

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2010-2-70 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 10-44/771-253  
Karar Tarihi : 17.06.2010

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10

**Başkan** : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ (İkinci Başkan)  
**Üyeler** : Mehmet Akif ERSİN, İsmail Hakkı KARAKELLE,  
Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Murat ÇETİNKAYA,  
Reşit GÜRPINAR

**B. RAPORTÖRLER** : Fatma GÖZLÜKAYA ANGI, Can TANERİ

**C. BAŞVURUDA  
BULUNAN**

20

: -Ali GÜMÜŞ  
Aydınlıyolu Cad. Kıbrıs Sok. No:35/A Kaynarca  
Pendik/İstanbul

**D. HAKKINDA İNCELEME YAPILAN:**

-Samsung Electronics İstanbul Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti.  
Flatofis İstanbul İş Merkezi Otakçılar Caddesi No:78 Kat:3  
No:B3 Eyüp/İstanbul

**E. DOSYA ÖZETİ:** Samsung Electronics İstanbul Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.  
tarafından 3. kişi tamircilere yedek parça sağlanmadığı iddiası.

30

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Şikayet dilekçesinde özetle;

- Gümüş Elektronik olarak cep telefonu tamiri işiyle uğraşmakta oldukları ancak Samsung marka cep telefonlarının yedek parçalarını temin edemedikleri,
- Yetkili servislerden yedek parça talebinde bulunmalarına karşın 3. şahıs veya firmalara yedek parça konusunda yardımcı olunamayacağı belirtilmiştir,
- Samsung Electronics İstanbul Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti.'nin (Samsung Türkiye) çağrı merkezinden de sadece yetkili servislere parça sağlandığı yönünde bilgi verildiği,
- Hiçbir dönemde Samsung Türkiye ve yetkili servislerinden parça temin edemedikleri, sadece 2. el cep telefonu parçalarını ve yan sanayide üretilen yedek parçalarını kullanabildikleri, bunların da batarya, şarj aleti ve kapak gibi parçalarla sınırlı olduğu

40

iddia edilmektedir.

**G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 23.02.2010 tarih ve 1663 sayı ile intikal eden başvuru üzerine yapılan incelemeler neticesinde hazırlanan 16.03.2010 tarih ve 2010-2-70/İİ-10-CT sayılı İlk İnceleme Raporu, 24.03.2010 tarih ve 10-26/364-M

50 sayılı Kurul toplantısında ele alınmış ve önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 08.06.2010 tarih ve 2010-2-70/ÖA-10-341.FGA sayılı Önaraştırma Raporu 10.06.2010 tarih ve REK.0.06.00.00-110/291 sayılı Başkanlık önergesi ile 10-44 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; Samsung Electronics İstanbul Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti. hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. Taraflar

60 **I.1.1. Hakkında İnceleme Yapılan Taraf: Samsung Electronics İstanbul Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti. (Samsung Türkiye)**

Samsung Türkiye, 12.6.2007 tarihinde kurulmuş olup, Hollanda merkezli Samsung Benelux BV vasıtasıyla Samsung Electronics Co. Ltd. (Samsung Kore) tarafından kontrol edilmektedir.

**Tablo 1:** Samsung Türkiye'nin Ortaklık Yapısı

ORTAKLAR	HİSSE DAĞILIMI
Samsung Benelux B.V.	(.....)
Chang Seong Lee	(.....)
<b>Toplam Sermaye</b>	(.....)

Samsung Kore faaliyetlerini, ev elektroniği, mobil iletişim, ofis altyapısı ve temel bileşenler olmak üzere dört ana iş kolunda sürdürmektedir.

70 Samsung Türkiye'nin ana faaliyet konusu ise, Samsung markalı tüm ürünlerin Türkiye'ye ithali, satışı, pazarlanması ve satış sonrası hizmetlerin verilmesi olarak belirtilmiştir. Şirketin inceleme konusu alan ile ilgili faaliyetlerine bakıldığında ise, 01.05.2009 tarihinden itibaren cep telefonu yedek parçalarının tedariki, 01.01.2010 tarihinden itibaren ise cep telefonları ve aksesuarlarının tedariki işiyle uğraşmaya başladığı anlaşılmaktadır.

Şirketin 2009 yılına ait cirosu (.....) TL'dir.

### I.1.2. Başvuran Taraf: Ali GÜMÜŞ

Ali Gümüş, 2002 yılından beri İstanbul Ticaret Odasına kayıtlı olarak cep telefonu tamiri işiyle uğraşmakta olan bir teşebbüstür.

## I.2. İlgili Pazar

### I.2.1. Cep Telefonu ve Yedek Parça, Bakım/Tamir Pazarı Hakkında Genel Bilgi

80 Cep telefonları günümüzde hızla gelişen iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklara cevap verebilmek üzere teknolojik açıdan sürekli geliştirilen ürünler haline almıştır. Bu bağlamda cep telefonları sadece ses ve kısa mesaj servisiyle iletişim kurmayı sağlayan araçlar olmaktan çıkarak televizyon izlenmesine, internet kullanımına, fotoğraf çekimine imkan tanıyan çok fonksiyonlu cihazlar haline gelmiştir. Bunun yanı

sıra cep telefonu, tüketici gözünde saat, takı ve benzeri ürünler gibi moda ürünü olarak tanımlanabilecek bir ürün olarak da algılanmaya başlanmıştır. Bu tür özellikler sebebiyle cep telefonu kullanım süreleri gittikçe kısaltmakta, cep telefonu değiştirme sıklığı artmakta ve aynı anda birden fazla cep telefonu kullanımı yaygınlaşmaktadır.

90 Türkiye’de cep telefonu pazarında, Nokia, Samsung, LG, General Mobile Sony Ericsson başta olmak üzere 20 (yirmi) civarında markanın satışı yapılmaktadır. 2009 yılı itibarıyla bu markaların pazar paylarının aşağıdaki gibi oluştuğu bildirilmiştir.

