

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2003-4-71 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 03-58/681-308
Karar Tarihi : 21.8.2003

A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Mustafa PARLAK
Üyeler : Tuncay SONGÖR, A. Ersan GÖKMEN,
Murat GENCER, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfki ÜNAL,
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, Süreyya ÇAKIN

B- RAPORTÖRLER : Süleyman CENGİZ, Sezin ELÇİN

C- ŞİKAYET EDEN : ihbar

20

D- HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA

YAPILANLAR : - DHL Worldwide Express Taşımacılık ve Ticaret Anonim Şirketi
Yalçın Kores Cd. No:20 34540 Yeni Bosna
Bağcılar/İstanbul

- TNT International Express Taşımacılık Ticaret Limited Şirketi
Ertürk Sk. Uzka İş Merkezi, No:9 81640 Kavacık
Beykoz/İstanbul

30

- United Parcel Service Ünspet Paket Servisi ve Ticaret Anonim Şirketi
Ambarlar Cd. 6/A Blok 34786 Zeytinburnu/İstanbul

40

E- DOSYA KONUSU : Uluslararası hızlı taşımacılık pazarında faaliyet gösteren DHL Worldwide Express Taşımacılık ve Ticaret Anonim Şirketi (DHL), TNT International Express Taşımacılık Ticaret Limited Şirketi (TNT) ve United Parcel Service Ünspet Paket Servisi ve Ticaret Anonim Şirketi (UPS) unvanlı firmaların, aralarında gizli bir centilmenlik anlaşması yaparak yurtdışı gönderiler için ortak fiyat tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal ettikleri iddiası.

F- İDDİALARIN ÖZETİ: Konuya ilişkin isimsiz başvuruda, uluslararası hızlı hava taşımacılık pazarında faaliyet gösteren DHL, TNT ve UPS unvanlı firmaların üst düzey yetkililerinin bir araya gelerek aralarında gizli bir centilmenlik anlaşması yaptıkları bu çerçevede yurtdışı gönderiler için ortak bir fiyat tespit ettikleri, pazardaki diğer teşebbüslerin de kar marjlarını yüksek

50 tutabilmek amacıyla bu anlaşmaya uydukları; bu durumun yurtdışına gönderi yapmak isteyen firmaların mağduriyetine sebep olduğu ve pazarlık yapma şanslarını ortadan kaldırdığı iddia edilmektedir.

G- DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 14.5.2003 tarih, 2130 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 3.6.2003 tarih, 2003-4-71/BN-03-SE sayılı İlk İnceleme Raporu, 12.6.2003 tarih, 03-42 sayılı Kurul toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin ve dolayısıyla ve dolayısıyla iddialara yönelik olarak bir soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına 03-42/471-M sayı ile karar verilmiştir.

60 İlgili karar uyarınca düzenlenen 15.8.2003 tarih 2003-4-71/ÖA-03-SC sayılı Önaraştırma Raporu 18.8.2003 tarih, REK.0.08.00.00/141 sayılı Başkanlık önergesi ile 03-58 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H- RAPORTÖR GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da, uluslararası hızlı hava taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren DHL, TNT, UPS, FEDEX, ARAMEX ve ASE'nin üst düzey yöneticilerinin 2002 yılı Nisan – Ağustos döneminde yaptıkları toplantılarda fiyat tespitine yönelik kararlar aldıkları (Bu teşebbüslerin satış müdürlerinin en azından 18.2.2003 tarihine kadar toplanmaya devam ettikleri tespit edilmiştir.); buna karşılık; delil nitelikli tespitlerin az sayıda ve eski tarihli olmaları ve sadece 2002 yılı Nisan–Ağustos dönemi tarihlerini taşımaları, delil nitelikli belgelerden, yapıldıkları anlaşılan toplantılarda alınan kararların geçmişte ya da halen uygulandıklarının tespit edilememesi, fiyat listelerinin incelenmesi sonucunda rekabetin kısıtlandığına işaret eden tespitlerde bulunulamaması ve sektörde rekabetçi bir ortamın hakim olduğuna yönelik tespitlerin bulunması hususları dikkate alınarak, haklarında Önaraştırma yürütülen teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına şu aşamada gerek olmadığı; ancak teşebbüslerin üst düzey yöneticilerinin ve satış ve pazarlama sorumlularının rekabeti kısıtlama amacı ile halen toplanmaya devam ettikleri yolunda bir tespit bulunmamakla birlikte, böyle bir girişimin 4054 sayılı Kanun'un "Yasaklanan Faaliyetler" başlıklı birinci bölümünün "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar" başlıklı 4. maddesi kapsamında değerlendirilebileceğinin taraflara bildirilerek uyarılmalarının yerinde olacağı görüşüne yer verilmiştir.

I- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. İlgili Pazar

90 Haklarında inceleme yapılan tarafların faaliyetleri dikkate alınarak, ilgili hizmet pazarı, "uluslararası hızlı hava taşımacılığı pazarı ya da aynı anlamda uluslararası hızlı kargo taşımacılığı pazarı" olarak belirlenmiştir. Öte yandan, teşebbüslerin dünya çapında faaliyet göstermelerine karşılık, dosya konusu şikayet çerçevesinde etkilenen pazar Türkiye'den yurtdışına yapılan gönderileri

kapsadığından, ilgili coğrafi pazar "Türkiye Cumhuriyeti sınırları" olarak tespit edilmiştir.

I.2. Yapılan Tespitler ve Deliller

100 Raportörlerce önaraştırma kapsamında, 21.7.2003 tarihinde DHL, UPS ve TNT unvanlı teşebbüslerin merkezlerine gidilerek yerinde inceleme yapılmıştır. Bu incelemeler sonucunda aşağıda yer verilen bilgi ve belgelere ulaşılmıştır.

I.2.1. DHL Worldwide Express Taşımacılık ve Ticaret A.Ş.

Yapılan yerinde incelemeler neticesinde, DHL merkezinde içeriğine aşağıda yer verilen bir elektronik posta mesajının basılı haline, UPS merkezinde ise aynı mesajın bilgisayar kaydına ulaşılmıştır. ASE ortaklarından ve Yönetim Kurulu Başkanı Sermet ÇETİN tarafından TNT, DHL, UPS, ARAMEX ve FEDEX teşebbüslerinin yöneticilerine gönderildiği anlaşılan mesajda:

110

"22 MAYIS 2002 DE ALDIĞIMIZ KARARLAR

- peşin müşterilere tavan 1. Bölge 40.- USD'den aşağı olmayacak.
- 12.- USD'lık liste satış müdürlerinin yapacağı ilk toplantıdaki zone düzenlemelerinden sonra derhal devreye girecek.
- Aracı kurumlara 1. Bölge 24.- USD'den aşağı fiyat verilmeyecek ve onların haksız rekabeti önlenecek...
- Aracı kurumlar ancak bizlerin ofislerinin olmadığı bölgelerde uluslararası gönderi alabilirler.
- satış müdürleri en geç 11 Haziran tarihine kadar kendi son toplantılarında aldıkları kararların uygulanması ve bizlerin yaptığı en son toplantıdaki alınan kararların uygulanabilirliği doğrultusunda görüş birliği için biraraya geleceklerdir.

120

10 temmuz günü satış müdürleri toplantısında alınan kararlar

1) 2000 USD ve altında gelir getiren müşterilere uygulanacak fiyat stratejisi:

a) Bu konuda herkes daha önce DHL tarafından önerilen ve 12 USD ile başlayan fiyat listesinin uygulanması hususunda anlaşmaya vardı.

b) Bu listenin ülke zone yapısı ile ilgili sektör firmaları kendi iç düzenlemelerini sağlayacaklardır. Buradaki amaç tüm firmaların bu listeyi uygularken ülkeler ve zonelerinin da paralel olmasını sağlamaktır.

130

c) 2000 USD/ay ve altında gelir getiren müşterilerin bu listeye göre fiyatlarının dönüştürülmesi işlemi 1 Ocak 2003'te başlayacak ve 31 Mart 2003 tarihinde son bulacaktır.

d) Dönüşüm süresi olarak tespit edilen 3 ay boyunca hiçbir Air Express firması diğer firma ile çalışan müşterilere ekteki fiyatı veremeyecek, ancak kg başına 3 USD ve üzeri ilave koyarak fiyat teklifini verebilecektir.

03-58/681-308

e) Bu liste 30 kg a kadar uygulanabilecek ve 30 kg üzeri beher kg fiyat uygulamasına geçilebilecektir. Konunun son hali Genel Müdürler ile paylaşılarak onların da bu çalışmadaki yorum ve onayları alınacaktır.

