde ettiği pazar payları, her iki sağlayıcı tarafından da sadakat etkisi yatabilecek prim sistemlerinin uygulanıp uygulanmadığı ve bunların birbirlerine göre durumu gibi birçok faktörün göz önüne alınması gerekmektedir. Bununla birlikte, bu karmaşık analiz içinde en önemli değişken şüphesiz prim sistemini uygulayan sağlayıcının ilgili ürün pazarındaki toplam pazar payıdır. Rekabet etmeme yükümlülüğünün pazar kapatma etkisine dönüşebilmesi için sağlayıcının ilgili pazardaki pazar gücü önem arz etmektedir. Şöyle ki pazar payı nispeten yüksek bir markanın satışları ve ciroları üzerinden belirlenecek olan primlerin bayiler üzerindeki etkisi daha kuvvetli olacaktır.
- (35) Dolayısıyla bu değerlendirmeler ışığında inceleme konusu prim sistemi bakımından öncelikle göz önünde bulundurulacak husus Çelik Motor'un dağıtımını yaptığı KIA markasının pazar payı olacaktır. Bu bağlamda KIA'nın Türkiye'deki son beş yıldaki pazar payına ve otomotiv sektöründeki rekabet düzeyi bakımından bir gösterge olması için Herfindahl Endeksi (HHI) oranlarına bakılmıştır.
- (36) Dosya mevcudu bilgilere göre, çok sayıda oyuncunun faaliyet gösterdiği binek ve hafif ticari araç pazarında en yüksek pazar payına sahip olan markanın payı %13-%15 düzeyinde seyretmekte olup, KIA ise 2011 ve 2012 yıllarında sırasıyla (.....) ve (.....)'lik pazar payları ile 17. sırada yer almıştır.
- (37) Yukarıda yer verilen pazar paylarından hareketle binek ve hafif ticari araçlar pazarındaki HHI oranları belirlenmiştir. HHI ölçüm sistemi, herhangi bir sektördeki rekabet düzeyini göstermekte kullanılan araçlardan biridir. Genel kabul gören yaklaşım HHI endeksinin 1000'den daha küçük olduğu sektörlerde yoğunlaşmanın fazla olmadığı, bir başka ifade ile sektörün rekabetçi yapıda olduğu yönündedir. Bu bakımdan yukarıdaki tabloda binek ve hafif ticari araç pazarı için birlikte hazırlanan HHI endeksinin 1000'in altında kaldığı görülmektedir. Yoğunlaşmanın ciddi ölçüde olmadığı bu pazarda uygulanacak bir prim sisteminin rakiplerin pazar dışına itilmesi sonucuna yol açma olasılığının düşük olduğunu belirtmek mümkündür. Ancak binek ve hafif ticari araç ayrımı yapıldığı takdirde, ikincisi için pazardaki yoğunlaşma oranının 2011 yılı için (CR4) %72 seviyesinde olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla binek

13-11/166-88

otomobil ve hafif ticari araçların ayrıştırılması ile ortaya çıkan yoğunlaşma düzeyi için yukarıdakine benzer bir yoruma varmak ilk bakışta o kadar kolay olmasa da, bu bildirim bakımından tüm veriler bütüncül bir değerlendirmeye tabi tutulduğunda ve KIA'nın pazardaki konumu da dikkate alındığında, prim sisteminin piyasada anti rekabetçi etkilere yol açacağına ilişkin güçlü sinyaller vermediği sonucuna ulaşmak mümkündür.