**Tablo 2:** Türkiye’de satışı yapılan cep telefonlarının pazar payları

Marka	Satış Adedine Göre Pazar Payı (%)	Satış Değerine Göre Pazar Payı (%)
Nokia	(.....)	(.....)
Samsung	(.....)	(.....)
LG	(.....)	(.....)
General Mobile	(.....)	(.....)
Sony Ericsson	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)

**Kaynak:** GFK Türkiye 2009 Raporu

Cep telefonu yedek parçası ve bakım/tamir hizmetleri pazarları ise, cep telefonu satın alan bir kişinin cep telefonunun kullanım ömrü süresince ihtiyaç duyduğu pazarlar olduğundan cep telefonu pazarına göre ikincil pazar olarak ortaya çıkmaktadırlar.

100 Cep telefonunun çok sayıda yedek parçası bulunmakla beraber, pil, kapak, ekran, flexi, ana kart gibi parçaların sıklıkla değiştirilen parçalar olduğu ifade edilmektedir. Söz konusu yedek parçalar kullanılacakları cep telefonu modeline göre de değişen oldukça geniş bir fiyat yelpazesi içinde fiyatlandırılmaktadır. Pazarda “orijinal” olarak tabir edilen ve cep telefonu üreticilerinden ya da ikinci el telefonların parçalanması suretiyle temin edilen parçaların yanı sıra Çin, Tayvan gibi ülkelerde üretilen “yan sanayi” olarak tabir edilen parçaların da satışı yapılmaktadır.

110 Cep telefonu bakım ve tamir hizmeti bakımından pazarda genellikle yetkili teknik servisler atanması yönteminin tercih edildiği görülmektedir. Satışın ardından belirli sürelerle sağlanan garanti dahilinde olmak üzere, cep telefonlarına ilişkin yedek parça değişimi, tamir ve bakım hizmetleri ücretsiz olarak gerçekleştirilmektedir. Bu süre ülkemizde kanunen 2 yıl olarak uygulanmaktadır. Bununla birlikte pazarda çok sayıda bağımsız cep telefonu tamircisinin faaliyet gösterdiği, bunların büyük kısmının aynı zamanda ikinci el cep telefonu satışı da yapan teşebbüsler olduğu görülmektedir.

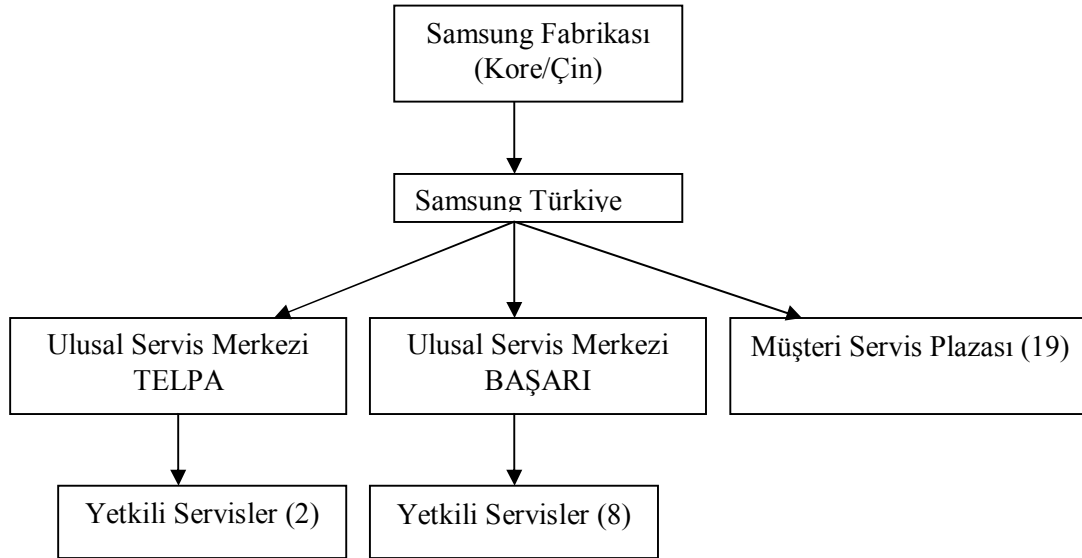
### **1.2.2. Samsung Cep Telefonu, Yedek Parça Tedarik ve Bakım/Tamir Sistemi Hakkında Genel Bilgi**

120 Samsung Türkiye tarafından gönderilen cevap yazısında, Samsung ürünlerinin ithali ve dağıtım sistemi bakımından yakın zamanda stratejik bir değişimin yaşandığı, bu değişim ile yedek parça tedarikinde ve stok bulundurmada yaşanan sorunların önüne geçmenin ve cep telefonu satışlarını artırmanın amaçlandığı belirtilmektedir. Bu bölümde yedek parçalar için 01.05.2009; cep telefonları için 01.01.2010 tarihinden itibaren uygulanmaya başlanan bu yeni sistem incelenmiş, bu tarihten önceki uygulamaya dipnotlarda yer verilmiştir.

130 Samsung markalı cep telefonu ve aksesuarları Türkiye'ye 01.01.2010 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere, Samsung Türkiye tarafından ithal edilmekte ve dağıtılmaktadır<sup>1</sup>. Bu kapsamda, ana üretici olan Samsung Kore'den alınan ürünler, distribütörlere, bazı bayilere ve zincir mağazalara doğrudan Samsung Türkiye tarafından satılmaktadır. Sonraki aşamalarda, distribütörler diğer bayilere, bayiler de perakendecilere ürünleri dağıtmaktadır. Tüketiciler son satış noktaları olarak bayi, perakendeci ve zincir mağazalardan ürünlere ulaşabilmektedir. Bu sistem içinde Samsung Türkiye, ithalatçı/sağlayıcı ve dağıtıcı olarak toptan seviyedeki satışta rol almakta, son kullanıcılara doğrudan satış yapmamaktadır.

