

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2009-2-157 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 09-59/1442-377
Karar Tarihi : 16.12.2009

10

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER: Evrim Özgül KAZAK, Esmâ GÜNDOĞDU

C. BAŞVURUDA

20

BULUNAN : - Oğuzhan ÖZTÜRK
Gazi Cad. Tuncay Sok. No:59 Elazığ

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:

- Türk Telekomünikasyon A.Ş.
Turgut Özal Bulvarı Aydınliköyler 06103 Ankara

E. DOSYA KONUSU: Türk Telekomünikasyon A.Ş.'nin, düzenlediği diz üstü bilgisayar kampanyasındaki fiyatları piyasa değerlerinin altında belirleyerek rekabeti bozduğu iddiası.

30

F. İDDİALARIN ÖZETİ: FBS Fırat Bilgisayar adına Oğuzhan ÖZTÜRK tarafından gönderilen şikayet dilekçesinde özetle;

- Türk Telekomünikasyon A.Ş.'nin (Türk Telekom), bir diz üstü bilgisayar kampanyası başlattığı,
- Bu kampanyada, başta 15,4 inçlik Toshiba marka bilgisayar olmak üzere, dizüstü bilgisayarların piyasa değerlerinin çok altında satıldığı, peşin fiyatına taksitli yapılan bu satışlardaki fiyatların kendilerinin bayi alış fiyatlarının altında olduğu,
- Anılan kampanyanın kendi pazar paylarını kaybetmelerine yol açtığı ve Türk Telekom'un tekelleşme yolunda kendisine her geçen gün yeni kaynaklar eklediği ifade edilerek, konunun 4054 sayılı Kanun çerçevesinde incelenmesi talep edilmektedir.

40

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 14.07.2009 tarih ve 4962 sayı ile giren şikayet üzerine yapılan inceleme neticesinde hazırlanan 13.08.2009 tarih ve 2009-2-157/İİ-09-EG sayılı İlk İnceleme Raporu, 17.08.2009 tarih ve REK.0.06.00.00-110/317 sayılı Başkanlık Önergesi ile Rekabet Kurulu'nun 26.08.2009 tarih ve 09-39 sayılı toplantısında görüşülmüş ve Türk Telekomünikasyon A.Ş. hakkında önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Dosya konusuna ilişkin olarak, 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu'nun 7. maddesi gereğince 31.08.2009 tarih ve 3698 sayılı yazı ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'ndan (BTK) görüş talep edilmiştir.

50 Konuya ilişkin BTK görüşü ve talep edilen bilgileri içeren yazı 26.09.2009 tarih ve 7680 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 09.12.2009 tarih ve 2009-2-157/ÖA-09-EÖK sayılı Öneri Raporu 10.12.2009 tarih, REK.0.06.00.00-110/505 sayılı Başkanlık Önergesi ile 09-59 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda;

Dosya konusu iddialara yönelik olarak Türk Telekomünikasyon A.Ş hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmektedir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Görüşü

60 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu'nun 7. maddesi gereğince 31.08.2009 tarih, 3698 sayılı yazı ile BTK'dan talep edilen ve 26.09.2009 tarih ve 7680 sayılı Kurum kayıtlarına intikal eden görüş yazısında özetle;

- 406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu'nun 1. maddesinde, 4000 sayılı Kanun'un 1. maddesi ile kurulan Türk Telekom'un, 406 sayılı Kanun ve özel hukuk hükümlerine tabi bir anonim şirket olduğunun açıkça vurgulandığı ve 406 sayılı Kanun hükümleri çerçevesinde, Türk Telekom'un telekomünikasyon hizmetleri dışındaki faaliyetlerini yasaklar mahiyette bir hükmün bulunmadığının değerlendirildiği,
- İlgili mevzuat çerçevesinde Türk Telekom'un söz konusu faaliyette bulunmasında herhangi bir sakıncanın bulunmadığının mütalaa edildiği,
- 70 - Diğer yandan, Türk Ticaret Kanunu'nun "Hükmi Şahısların Ehliyeti" başlıklı 137. maddesine göre, Türk Telekom'un bilgisayar ve benzeri mal ve satışlar da bulunabilmesi için şirket ana sözleşmesinde tanınmış bir yetkinin bulunmasının gerekmekte olduğu ve değerlendirmelerde bu hususa da dikkat edilmesinin gerekli olduğunun düşünüldüğü,
- Bununla birlikte şikayet konusu hususa ilişkin olarak yapılan inceleme ve Türk Telekom'dan alınan cevaplar sonucunda, kampanyaya katılım için herhangi bir şartın tüketicilerden istenmediği, tüketicilerden herhangi bir taahhüdün alınmadığı,
- Türk Telekom müşterisi olmayan tüketicilerin de kampanyadan yararlanabildiği ve 80 tüketicinin sistemden ayrılması durumunda herhangi bir cezai şart ile karşılaşmayacağına anlaşıldığı, bu nedenle şikayet konusu kampanyanın etkilerinin daha ziyade bilgisayar piyasası üzerinde olabileceği değerlendirildiği için söz konusu şikayetin 4054 sayılı Kanun hükümleri çerçevesinde değerlendirilmesinin uygun olacağına düşünüldüğü

ifade edilmiştir.

