

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2009-3-177 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 09-43/1099-279
Karar Tarihi : 1.10.2009

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

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

B. RAPORTÖRLER: Aytül TOKATLI, Fethullah GÜLER

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : (.....)
(.....)

20

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:

Ankara ilindeki süpermarketler

E. DOSYA KONUSU: Süpermarketlerin Coca-Cola'yı alış fiyatının altında satarak rekabete aykırı hareket ettikleri iddiası.

30

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Şikayet dilekçesinde özetle; Ankara ilindeki süpermarketlerin 2,5 litrelik Coca-Cola'yı, 2,20 TL'ye almalarına rağmen; 1,65 TL, 1,90 TL ve 1,95 TL gibi fiyatlardan zararına satmalarının rekabete aykırı olduğu, küçük ölçekli esnafın bu şartlar altında süpermarketlerle rekabet edemedikleri ve oluşan bu durum nedeniyle müşterilerin artık bakkallardan alışveriş yapmadığı iddia edilmiştir.

40

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 26.8.2009 tarih, 6041 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 2.9.2009 tarih, 2009-3-177/İİ-09-AT sayılı İlk İnceleme Raporu Rekabet Kurulu'nun 9.9.2009 tarih ve 09-41/993-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 17.9.2009 tarih ve 2009-3-177/ÖA-09-AT sayılı Önaraştırma Raporu 18.9.2009 tarih, REK.0.07.00.00-110/284 sayılı Başkanlık önergesi ile 09-43 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Raporda; Ankara ilindeki süpermarketlerin Coca-Cola ürününü maliyetinin altında satarak rekabeti kısıtladıkları iddiasını konu edinen şikayetin, 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal etmediği, dolayısıyla şikayete yönelik olarak herhangi bir işlem yapılmasına gerek olmadığı sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

50 **I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME****I.1. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme**

Ülkemizde gıda ağırlıklı perakendecilik sektörü incelendiğinde sektörün; hipermarketler, süpermarketler, orta marketler, marketler, bakkallar, büfeler, ihtisas mağazaları ve benzin istasyonu marketlerinden oluştuğu görülmektedir. Büyük ölçekli perakende satış mağazaları, tüketiciye farklı hizmetler sunmalarının yanı sıra, sahip oldukları yüksek satın alma potansiyelleri nedeniyle arz ettikleri ürünleri bakkal veya marketler gibi küçük kapasiteli işletmelere göre daha avantajlı koşullarla daha düşük fiyattan satın almakta ve bunun sonucu elde ettiği maliyet avantajını tüketiciye, söz konusu ürünleri daha düşük fiyatla sunarak yansıtmaktadır. Geçmiş Kurul kararlarında süpermarketler farklı bir pazar, geleneksel satış noktaları olan bakkallar ayrı bir pazar olarak değerlendirilmiştir.

Teşebbüslerin alım potansiyelleri çerçevesinde oluşan maliyet avantajlarını tüketicilere yansıtma serbest piyasa ekonomilerinde yaşanan fiyat rekabetinin doğal bir sonucudur. Çeşitli şekillerde Kurul kararlarına konu olmuş benzer nitelikteki uygulamalarda da bu sonuca ulaşılmıştır. Örneğin, Coca Cola Grubu ve Fruko-Tamek Grubu'nun hipermarketlere ve bakkallara yönelik olarak ayrımcı fiyat ve satış koşulları uyguladıkları iddiasını konu edinen, 27.6.2000 tarih ve 00-24/251-136 sayılı Kurul kararında, süpermarketlerin bakkallara göre daha uygun koşullardan mal alımı yapabilmeleri ekonomik gerekçelere dayandırılmış ve bu uygulamalar 4054 sayılı Kanun'u ihlal eder nitelikte bulunmamıştır. Bu kararda özet olarak;