140 Samsung cep telefonlarının yedek parçaları bakımından Türkiye'deki dağıtım ağı da 01.05.2009 tarihinden itibaren geçerli olacak şekilde yeniden düzenlenmiştir<sup>2</sup>. Buna göre, Kore ve Çin'deki fabrikalarda üretilen cep telefonu yedek parçaları Samsung Türkiye tarafından ithal edilmekte, stoklanmakta ve Türkiye içerisinde dağıtılmaktadır. Bu ürünler Samsung'un cep telefonu pazarındaki iki ana distribütörü olan TELPA ve Başarı'nın işlettiği Ulusal Servis Merkezlerine (USM) ve diğer bir yetkili servis oluşumu olan Müşteri Servis Plazalarına (MSP) Samsung Türkiye tarafından dağıtılmaktadır. USM'lerin alt kolu olan yetkili teknik servislere dağıtım ise USM'lerce yapılmaktadır. Aşağıda yedek parça dağıtım ağı şema olarak gösterilmektedir:

**Şema:** Samsung cep telefonları yedek parça dağıtım ağı



<sup>1</sup> Samsung Türkiye tarafından gönderilen cevap yazısında, söz konusu tarihten önceki sistemde, Samsung markalı cep telefonları ve aksesuarlarının distribütörler Başarı ve TELPA tarafından doğrudan Samsung Kore'den ithal edildiği, daha sonra bu ürünlerin distribütörler tarafından kendi bayilerine ya da zincir mağazalar gibi diğer kanallara dağıtıldığı, Samsung Türkiye'nin bu sistem içinde sadece denetim görevi yaptığı bildirilmiştir.

<sup>2</sup> Samsung Türkiye tarafından gönderilen cevap yazısında söz konusu tarihten önceki sistemde, Samsung markalı cep telefonlarının yedek parçalarının, distribütörleri Başarı ve TELPA tarafından doğrudan Samsung Dubai'den ithal edildiği, aynı zamanda birer Ulusal Servis Merkezi olan Başarı ve TELPA'nın bu yedek parçaları şubeleri olan yetkili servislere dağıttığı ve Samsung Türkiye'nin bu sistem içindeki yerinin denetimle sınırlı olduğu bildirilmiştir.

150 Samsung yedek parçaları yukarıda gösterildiği şekilde dağıtıldıktan sonra nihai kullanıcıya bakım ve tamir hizmetleri iki farklı noktada verilmektedir; Müşteri Servis Plazaları ve yetkili servisler. Yukarıda belirtildiği üzere yetkili servisler TELPA ve Başarı tarafından kontrol edilmekte olan merkezlerdir. MSPLer ise bağımsız teşebbüsler tarafından işletilen ve yetkili servis hizmeti vermek üzere doğrudan Samsung Türkiye tarafından yetkilendirilen işletmelerdir. Samsung Türkiye ile USM ve MSPLer arasında herhangi bir yapısal bağ bulunmamakta, taraflar arasındaki hukuki ilişki yetkili servis anlaşmaları çerçevesinde kurulmaktadır. Türkiye genelinde toplam 29 adet Samsung cep telefonu servis noktası bulunmaktadır. Bunlardan 19'u MSP, 10'u ise USM'lerce işletilen yetkili servis merkezidir<sup>3</sup>. Söz konusu sistemde, garanti kapsamında yapılan işlemler aylık olarak Samsung Türkiye'ye raporlanmakta ve hakedişler Samsung Türkiye tarafından ödenmektedir. Garanti dışındaki hizmetler bakımından faturalar tüketiciye yansıtılmaktadır.

Bu bilgilerden anlaşıldığı üzere, Samsung Türkiye'nin tüketiciye yedek parça satışı ve bakım ve tamir hizmeti verilmesi aşamasında herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır.

### I.2.3. İlgili Ürün Pazarı

160 Dosya kapsamındaki başvurunun konusunu, kendisinden yedek parça talebinde bulunan 3. kişi tamircilere Samsung Türkiye tarafından yedek parça sağlanmaması iddiası oluşturmaktadır.

170 Bir ana ürün ile o ürüne ilişkin yedek parça ve/veya teknik hizmetler, farklı zamanlarda ihtiyaç duyulan ancak birbirini tamamlayıcı nitelikte olan ürünlerdir. Cep telefonu gibi uzun ömürlü ürünlerin de içinde yer aldığı pazarlar, zamanla tamamlayıcı ürün ve hizmetlere ihtiyaç duymaları sebebiyle, "birincil" veya "öncül" pazarlar olarak; yedek parça, sarf malzemesi, tamir, bakım-onarım hizmetleri gibi birincil ürünle birlikte kullanılan ve birincil ürünün satın alınmasından belli bir süre sonra ihtiyaç duyulan ürün ve hizmetlerin bulunduğu pazarlar ise "ikincil" veya "ardıl" pazarlar olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda, rekabet hukuku açısından ele alınması gereken hususlar öncelikle,

- i) söz konusu ürün ve hizmetlerin aynı pazara dahil edilip edilemeyeceği,
- ii) edilmezse ikincil ürün ve hizmetlerin yer aldığı pazarların *marka-spesifik* tanımlanıp tanımlanamayacağıdır.

180 Avrupa Birliği (AB) Komisyonu tarafından 2005 yılında yayımlanan "82. Maddenin Modernizasyonu Hakkında Tartışma Metni"nde<sup>4</sup> (Tartışma Metni), Komisyon'un ikincil piyasalarda ilgili pazar tanımlanırken, normal bir pazar tanımında kullanılan yaklaşımı kullanacağı ifade edilmektedir. Bunun anlamı, ardıl pazarda yer alan ikincil ürünlerin ayrı bir pazar oluşturup oluşturmadığı incelenirken, birincil ürünün satışları üzerindeki etkilerin dikkate alınmayacağıdır<sup>5</sup>. Bir diğer deyişle, pazar tanımının odağında gelecekte birincil ürünü alma olasılığı olan potansiyel müşterilere değil, hâlihazırda

<sup>3</sup> Yetkili servis bulunmayan illerdeki tüketicilere hizmetin ne şekilde verildiği hakkındaki soru Samsung Türkiye'nin cevap yazısında şu şekilde cevaplandırılmıştır: "Yetkili servis bulunmayan illerde tüketicilerin iki alternatifi vardır. Tüketici, sorunlu telefonu herhangi bir bayiye bırakabilir, bayi yetkili teknik servis ile irtibat kurar, yetkili teknik servis telefonu bayiden alır, onarımını yapar ve telefonu bayiye geri gönderir. İkinci olarak, tüketici Samsung çağrı merkezini arayarak en yakın yetkili teknik servisin adres ve telefon bilgilerini alıp onlarla doğrudan irtibata geçebilir."

<sup>4</sup> European Commission, DG Competition Discussion Paper on the Application of Article 82 of the Treaty to Exclusionary Abuses.