140

2) ...

3) Gelecek toplantı günü 26 Temmuz Cuma olarak tespit edilmiştir ve bu toplantıda konuşulacak konular aşağıdaki gibi karara bağlanmıştır:

a) Özellikle sektörde 0,5 kg ve 1. Zone fiyatı çok önemli olduğu için müşteri geliri ne olursa olsun sektörde bu kg için verilecek son fiyatın yapısının tespit edilmesi

b) Gene sektörde müşterinin aylık geliri ne olursa olsun, kg başı verilebilecek fiyatların sabitlenmesi ve bu fiyatın altında kg başına kimsenin fiyat vermemesinin sağlanması-. (Örneğin, 15 kg üzerindeki bir gönderide kg başına 6 USD fiyatın altına kimsenin düşmemesi gibi.)

150

c) Ağır gönderi için sınırın 30 kg a çekilmesi ve ancak 30 kg üzeri spot ağır gönderi fiyatı verilmesi.

d) Aracı firmalara verilecek fiyat stratejisinin karar bağlanması.

26 Temmuz Satış Müdürleri Toplantısında Alınan Kararlar

26.7.2002'de UAKD toplantısında gündemde olan ve konuşulan maddeler aşağıda belirtilmiştir.

1) İstanbul dışından gelen ofis ve acenta gönderileri mutlak suretle kontrol edilecek çünkü "waybill"larda yazılan kg'lar gerçek rakamların dışında olabiliyor.

160

2) Üzerinde anlaşmış olduğumuz 12.- USD'lik fiyat listesi 10 kg'dan sonra % 10 daha arttırılacak.

2) 30 kg altı özel fiyat verilmeyecek.

4) FEDEX'in aracı kurumlar için alınan kararlara vereceği olumlu cevaptan sonra 1 Ekim 2002' de 24.- USD listenin uygulanması kararı alınacak."

21.7.2002 tarihinde Raportörlerin DHL Genel Müdürü Michel AKAVÍ ile yaptıkları görüşmede anılan şahıs aşağıdaki ifadeleri kullanmıştır:

170

"... Biz DHL olarak 2002 Ağustos'undan önce zarar eden müşteri hesaplarımıza ilişkin fiyatlarımızı gelecekte artırma ve bir asgari seviyenin altına indirmeme eğiliminde idik. Bu niyetimizi yapılan bir toplantıda, toplantıya katılan diğer sektör temsilcilerine bildirdik. Biz yaparsak kendilerinin de zam yapma olanaklarının artacağını ifade ettiler. Ofisimde bulmuş olduğunuz 27.08.2002 tarihini taşıyan ve gönderen bölümünde Sermet Çetin'in elektronik posta adresi görülen metin, toplantıda konuşulan bazı konuları kapsamaktadır. Ancak anılan doküman, toplantıda görüşülen bütün hususları kapsamamaktadır. Toplantıda, belgede yer aldığı şekilde kesin ve bağlayıcı kararlar alınmamış, sadece bu konularda konuşulmuştur. Ancak 2003 yılında gerçekleşen fiyat artışlarının sebebi yapılan bir anlaşma değildir. Bu fiyat artışından önce biz uzun süre

180 fiyatlarımızı artırmamak için direndik. Kırılma noktasına geldiğimizde ancak fiyatlarımızı artırdık. Sektörde faaliyet gösteren firmalardan bazılarının bu uygulamamızı kısmen de olsa izlediklerini gördük...”

1.2.2. ASE Asya Doğu Avrupa Hızlı Kargo ve Dağıtım Anonim Şirketi

190 Önemli bölümleri yukarıda aktarılan elektronik posta mesajından hareketle Raportörlerce 22.7.2003 tarihinde mesajın göndericisi olan Sermet ÇETİN'in ortağı olduğu ve yönetim kurulu başkanlığını yürüttüğü ASE'nin merkezine gidilmiş, yukarıda aktarılan elektronik posta mesajının basılı kopyası ile ASE Satış Müdürü Barış BEKTAŞ tarafından şirket yöneticisi Sermet ÇETİN'e hitaben düzenlendiği anlaşılan ve önemli bir kısmı aşağıda aktarılan belgeye rastlanmıştır:

“18 Şubat 2003 tarihinde yapmış olduğumuz Satış Müdürleri toplantılarının detayları aşağıda bilgilerinize sunulmuştur.