- (38) Bununla birlikte prim sisteminde her bir bayi için kişiselleştirilmiş hedeflerin belirlenmesi ve bu hedefler üzerinden prim ödemelerinin gerçekleştirilmesi üzerinde durulması gereken bir başka unsurdur. Bilindiği gibi kişiselleştirilmiş miktar hedefli indirimler rakip firmalara geçiş yapabilecek müşterileri indirim veren teşebbüse bağlamak açısından standart miktar hedefli indirimlere kıyasla daha etkin araçlardır. Bu indirimlerde, müşterinin talebinin esnek kısmı ile esnek olmayan kısmı ayırt edilerek, talebin rakip firmalara kayabilecek kısmı da indirim veren firmaya bağlanacak şekilde alım hedefleri konulabilmektedir. Diğer bir ifadeyle kişisel miktar hedefli indirimlerde, alıcının belli bir dönem içerisindeki toplam ihtiyacının tamamına veya önemli bir kısmına tekabül eden bir indirim hedefi/hedefleri konularak alıcının ihtiyaçlarının tamamını veya önemli bir kısmını indirim veren teşebbüsten sağlaması temin edilebilmektedir.
- (39) Esasen belirtilen bu rekabetçi endişenin gerçekleşmesi önemli ölçüde indirim sistemini uygulayan teşebbüsün pazar gücüne bağlıdır. Bununla birlikte Tebliğ'in bayilerin alımlarının %30'unu sağlayıcının ya da sağlayıcının işaret ettiği üçüncü bir kişiden alınmasına ilişkin hükümlerin rekabet etmeme yükümlülüğü çerçevesinde muafiyet kapsamı dışında kalacağına yönelik yaklaşımı, incelemeye konu standart tip sözleşmeyi muhatapları olan her bir KIA bayisi bakımından daha yakından incelemeyi gerekli kılmaktadır.
- (40) Bu incelemede kritik unsur, çok markalı Çelik Motor bayilerinin toplam satışları içinde KIA markasının durumudur. Bayilerin toplam satışları içinde KIA markasının nispi olarak daha az yer tutması durumunda prim sistemi markalar arası rekabete olumlu katkı sağlayacakken, aksi bir durumda ve Çelik Motor tarafından belirlenen kişiselleştirilmiş hedefin toplam bayi satış rakamına yakın belirlenmesi halinde uygulama çok markalılık bakımından endişe yaratabilecektir. Yapılan bildirimde göre 2012 yılında Çelik Motor'a ait bayi listesinde yer alan 45 bayinin 30 adedi çok markalı bayilerdir. Dosya mevcudu verilere göre, çok markalı KIA bayileri genellikle pazar payı KIA'dan yüksek rakip markalara da hizmet vermektedirler. Örneğin 2011 yılında, KIA satışlarındaki pazar payı (.....)'nin üzerinde olan 16 bayinin 11'inin çok markalı olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan, çok markalı bayilerden beşinin pazardaki konumu güçlü diğer markaları da temsil ettikleri görülmektedir. Ayrıca KIA'nın diğer çok markalı 21 bayisinin de yine pazar payı yüksek diğer markaların bayiliğini yaptığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla, KIA'nın tüm bayileri için bayi prim sisteminin bir pazarı kapama riski oluşturması olasılığı düşük görülmektedir. Toplam pazarın çok sınırlı bir alanında kalmakla birlikte çok markalılık bakımından görülebilecek olumsuzluk Çelik Motor'un KIA'dan daha düşük pazar payına sahip bayilerinde söz konusu olacaktır. Böyle bir riskin gerçekleşmesi varsayımı altında 2005/4 sayılı Tebliğ'in 6. maddesi uyarınca sadece ilgili sözleşme maddeleri grup muafiyeti dışına çıkacak, sözleşmenin diğer maddeleri muafiyetten yararlanmaya devam edecektir. Yine bu varsayıma göre, bu prim sisteminin ilgili pazardaki ürün alımlarının %30'undan fazlasını sağlayıcıdan tedarik edilmesi yönünde etki doğurması sonucunda ilgili sözleşme maddeleri grup muafiyeti dışında kalsalar dahi bu maddelerin bireysel muafiyet değerlendirmesine tabi tutulması söz konusu olacaktır. Bireysel muafiyet için gerekli dört koşulun sağlanması halinde, sözleşmenin "Bayi Prim Sistemi"ne ilişkin 4, 8, 22 ile 27. maddeleri Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamadan muaf tutulabilecektir.