<sup>5</sup> Tartışma Metni, parag. 247.

birincil ürünü satın almış olan müşterilere yapılan ikincil ürün ve hizmet satışları yer almaktadır.

190 Tartışma Metni'ne göre, iki halde marka-spesifik ardıl pazar tanımlanması söz konusu olamayacaktır. Bunların ilki, başka üreticilerin ürettiği ikincil ürünlere geçişin mümkün olması durumudur. Eğer ikincil ürün başka üreticiler tarafından da piyasaya sürülebiliyorsa, belli bir markanın birincil ürününü alan müşteri ardıl pazarda o markanın ikincil ürünlerini almak zorunda kalmayacağından (marka-spesifik olmayan) ortak bir ardıl pazar belirlemek mümkün olacaktır. İkinci durumda, başka marka bir birincil ürüne geçiş ve böylece ardıl pazardaki yüksek fiyatlardan kaçınabilme olasılığı bulunmalıdır. Bu ikinci durumda bir üründen diğerine geçiş maliyetlerinin yüksek olmaması gerekmektedir. Geçiş maliyetleri temel olarak iki şekilde ortaya çıkmaktadır. İlk halde, kullanılmış birincil ürünü, geçişin ekonomik olduğu cazip bir fiyattan satmak mümkün olmamalıdır. Bu durum, eğer birincil ürünün fiyatı ikincil ürüne göre yüksekse, daha da önemli hale gelmektedir. İkinci tür geçiş maliyetleri ise, fiyat hariç yatırımlarla ilgilidir. Bunlar eğitim, rutini değiştirme, yüklemeler, yazılım vb. olabilmektedir. Sonuçta ayrı bir ardıl pazarın olmadığına karar verildiği durumlarda analiz, (birincil ve ikincil ürünlerin birlikte yer aldığı) toplam sistem pazarı üzerinden yapılacaktır<sup>6</sup>.

200 Konuya ilişkin çeşitli Rekabet Kurulu kararları da bulunmaktadır. Bunlardan biri HP kararıdır<sup>7</sup>. Bu kararda Kurul, HP marka yazıcılarda kullanılan yedek parçaların sadece HP tarafından üretiliyor olması, bunların üretiminin ileri teknoloji ve başlangıç maliyeti gerektirmesi nedeniyle başka teşebbüslerce üretim yapılmasının zor olması ve bu sebeple HP markalı yazıcıların yedek parçaları ve servis hizmetlerinin yakın ikamesinin bulunmaması gibi nedenlerle ilgili pazarları "*HP markalı yazıcıların satış sonrası servis hizmetleri, HP markalı yazıcılarda kullanılan yedek parça ve sarf malzemeleri pazarı*" olarak tanımlamıştır.

210 Kurul Vestel kararında<sup>8</sup> ise, pazarda, herhangi bir markanın ürünlerinin bakım onarım servis hizmetlerinin başka bir firmaca sağlanması önünde teknik ya da ticari olarak benzer bir imkânsızlık olmaması (belli bir düzeyde teknik donanıma sahip olduktan sonra, bir "reset"leme işlemi ile sisteme ulaşımın mümkün olması) sebebiyle ilgili ürün pazarını "*ev güvenlik sistemleri bakım ve tamir hizmetleri*" olarak tanımlamıştır.

Sonuç olarak, ardıl pazarların varlığı durumunda yapılacak bir rekabet hukuku analizinde pazarlar aşağıdaki şekilde tanımlanabilecektir:

- birincil ve ikincil ürünlerin bir arada yer aldığı sistem pazarı,
- birincil pazarda yer alan tüm markalara ait yedek parça ve teknik servisin yer aldığı bütüncül bir ardıl pazar,
- herhangi bir markaya ait yedek parça veya teknik servis, bakım-onarımın yer aldığı marka-spesifik pazar.

220 Yukarıda yer verilen açıklamalar ışığında, ilgili dosya bakımından tanımlanabilecek en dar pazar Samsung markalı cep telefonu yedek parçaları ve bakım/tamir hizmetleri pazarı olacaktır. Bu bağlamda, dosya kapsamında detaylı bir pazar analizine girilmeyerek kesin bir pazar tanımı yapılmamış ve inceleme en dar pazar tanımı üzerinden sürdürülmüştür. Bu nedenle dosya kapsamında, ilgili ürün pazarı

<sup>6</sup> Tartışma Metni, parag. 248-249.

<sup>7</sup> 08.05.2001 tarih ve 01-22/192-50 sayılı Hewlett Packard Bilgisayar ve Ölçüm Sistemleri A.Ş. kararı.

<sup>8</sup> 14.08.2008 tarih, 08-50/758-308 sayılı Vestel Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş. kararı.

“Samsung markalı cep telefonu yedek parçaları satışı ve bakım/tamir hizmetleri pazarı” olarak varsayılmıştır.

#### I.2.4. İlgili Coğrafi Pazar

230 Tarafların faaliyetleri açısından hizmetlerin sunumunun tüm Türkiye’de gerçekleştirilebilmesinin önünde herhangi bir engelin ve pazardaki rekabet koşullarını farklılaştıran ya da bölge ayırıştırmasını gerektiren herhangi bir unsurun bulunmaması sebebiyle dosya kapsamında ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

#### I.3. Hâkim Durum Değerlendirmesi

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun (4054 sayılı Kanun) Tanımlar başlıklı 3. maddesinde hâkim durum “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” olarak tanımlanmıştır.