- büyük marketlerin yüksek miktarlarda alım yapmaları nedeniyle alıcı güçlerinin bakkallara göre daha yüksek olması,
- büyük marketlerin tek seferde yüksek miktarlarda ürün alırken bakkalların tek seferde çok daha az miktarda ürün almaları, bu nedenle hem nakliye sıklığının hem de nakliye masraflarının artması,
- yüksek miktarlarda alım yapan büyük marketler siparişlerini telefon veya e-posta ile yapabilirken, tedarikçilerin bakkallardan sipariş almak için eleman istihdam etmek zorunda kalmaları,
- büyük marketlerden tahsilât bankalar aracılığı ile yapılırken, bakkallardan tahsilât yapmak için ayrıca çalışan istihdam edilmesi,

gibi nedenlere bağlı olarak bakkallara yapılan satışların nakliye, teslim, sipariş ve tahsilat masraflarının büyük marketlere göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çerçevede daha uygun koşullardan mal alımı yapan süpermarketlerin bakkallara göre Coca-Cola'yı daha ucuz fiyatla tüketicilere satabilmeleri ekonomik olarak mümkün olduğundan, bu davranış rekabete aykırı bir nitelik taşımamaktadır.

90 Süpermarketlerin Coca-Cola'yı daha uygun koşullarda almalarının ekonomik olarak mümkün olmasına karşın şikâyetçi, süpermarketlerin Coca-Cola'yı satın aldıkları fiyatın altında tüketiciye sattıklarını iddia etmektedir. Bu iddia, şikâyete konu eylemin 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğinin iki noktada daha değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. İlk olarak şikâyet edilen süpermarketlerin, şikâyetçi esnafı pazar dışına itmek amacıyla Coca-Cola'nın satış fiyatını birlikte düşürmeleri, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlali anlamına gelecektir. Ancak şikâyetçinin de başvurusunda belirttiği üzere süpermarketler Coca-Cola'yı 1,65 TL, 1,90 TL ve 1,95 TL gibi değişik fiyatlarla satmakta, yani kendi aralarında zaten rekabet etmektedirler. Ayrıca ramazan ayı içerisinde süpermarketlerin müşteri çekmek için özellikle bu ayda

100 tüketimi artan ürünlerde çeşitli promosyonlarla zararına satış yapmaları çok sık rastlanan bir uygulamadır. Dolayısıyla şikâyete konu eylem 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi anlamında bir ihlal niteliği taşımamaktadır.

Bunun yanı sıra, şikayete konu eylem, belirli şartları taşıması halinde 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında da değerlendirilebilir. Bu tür fiyatlandırma stratejilerinin "*yıkıcı fiyatlama*" tanımı kapsamında 6. maddenin ihlali olabilmesi için; ihlal iddialarının yöneltildiği teşebbüsün (teşebbüslerin) ilgili pazarda tek başına (birlikte) hâkim durumda olması; teşebbüsün maliyet altı fiyat uygulaması; belirlenen maliyet altı fiyatlandırmanın ilgili pazardaki diğer teşebbüsleri piyasa dışına itecek kadar uzun sürmesi gerekmektedir. Şikayet konusu eylemde, herhangi bir süpermarketin tek başına ilgili pazarda hakim durumda olması veya süpermarketlerin birlikte hakim duruma gelecek şekilde bir anlaşma ya da paralel davranış içerisinde bulunmaları söz konusu değildir. Kaldı ki hâkim durumda olsa bile sadece Coca-Cola ibareli ürünlerin zararına satılması, pazardaki diğer oyuncuları pazar dışına itmeye yetecek nitelikte değildir. Ayrıca ramazan ayı ile sınırlı bir uygulamada, yıkıcı fiyatlama olarak değerlendirilecek uzunlukta bir fiyatlama stratejisinden bahsetmek mümkün değildir. Bu çerçevede Coca-Cola'yı bakkallara göre çok daha ucuz fiyata satan süpermarketlerin, bu davranışları ile 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmedikleri sonucuna varılmıştır.

120

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

Şikayet konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek bulunmadığına, şikayetin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.