I.2. Değerlendirme

90 Başvuru konusunu kısaca, Türk Telekom tarafından düzenlenen diz üstü bilgisayar kampanyasında sunulan diz üstü bilgisayarların şikayetçinin (bayi olarak) alış fiyatlarının altında olacak şekilde, değerinin oldukça altında satılmasıyla diz üstü bilgisayarların pazarlandığı piyasada rekabetin kısıtlanması olarak özetlemek mümkündür. Söz konusu ifadeler, şikayet ile ilgili yapılacak incelemenin rekabet

hukuku literatüründe yıkıcı fiyatlama olarak adlandırılan kavram bakımından ele alınmasını gerekli kılmaktadır.

Yıkıcı fiyat, üzerinde anlaşma sağlanan genel kabul görmüş bir tanımı olmamakla birlikte, rekabetin elimine edilmediği veya en azından kısıtlanmadığı durumda, kârlı olmayan fiyat olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle yıkıcı fiyatlama yapan teşebbüsün daha sonra fiyatlarını rekabetçi seviyenin üzerine çıkararak zararını telafi etmeyi amaçladığı kabul edilmektedir. Dolayısıyla yıkıcı fiyat uygulaması genellikle maliyet altı fiyat olarak ortaya çıkmaktadır. Olağandışı düşük fiyatlara katlanılmasının gerekçesini ise, rakiplerin söz konusu fiyatlar ile rekabet edemeyerek piyasa dışına itilmesi amacı oluşturmaktadır. Yıkıcı fiyatlama döneminde katlanılan zararlar, rakiplerin piyasa dışına itilmesinden sonra yapılan fiyat artışları ile karşılanabilecektir. Bu anlamda bir yıkıcı fiyatlama uygulamasından bahsedilebilmesi için teşebbüsün hakim konumda bulunması, fiyatın maliyet altı olması, rakiplerin piyasa dışına çıkarılmasının amaçlanması ve yıkıcı fiyatlama dönemindeki zararların karşılanabilmesi başlıca unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çerçevede başvuru konusunun yukarıda yer verilen unsurların varlığı bakımından değerlendirilmesi gerekmektedir. Söz konusu değerlendirmenin yapılabilmesi bakımından Türk Telekom'dan şikayet konusu "Çok Kazandıran Kampanya" hakkında bilgi talep edilmiştir. Söz konusu bilgilerde özetle;

- Çok Kazandıran Kampanya'nın 15 Haziran 2009 tarihinde başladığı ve halen model sayısı azalarak ve sınırlı stoklarla devam ettiği,
- Çok Kazandıran Kampanya kapsamında bayilerden ürün satışının kredi kartı ile yapıldığı, ürün satın alma ve ödeme süreçlerinde hiçbir şekilde Türk Telekom'un yer almadığı,
- Kampanya kapsamındaki ürünün fiyatının tedarikçi firmalar tarafından belirlendiği, tedarikçinin belirlediği fiyatların, kampanya fiyatı olarak bayilere lanse edildiği,
- Kampanyanın bayiler tarafından müşteri çekmek amacıyla yapıldığı, bayilerin kampanya kapsamında yaptıkları satış üzerinden tedarikçi firmalardan prim aldıkları, satımı yapılmayan ürünlerin riskinin tedarikçide kaldığı,
- Kampanyaya herhangi bir katılım şartının bulunmadığı, kampanyaya katılabilmek için Türk Telekom tarafından hiçbir taahhüt alınmadığı ve dolayısıyla tüketiciye sistemden erken ayrılması durumunda herhangi bir cayma cezasının uygulanmadığı, Türk Telekom aboneliği olmayan müşterilerinin de kampanyadan yararlanabildikleri,
- Türk Telekom olarak ürün tedarikçisi firmalar, bayi ve bankalarla kampanyaya ilişkin herhangi bir yazılı anlaşma ve sözleşmelerinin bulunmadığı,
- Türk Telekom'un söz konusu kampanyaya yönelik olarak yaptığı katkının yalnızca kampanyanın tanıtımına yönelik olduğu, kampanya kapsamında Türk Telekom tarafından elde edilecek faydanın, aboneleri olan müşterilerinin kampanya sayesinde elde edecekleri faydalara aracılık etmek suretiyle müşteri memnuniyetini artırmak ve bayilerinin elde edecekleri kazançlara paralel olarak daha etkin çalışmalarının sağlanması şeklinde ortaya çıkmasının beklendiği

ifade edilmiştir.