240 İlgili ürün pazarı olarak ardıl pazarın belirlenmiş olması halinde yapılacak hakim durum analizinde, öncül ve ardıl pazarlardaki rekabetin birlikte incelenmesi gerekmektedir. Birincil pazardaki üreticilerin rakiplerinin ardıl pazarlarına girişini engelleyen hususların varlığı halinde (giriş engellerinin yüksek olması durumunda), ardıl pazardaki hakim durum tespiti yapılırken söz konusu pazarlar arasındaki ilişkinin ortaya konulması gerekmektedir<sup>9</sup>. AB Komisyonu da ardıl pazarlar için yapılacak bir hakim durum analizi ile ilgili olarak, satış sonrası ürün/hizmet pazarlarında pazar gücü değerlendirilirken, birincil pazar ve ardıl pazar arasındaki bağlantının göz önünde bulundurulmasının ve olay bazında analiz yapılmasının gerekli olduğunu ifade etmiştir<sup>10</sup>. Bu analizde temel olarak, davranışları inceleme konusu olan teşebbüsün birincil ürün pazarından bağımsız olarak ikincil ürünün fiyatlarını artırıp artıramayacağı hususu incelenmektedir. Bu kapsamda yapılacak değerlendirmede, 250 birincil piyasadaki ürünün ömrü ve fiyatı, ardıl piyasadaki fiyatların şeffaflığı, bu ürünlerin fiyatlarının ana ürün fiyatına oranı ve bu bilgileri elde etme sürecinde katlanılan maliyetler ile bu bağlamda tüketicilerin ürünün toplam maliyetini hesaplayıp hesaplayamayacakları ve söz konusu hesabın tüketici tercihleri üzerindeki etkisi göz önünde tutulmalıdır.<sup>11</sup>

Rekabet Kurulu’nun Xerox marka yazıcıların tonerlerinin yüksek fiyata satıldığı ve bu nedenle tüketicilerin zor durumda bırakıldığı iddiası üzerine aldığı kararda<sup>12</sup> ise;

260 “ - *Başvuru sahibinin almış olduğu yazıcının ve kullanmak istediği tonerin fiyatı arasında yaklaşık üçte birlik bir oran olduğu, bu nedenle yazıcının ekonomik ömrü süresince kullanılacak tonerin toplam maliyetinin, yazıcı maliyetine oranının yüksek olduğu,*

- *Toner fiyatlarına ilişkin bilginin ulaşılabilir olduğu,*
- *Toner fiyatlarının artması halinde başka marka yazıcıya geçişte ciddi bir maliyetin söz konusu olmadığı”*

tespitleri yapılmıştır. Bu bağlamda, yazıcı almayı düşünen ve henüz tercih aşamasında olan kullanıcıların, ödeyecekleri toplam maliyetlerini düşünerek bir

<sup>9</sup> Tartışma Metni, parag. 251.

<sup>10</sup> AB Komisyonu 25. Rekabet Politikası Raporu

<sup>11</sup> Benzer bir değerlendirme için bkz. Pelikan-Kyocera, Case IV/34330, European Commission 25. Report on Competition Policy 1995, s. 41, paragraf 87.

<sup>12</sup> 15.05.2008 tarih ve 08-33/417-143 sayılı karar.

marka seçebilecekleri, bu seçim sırasında yazıcı piyasasındaki firma sayısı kadar seçenek bulunduğu belirtilerek yazıcı pazarının rekabetçi yapısından dolayı Xerox firması için yazıcı ve toner pazarlarında hâkim durum tespitinin yapılamayacağına karar verilmiştir.

270 Aynı şekilde Kurul'un 2010 tarihli HP kararında<sup>13</sup>, birincil piyasa olan yazıcı pazarında fiyatların düşük, ürün kullanım ömrünün ise kısa olması, gerek yedek parça ve sarf malzemesi fiyatları gerekse servis/bakım-onarım bedellerinin yazıcı fiyatına oranla yüksek kalması, HP markalı yazıcılara ait teknik servis/bakım onarım hizmetinin fiyatının artması durumunda başka markalı bir yazıcıya geçişte ciddi maliyetler söz konusu olmaması ve birincil ürün pazarında ciddi bir rekabetin yaşanması sebepleriyle ilgili teşebbüs için hakim durumda bulunduğu yönünde bir tespitle bulunulamayacağına karar verilmiştir.

280 Yukarıda yer verilen açıklamalar ve içtihat ışığında bu bölümde, inceleme sürecinde Samsung Türkiye, Başarı ve TELPA ile Samsung ürünleri bakım/tamir ağında MSP olarak hizmet vermekte olan Destek Bilişim Prj. Serv. Hiz. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Destek Bilişim) ve Bulut Teknik Ltd. Şti.'den (Bulut Teknik) elde edilen bilgiler ışığında, Samsung Türkiye'nin yedek parça satışı ve bakım/tamir pazarında hakim durumda olup olmadığı incelenecektir.

290 Yukarıda Türkiye cep telefonu pazarıyla ilgili bölümde belirtildiği üzere, cep telefonu pazarı oldukça geniş bir marka ve model çeşitliliğine sahiptir. Her tüketicinin bütçesine uygun bir modeli seçme şansına sahip olduğu pazarda fiyatlar 100-1500 TL aralığında oluşmaktadır. Yeni ürünlerin pazara girme hızı oldukça yüksek olduğundan, piyasaya yeni sürülen bir cep telefonunun kısa süre içerisinde yeni modellerin ve yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla demode hale geldiği görülmektedir. Yeni modellerin satışa çıkarılması ise eski modellerin fiyatında hızlı düşümlere sebep olmaktadır. Tüketiciler tarafından sıkça değiştirilen ve moda ürünü kabul edilen pek çok ürüne göre cep telefonlarının bütçe içinde tuttuğu yerin oldukça az olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca satış noktaları tarafından yapılan kampanyalı paket satışlar (hat ile birlikte) ve taksitli satışlar yoluyla tüketicilerin cep telefonu sahibi olmaları oldukça ekonomik ve kolay hale gelmiş bulunmaktadır. Diğer taraftan, cep telefonları için ürünün fiyatı dışında hissedilir başka bir ek maliyetin; diğer teknolojik ürünlerdeki eğitim, yazılım, alışkanlıkların değiştirilmesi gibi ilave geçiş maliyetlerinin oluşmadığı da görülmektedir. Teknolojik özelliklerinin ön plana çıkması ve tüketiciler tarafından moda ürün olarak algılanmaya başlaması gibi sebeplerle günümüzde cep telefonlarının ortalama 1,5-2 yıllık sürelerde değiştirildiği görülmektedir.

300 Ayrıca, Türkiye'de ikinci el cep telefonları pazarının oldukça hareketli olduğu, cep telefonunu değiştirmek isteyen tüketiciler bakımından cep telefonlarını uygun fiyatlara satmanın ve 2. el cep telefonu almanın kolay olduğu da bilinmektedir.