G.4.3. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

13-11/166-88

- (41) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamındaki anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarına muafiyet tanınmasına ilişkin koşulları düzenleyen 5. maddesinde iki olumlu ve iki olumsuz koşul sayılarak, muafiyet verilecek olan anlaşma, eylem ya da kararın söz konusu dört koşulu birden sağlaması gerektiği hükme bağlanmıştır.
- (42) Olumlu koşullardan ilki, malların üretim ve dağıtımında iyileşme ya da ekonomik veya teknik gelişme sağlama zorunluluğudur. Bu şartı, teşebbüsler arası birlikte davranış sonucu elde edilecek ekonomik fayda ve iyileşme, rekabetin sınırlandırılmasından dolayı oluşan zararı telafi etmelidir şeklinde özetlemek mümkündür. Üretim veya dağıtım maliyetlerini düşüren, kaliteyi arttıran, piyasaya yeni girişleri kolaylaştıran ve yeni üretim ve hizmet tekniklerinin gelişmesine katkıda bulunan anlaşmaların genellikle bu ilk kriteri sağladığı kabul edilebilir. Muafiyet için aranan ikinci olumlu koşul ise malların üretimi veya dağıtımında sağlanan iyileşmeden elde edilen faydanın tüketicilere yansıtılmasıdır. Muafiyetin bu koşulu esasen anlaşmanın sonuçlarına ilişkin geleceğe dönük bir analiz/tahmin yapmayı gerektirmektedir. Bu alanda değişik ekonomik modellemeler ve varsayımlar kullanılabilmesi elbette mümkündür. Bununla birlikte, bu alandaki önemli karinelere biri pazar gücünü ya da hakim durumu haiz olmayan teşebbüslerin pazarın rekabet koşullarını fiyatın yanı sıra mal ve hizmet kalitesi ile de arttıracak eylemlerinin tüketicilere yansıma koşulunu yerine getirdiğidir.
- (43) Başvuruya konu bildirimde KIA'nın Türkiye pazarındaki payını geliştirmeyi ve rakipleri ile daha iyi şekilde rekabet edebilmeyi ve yatırım yapmayı amaçladığı ifade edilmiştir. Bunun dışında getirilmeye çalışılan satış priminin bildirim formunda işaret edilen başlıca iki ana hedefi bulunmaktadır: Bunlardan ilki, hem KIA bayileri arasındaki marka içi rekabetin hem de markalar arası rekabetin artırılması suretiyle KIA'nın pazar payının artırılmasıdır. Bu durumun KIA markalı araçların daha fazla fiyat rekabeti içerisine girmesini beklemek gerçekçidir. Zira gerek tavsiye stok primi gerekse satış performansı primi satışlar üzerinden hesaplandığı için prime kazanımını hedefleyen bayiler için satışların artırılması önem kazanacak bu da marka içi rekabeti artırırken bir taraftan da bayilerin daha indirimli fiyatlar üzerinden satış yapma motivasyonlarını arttıracaktır. Bunun yanı sıra prim sisteminin ikinci ana hedefi getirilen hizmet primi ile tüketici memnuniyeti ve sunulan hizmetin niteliğini arttırmaktır. Bu iki hedef hem fiyat hem de hizmetin sunumu bakımından rekabetin tüketicilere olumlu yansımaları olacağına işaret etmektedir. Bayilerin daha etkin ve rekabetçi faaliyet göstermeleri maliyetlerin düşürülmesi ve kalitenin artırılması sonuçlarını da beraberinde getirecektir. Bu çerçevede, prim sistemi 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerinde öngörülen iki olumlu koşulu sağlamaktadır.
- (44) Anlaşma, karar veya uyumlu eylem neticesinde ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde belirtilen iki olumsuz koşuldandır. Bu koşul bağlamında incelenecek en önemli husus teşebbüsün ilgili pazardaki pazar payıdır. Öte yandan Kanun'da belirtilen ikinci olumsuz koşul ise rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlandırılmaması gereğidir. Buna göre, tüketicilere yansıtılan ekonomik gelişme ve iyileştirmenin elde edilmesinde rekabeti daha az sınırlandıran bir yöntem mevcut ise anlaşmaya muafiyet tanınmayacaktır. Bu koşula aykırılık, ya izlenen amacın elde edilmesi için rekabetin gereğinden fazla sınırlandırılması ya da rekabetin sınırlandırılması gereğinin dahi bulunmaması halinde olabilir.
- (45) Otomotiv Distribütörleri Derneği verilerine göre 2013 yılı itibarıyla ilgili pazarda Çelik Motor gibi ithal araçların distribütörlüğünü yapan ya da araç üretimi yoluyla faaliyet gösteren 51 teşebbüs bulunmaktadır. Markalar arası yoğun rekabetin yaşandığı bu pazarda bildirim konusu KIA markasının pazar payı ise son beş yılda %1,1-1,9 arasında seyretmiştir.

13-11/166-88

- (46) Netice itibarıyla, ilgili sözleşme ile getirilmek istenen bayi prim sistemi uygulamasının, piyasadaki diğer sağlayıcıların da prim uygulamalarında bulunduğu dikkate alındığında, mevcut veriler altında ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabeti ortadan kaldırmayacağı anlaşılmıştır. Ayrıca, bayi prim sisteminin KIA bayileri arasındaki marka içi rekabeti arttırması beklendiğinden söz konusu düzenleme ile rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlandırılmayacağı değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, bildirim bakımından 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (c) ve (d) bentlerinde yer alan koşulların da sağladığı kanaatine varılmıştır.

H. SONUÇ

- (47) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,
- 1) Çelik Motor Ticaret A.Ş.'nin tek sağlayıcısı olduğu KIA marka araçların satışı için yetkilendirilmiş bayileri ile yaptığı bayilik sözleşmesinin, 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere ilişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında grup muafiyetinden yararlandığına;
 - 2) Sözleşmenin 4, 8, 22 ve 27. maddelerindeki hükümlere bağlı olarak düzenlenen ve bayi bültenleri ile uygulanması planlanan Çelik Motor Ticaret AŞ.'nin KIA markalı araçlar için oluşturduğu Bayi Prim Sisteminin ise 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartları karşıladığına, dolayısıyla bildirim konusu bayi prim sistemine bireysel muafiyet tanınmasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.