140 Yukarıda yer verilen bilgilerden, başvuruya konu kampanyanın tedarikçi teşebbüsler ile Türk Telekom bayileri arasında ve tamamıyla söz konusu tarafların arasındaki ticari ilişkiler çerçevesinde şekillendiği anlaşılmaktadır. Kampanya konusu diz üstü bilgisayarların satış fiyatı tedarikçi teşebbüsler tarafından belirlenmektedir. Bayiler kampanya kapsamında yaptıkları satış üzerinden tedarikçi firmalardan prim almaktadırlar. Diğer taraftan Türk Telekom'un söz konusu kampanyaya ilişkin olarak bayileri veya tedarikçi teşebbüsler ile herhangi bir anlaşması veya taahhüdü bulunmamaktadır. Ürünlerin satış fiyatı Türk Telekom tarafından belirlenmemekte, ürünlerin alım-satım koşulları veya ödeme süreçlerinde Türk Telekom'un herhangi bir müdahalesi bulunmamaktadır. Buna ek olarak, söz konusu kampanyaya katılım bakımından Türk Telekom aboneliği olunması gibi Türk Telekom'un faaliyetleri ile ilgili herhangi bir koşul getirilmemekte, kampanyaya katılanlara Türk Telekom tarafından herhangi başka bir avantaj/ürün(hizmet) sunulmamaktadır. Dolayısıyla söz konusu 150 kampanyadan Türk Telekom aboneliği olan veya olmayan bütün müşterilerin, bayi ve tedarikçi teşebbüsler arasında anlaşmaya varılan koşullar üzerinden alım yapabilmesi mümkündür.

Çok Kazandıran Kampanya'ya ilişkin olarak Türk Telekom tarafından yapılan duyurularda kampanyanın 15 Haziran-31 Temmuz 2009 tarihleri arasında geçerli olacağını ifade edildiği, ancak kampanyanın model sayısı azalarak ve sınırlı stoklarla halen devam ettiği görülmektedir. Nitekim şikayetçi tarafından gönderilen bilgi yazısında da söz konusu kampanyanın Haziran-Temmuz 2009 başladığı ve elinde stok bulunduran bayiler hariç olmak üzere 31 Ağustos tarihinde bittiği, bu nedenle Kurumumuzdan bundan sonraki kampanyalarda kendilerini etkileyecek satışların olmasının engellenmesinin talep edildiği görülmektedir. 160

Yukarıda ifade edildiği üzere, yıkıcı fiyatlandırma kavramı en genel ifadesiyle piyasalardaki rekabetin kısıtlanması veya ortadan kaldırılması amacıyla, ürün(hizmet) fiyatının belli bir süreliğine maliyetlerin altında belirlendiği bir uygulamayı ifade etmektedir. Şikayet dilekçesinde Türk Telekom tarafından söz konusu kampanyada sunulan diz üstü bilgisayarların fiyatlarının, kendilerinin maliyetlerinin altında belirlenmesi suretiyle diz üstü bilgisayar piyasasındaki rekabetin kısıtlandığı iddia edilmektedir. Öte yandan, dosya kapsamında elde edilen bilgilerden şikayet konusu kampanyanın bayiler ve tedarikçi teşebbüsler arasında ve Türk Telekom'dan tamamen bağımsız olarak hayata geçirildiği, bununla birlikte diz üstü bilgisayarların 170 fiyatlarının tedarikçi teşebbüsler tarafından belirlendiği ve söz konusu fiyatların da kampanya fiyatları olarak duyurulduğu görülmektedir. Kampanya konusu diz üstü bilgisayar fiyatlarının Türk Telekom tarafından belirlenmediği ve kampanyaya ilişkin olarak Türk Telekom ile bayiler veya tedarikçi teşebbüsler arasında herhangi bir sözleşme/ilişki bulunmadığı göz önüne alındığında, kampanya dolayısıyla sunulan fiyatların Türk Telekom tarafından uygulanan bir yıkıcı fiyatlandırma olarak adlandırılması mümkün görünmemektedir. Bu çerçevede söz konusu kampanya vasıtasıyla Türk Telekom tarafından yıkıcı fiyatlandırma yapılarak ilgili piyasalarda rekabetin kısıtlanmasının mümkün olmadığı sonuç ve kanaatine ulaşılmıştır.

180

J.SONUÇ

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