Bütün bu hususlar sebebiyle, birincil ürün niteliğindeki cep telefonları pazarında rakip ürünler arasındaki geçiş kolaylaşmakta ve rekabetçi bir pazar ortamı ortaya çıkmaktadır.

310 Cep telefonu yedek parçalarının fiyatları ve bunların öncül ürün fiyatlarına oranı açısından bakıldığında, öncelikle, çok sayıda ve çeşitteki cep telefonu yedek parçasının 1-3 TL'den başlayıp 100-150 TL'ye kadar çıkabilen bir fiyat paletinde satıldığı tespit edilmiştir. Bu sebeple, bazı durumlarda yedek parça ve tamir ücreti

<sup>13</sup> 10-04/38-18 tarih ve 12.01.2010 sayılı karar.



birincil ürünün fiyatına oldukça yaklaşabilmektedir. Bu çerçevede, Bulut Teknik yöneticisi, garanti kapsamı dışındaki yedek parça/tamir ücretlerinin yüksekliği sebebiyle yetkili servisler tarafından kullanıcılara yeni ürün alınmasının tavsiye edilebildiğini belirtmiştir. Samsung Türkiye de, garanti kapsamı dışındaki yedek parça ve tamir fiyatlarının ana ürünün fiyatının üçte birine denk geldiği durumlara dikkat çekmektedir. Destek Bilişim yöneticisi tarafından da, kimi hallerde yedek parça ve onarım fiyatlarının, ihtiyaç duyulan parçanın niteliğine ve kullanılacağı modele göre, cep telefonunun ikinci el fiyatlarına yaklaşabildiği hatta geçebildiği ifade edilmiştir.

- 320 Esasen cep telefonu yedek parça değişimi ve tamir hizmetleri çoğunlukla garanti süresi dahilinde yapılmaktadır. Yurtdışında cep telefonları için genellikle 1 yıl olan garanti süresi Türkiye’de genellikle 2 yıl olarak tanınmakta, bu süre içinde ürün değişimi, yedek parça değişimi ve tamir hizmeti ücretsiz olarak sağlanmaktadır. Cep telefonlarının 1,5-2 yıl gibi süreler içinde değiştirilmekte oldukları da göz önüne alındığında çoğu telefonun garanti süresi içinde ya da sürenin dolmasını takiben elden çıkarıldığı ve cep telefonu tamir bakım hizmetinin büyük oranda garanti süresi içinde gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Nitekim yetkili servislerce verilen bilgi, garanti içi satış ve tamir hizmetinden elde edilen gelirin toplam gelirin yaklaşık **%(...)**’ını bulduğuna, kalan **%(...)**’luk bir payın garanti dışı satış ve hizmetlerden oluştuğuna işaret etmektedir. Samsung Türkiye de, 2010 yılında, bilgi verme tarihi itibarıyla elde ettiği toplam gelirin sadece **%(...)-(....)** civarındaki bölümünün garanti dışı yedek parça satışından kaynaklandığını belirtmektedir.

- 340 Ardıl pazardaki şeffaflık, birincil ürünün potansiyel alıcılarının ilgili ürünün ömrü ve kullanım sürecinde ürünün toplam maliyeti (bu maliyet; ürünün fiyatına ek olarak, sarf malzemesi kullanımı, bakım/tamir gibi kullanıcı tarafından yapılması muhtemel diğer masrafları da içermektedir) hakkında kolayca yeterli bilgiye ulaşabilmelerini sağlamaktadır. İnceleme sürecinde, cep telefonu yedek parça ve bakım/tamir hizmetleri açısından tüketicilerin bu fiyatlara kolaylıkla ve herhangi bir maliyete katlanmaksızın erişebildikleri (çağrı merkezleri, ürünleri satan internet siteleri ve diğer kanallar yoluyla), ürünün olası toplam maliyetini hesaplayabilme imkanına sahip oldukları görülmüştür. Bununla birlikte, ürünün kullanım ve garanti süresi, başka bir birincil ürüne geçişin ciddi bir maliyet gerektirmemesi gibi sebeplerle tüketici gözünde bu durumun tercihlerini önemli ölçüde etkileyecek bir faktör niteliği taşımadığı kanaatine ulaşılmıştır.

- 350 Bu kapsamda son olarak, öncül pazardaki rekabet yapısının incelenmesi uygun olacaktır. Zira, öncül pazardaki rekabet seviyesinin yüksekliği bu pazardaki üreticilerin ardıl pazardaki fiyat kararlarını etkilemektedir. Özellikle de cep telefonu gibi ürün fiyatlarının çok yüksek olmadığı birincil pazarlarda sağlayıcının pazar konumu zayıfladıkça ardıl pazarda hakim durumda kabul edilme olasılığı düşmektedir. Yukarıda cep telefonu pazarına ilişkin bölümde yer verildiği üzere, Türkiye cep telefonu satış pazarı olarak tanımlanabilecek birincil pazarda yirmiden fazla marka rekabet etmektedir. Bu pazarda Samsung, yaklaşık **%(...)**’luk payla ikinci sırada gelmekle beraber, yaklaşık **%(...)**’lik pazar payıyla piyasa lideri olan Nokia ile arasında nispeten büyük bir fark bulunmaktadır. Son yıllarda söz konusu teşebbüslerin pazar paylarında iniş-çıkışlar da yaşanmaktadır. Dolayısıyla cep telefonu satış pazarında Samsung Türkiye’nin ardıl pazarlarında bağımsız olarak hareket edebilmesine olanak tanımayacak bir rekabet ortamının bulunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

360 Buraya kadar yer verilen bilgilerden, Samsung Türkiye'nin Samsung marka cep telefonlarında kullanılan yedek parça satışı ve bakım/tamir hizmeti pazarlarında hakim durumda bulunmadığı kanısına ulaşılmıştır. Bununla birlikte, Samsung'un söz konusu pazarda hâkim durumda olduğunun varsayılması halinde iddia konusu uygulamanın 4054 sayılı Kanun kapsamında bir ihlal teşkil edip etmeyeceği hususu aşağıda incelenmiştir.

#### I.4. Değerlendirme

##### I.4.1. Rekabet Hukukunda Mal Vermeyi Reddetme Eylemi

370 Rekabet hukuku uygulamasında ihlal olarak kabul edilebilecek mal vermeyi reddetme eylemi temel olarak, hakim durumdaki bir teşebbüsün herhangi bir rakip firmaya mal teminini doğrudan ve herhangi bir gerekçe olmaksızın reddetmesi ya da yüksek fiyat ve/veya düşük kalitede mal temin etmek gibi olumsuz ticari koşullarda mal vermesi şeklinde ortaya çıkabilmektedir.

380 Mal vermeyi reddetme eyleminin rekabet hukuku kapsamında değerlendirilebilmesi için söz konusu teşebbüsün ilgili pazarda hakim durumda bulunmasının yanı sıra birtakım şartların da varlığı gerekmektedir. İlk olarak, verilmeyen/ticari olarak daha kötü şartlarla verilen mal, nihai ürünün ortaya çıkarılması için vazgeçilemez nitelikte olmalıdır. Şayet o mal vazgeçilemez nitelikte değilse, o malı vermeme eylemi alt pazarda önemli bir zarara yol açmıyor anlamına gelmektedir. Benzer şekilde, o malı alıp tekrar (herhangi bir katma değer eklemeksizin) satmak isteyen yeniden satıcı söz konusu ise, mal vermeyi reddetme eylemi rekabet hukuku kapsamında değerlendirilmeyecektir.

Rekabet Kurulu TDİ kararında<sup>14</sup>, bir limana erişimin reddedilmesinin, alternatif bir liman yapmanın pazarda faaliyet göstermek isteyen rakipler açısından imkansız olmaması nedeniyle, ihlal olarak değerlendirilemeyeceğine hükmetmiştir.

390 İkinci şart, eylemin temin edilmeyen malın kullanıldığı alt pazardaki rekabete önemli ölçüde zarar vermesi gerekliliğidir. Alt pazardaki rekabetin olumsuz etkilenmesine ilişkin olarak, Rekabet Kurulu içtihatları incelendiğinde, Kurul'un temelde, alt pazarda rakiplerin azalması/rakibin pazar dışına itilmesi yoluyla rekabetin kısıtlanıp kısıtlanmadığına odaklandığı görülmektedir. Dolayısıyla, mal verme zorunluluğu, özellikle, alt pazara girişte önemli engeller olması halinde daha da önem kazanmaktadır. Bununla birlikte, taraflar arasında her türlü anlaşmazlık, dışlama tehdidi olarak algılanmamakta, mal vermeyi reddetme eyleminin alt pazarda rakibi pazar dışına çıkarıp çıkarmayacağına detaylı bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir.

400 Kurul pazardan dışlanma riskini tespit ederken, mal alamayan rakibin pazar payındaki azalma veya mal vermeyen hâkim teşebbüsün pazar payındaki artış; reddetme eyleminin süresi, iki teşebbüs arası ticari ilişkinin geçmişi gibi faktörleri de dikkate almaktadır. Örneğin, mal vermeyi reddetme eylemi incelenirken, hakim teşebbüsün pazar payı rakiplerine rağmen eski seviyesini koruyorsa veya artıyorsa, bu durumda reddetme eyleminin, rakiplerin pazardan dışlanmasına yol açar nitelikte olduğu varsayılabilir. Diğer taraftan, reddetme/mal vermeme eylemi, kısıtlı bir zaman için gerçekleşmişse, bu durumun rakiplerin dışlanmasına yol açmayacağına hükmedilebilir. Ticari ilişkilerin geçmişi konusunda ise, şayet evelden iki teşebbüs arasında, ilgili mal konusunda bir ticaret oluşmuşsa, mevcut durumda

<sup>14</sup> 09.01.2003 tarih, 03-03/25-7 sayılı TDİ kararı.

verilmeyen o malın faaliyet için gerekliliği şartı aranmayabilecek, dolayısıyla mal vermeyi kesme eylemi, ihlal olarak değerlendirilebilecektir.

Mal vermeyi reddetme eyleminin analizinde, hakim teşebbüsün bu konudaki niyeti de önem arz etmektedir. Bununla birlikte, salt niyetin varlığı bir ihlal için yeterli olmamakta, genellikle mal vermeme eyleminin etkilerinin incelenmesi sırasında destekleyici bir unsur olarak kullanılmaktadır.

410 Özetle, Avrupa Komisyonu'nun Roma Antlaşması'nın 82. maddesinin uygulanmasına yönelik çıkardığı Rehber'e<sup>15</sup> paralel olarak, hakim durumdaki bir teşebbüsün mal vermeyi reddetme eyleminin rekabet hukukunca ihlal olarak kabul edilebilmesi için gerekli şartlar şu şekilde sıralanabilir:

- Verilmeyen mal, alt pazardaki faaliyet için gerekli olmalıdır,
- Eylem sonucunda (alt) pazarda rekabet ortadan kalkıyor/önemli ölçüde azalıyor olmalıdır,
- Tüketici bu durumdan zarar görmelidir.

420 Bütün bu koşulların varlığına rağmen ilgili teşebbüsün mal vermeyi reddetme eyleminin objektif ve haklı gerekçelere dayandığı iddiasının da göz ardı edilmemesi ve durumun özellikle sağlayıcının yenilikçi yatırımları üzerindeki etkisinin de incelenmesi uygun olacaktır.

#### **I.4.2. Samsung Türkiye'nin Yedek Parça Vermeyi Reddettiği İddiasının Değerlendirilmesi**

Bu bölümde, Samsung Türkiye'nin 3. kişi tamircilere yedek parça vermediği yönündeki iddianın değerlendirilmesi için öncelikle reddetme eyleminin gerçekleşip gerçekleşmediğinin ardından bu davranışın rekabet hukuku anlamında bir ihlal niteliği taşıyıp taşımadığının tespiti gerekmektedir.

430 Başvuru sahibi tarafından gönderilen belgelerden ve Samsung Türkiye'nin cevap yazısından Samsung Türkiye'nin üçüncü kişi tamircilere yedek parça satışının bulunmadığı anlaşılmaktadır. Samsung Türkiye, kendileri tarafından bu tür bir satışın yapılmadığını ancak distribütörlerin üçüncü kişilere satışına herhangi bir kısıtlama getirilmediğini ifade etmektedir. Bu konuya ilişkin olarak TELPA, yedek parça ithalatını da yaptıkları dönemde sadece bazı MSP'lere satış yapıldığını, Başarı ise geçmiş dönemde stok durumuna göre sınırlı da olsa bazı servis noktalarına yedek parça temin edildiğini beyan etmiş ve ilgili fatura örneklerini göndermiştir.

440 Samsung Türkiye tarafından, Samsung markalı cep telefonları, yedek parçaları ve aksesuarlarının Türkiye'ye yalnızca Samsung Türkiye'nin kontrolünde girmediği, paralel ithalat yoluyla da azımsanmayacak derecede Samsung markalı orijinal cep telefonları, yedek parçaları ve aksesuarlarının giriş yaptığı ifade edilmektedir. İnceleme sürecinde, özellikle en çok talep edilen yedek parçaların "bavul ticareti" yoluyla Çin, Tayvan gibi ülkelerden Türkiye'ye getirildiği, tüm cep telefonu markaları için kullanılabilecek bazı parçaların "merdiven altı" olarak tabir edilen atölyelerde üretilbildiği ve bu ürünlerin özellikle İstanbul Tahtakale ve Doğubank'ta merkezi bulunan toptancılar tarafından tüm Türkiye'ye sipariş üzerine gönderilebildiği anlaşılmıştır. Ayrıca bu parçaların bazı yerli ve yabancı internet sitelerinde de satıldığı görülmüştür. Sayıları az olmakla birlikte bazı parçaların da teknoloji

<sup>15</sup> Guidance on the Commission's Enforcement Priorities in Applying Article 82 of the EC Treaty to Abusive Exclusionary Conduct by Dominant Undertakings.

450 marketlerinden temin edilebildiği tespit edilmiştir. Bunların dışında, piyasası oldukça gelişmiş olan 2. el cep telefonlarının yedek parça temin etmek amacıyla kullanımının oldukça yaygın olduğu, bu tür orijinal parçalara erişimin de kolay olduğu görülmüştür. Samsung Türkiye bu tür satışlara yönelik herhangi bir müdahalede bulunmadığını bildirmiştir. Dolayısıyla, tamir/bakım hizmeti veren üçüncü kişi teşebbüslerin, Samsung cep telefonu yedek parçalarını orijinal cep telefonu üreticisi dışındaki kanallardan da temin edebildikleri anlaşılmıştır. Esasen bu durum, şikayetçi tarafından önaraştırma sürecinde gönderilen yazıda da doğrulanmaktadır. Şikayetçi, kısıtlı olarak da olsa piyasadaki ikinci el telefonlardan ve yan sanayiden parça temin edebildiğini belirtmektedir.

460 Önaraştırma sürecinde yapılan incelemelerde, cep telefonu tamir piyasasında çok sayıda teşebbüsün faaliyet gösterdiği görülmüştür. Bu teşebbüsler genellikle aynı zamanda ikinci el cep telefonu satışı yapmakta ve tüm markalara yönelik tamir hizmeti vermektedir. Şikayetçi tarafından gönderilen yazı, şikayetçinin 2002 yılından beri İstanbul Ticaret Odasına kayıtlı olarak cep telefonu tamir işiyle uğraştığına işaret etmektedir. Ayrıca şikayetçi, Samsung'dan hiçbir zaman orijinal parça temin edemediğini de ifade etmektedir. Buna karşın şikayetçinin, diğer çok sayıdaki tamirci gibi, uzun süredir bu alandaki faaliyetine devam edebiliyor olduğu tespit edildiğinden Samsung Türkiye'nin inceleme konusu eylemi sebebiyle ilgili ardıl pazarda rekabetin ortadan kalktığını kabul etmek mümkün görünmemektedir.

470 Bunların yanı sıra, Samsung Türkiye tarafından gönderilen cevap yazısından ve aynı paraleldeki yetkili servis görüşlerinden, Samsung'un yetkili servis hizmeti veren anlaşmalı teşebbüslerine düzenli olarak internet üzerinden yeni ürünler hakkında bilgi gönderdiği ve canlı on-line bağlantılarla tamir/bakım hizmetleri hakkında eğitim verdiği anlaşılmıştır. Samsung Türkiye, kurmuş olduğu yetkili servis sisteminin, teknolojisi sürekli değişen cep telefonlarına yönelik hizmetlerin tüketicilere en iyi şekilde verilebilmesi ve satış sonrası hizmetlerde belirli bir kalitenin yakalanabilmesi için gerekli olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca teşebbüsçe, rekabetin yoğun olarak yaşandığı birincil ürün pazarında marka imajının korunabilmesi ve rekabet edilebilmesi için standart bir satış sonrası hizmet uygulamasının zorunlu olduğu ileri sürülmektedir. Bir üreticinin, cep telefonu tamir servisi sunan tüm teşebbüslere düzenli eğitim sağlayabilmesi ve kendi standartlarına uygun nitelikte faaliyette bulunmasını temin edebilmesi mümkün görünmemektedir. Bu bakımdan, bu tür bir 480 pazarda, sağlayıcının birincil pazardaki rekabet olanaklarını koruyabilmek amacıyla ikincil pazardaki hizmet kalitesini korumaya yönelmesi ve belirli sayıda yetkili teknik servis ataması ekonomik ve rasyonel bir karar olarak kabul edilmiştir.

Diğer taraftan, yedek parça değişimi ve bakım/tamir hizmetinin çoğunlukla garanti süresi içinde ücretsiz olarak yapılıyor olması ve ürünün kullanım/el değiştirme süresi, fiyatı gibi unsurlar da göz önüne alındığında söz konusu mal vermeme eylemi nedeniyle tüketicinin zarar gördüğü gibi bir sonuca da ulaşılammıştır.

490 Sonuç olarak, dosya kapsamında, inceleme konusu eylemin ihlal olarak nitelendirilebilmesi için gerekli olan, temini reddedilen ürünün ilgili pazar için gerekli olması, eylem sonucunda ilgili pazarda rekabetin ortadan kalkması/rakiplerin pazar dışına itilmesi ve tüketicinin eylem sonucunda zarar görmesi gibi unsurların varlığını ortaya koyacak yeterlilikte bilgi ve belgenin bulunmadığı kanısına ulaşılmıştır.

**J. SONUÇ**

500 Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre; dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.