- ...
- UPS, TNT ve DHL, split çalıştıkları firmalarla ilgili kendi aralarında bilgi alışverişinde bulunup mutabakat sağladılar.
- ORKA GRUP, GİSAD, POLARİS TEKSTİL ve VESTEL de exepcion listeye dahil edildi. Artık bu firmalara serbest fiyat listesi uygulanabilecek.
- 200 - UPS Adana bölge müdürlüğü müşterilerine müdahale etmekte çok yavaş davranıyor. Bu yüzden de bir haksız rekabet oluşuyor. MENSA ve SASA'da halen eski fiyat listeleri devam ediyor.
- ...
- BEKO ELEKTRONİK, TNT ve DHL'ye yeni listelerden sonra büyük tepki göstermiş ve bu fiyatlarla sizinle çalışamayız demişler.
- ...

Yönetim Kurulu Başkanları Ve Genel Müdürler Toplantı Maddeleri

PTS'nin Almanya Ağı mutlaka kesilmelidir (UPS tarafından)

210 Nex'in İngiltere Ağı kesilmelidir (TNT tarafından)

...

UPS ve FEDEX'in genel müdürlerine satış müdürlerinin çok iyi ve koordineli çalıştığı ve herşeyin yolunda olduğu üstüne basılarak hatırlatılması ile ilgili bir konuşma yapılması.”

Söz konusu belgeyi düzenleyen Barış BEKTAŞ 23.7.2003 tarihinde Raportörlerle yaptığı görüşmede aşağıda yer alan ifadeleri kullanmıştır:

- 220 1. Sektördeki firmaların satış müdürleri zaman zaman biraraya gelmektedirler. Bu toplantılar düzenli değildir. Satış müdürleri olarak en son 18 Şubat 2003 tarihinde bir araya geldik...
2. ...
3. sektörümüzde split firma tabiri yurtdışı gönderilerini birden fazla firmaya veren müşteriler için kullanılmaktadır. 18 Şubat 2003 tarihinde split firmalara uygulanacak fiyat stratejileri tartışıldı. Örneğin aylık 5000 ABD doları gelir getiren bir firma ile yapılan görüşme neticesinde bu 5000 ABD doları baz alınarak bir fiyat listesi veriliyor. Ancak bu firma bu 5000 ABD dolarını iki üç firmaya böldüğü için verilen fiyat listesindeki iskontoyu hak etmiyor. Bu durumun engellenmesi için yapılan toplantıda bu firmaların isimleri tespit edildi ve bunlara uygulanacak fiyat stratejileri tartışıldı.
- 230 4. O dönemde sektörde genel bir fiyat artışı söz konusuydu. Buna karşılık Orka Grup, Gisad, Polaris Tekstil ve Vestel firmalarının potansiyelleri çok yüksek olduğu için fiyat listelerinde herhangi bir artış yapılmamasına karar verildi. Ancak bu firmalar bizim çalıştığımız firmalar değildir.
5. ... bunun neticesinde firmalar fiyatlarında artış yaptılar. Ancak UPS firması hepimize yansıyan bu maliyet artışlarını Adana'daki müşterilerine yansıtmakta gecikti. Dolayısıyla bu bölgede UPS ile karşılaştırıldığında diğer firmaların fiyatları yüksek kaldı. Gazi Antep, Kahramanmaraş ve Antalya bölgelerinde de UPS fiyatları artırmada gecikti. Bu konu da yapılan toplantıda görüşüldü.
- 240 6. ...
7. Bunun dışında toplantıda bazı gündem maddeleri yönetim kurulu başkanları ve genel müdürlerin yapacağı bir sonraki toplantıda görüşülmek üzere not edildi.
- ...

1.2.3. TNT International Express Taşımacılık Ticaret Limited Şirketi

- 250 Yapılan tespitlere göre, TNT Satış Müdürü (.....)'ın 25.4.2002 tarihinde DHL, UPS, FEDEX ve ASE satış müdürlerine gönderdiği "Minimum Liste Önerisi" başlıklı elektronik posta mesajında ise aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Daha önce yapılan müdürler toplantısında gündeme gelmiş olan DHL'in 12 USD ile başlayan minimum liste önerisi ektedir. TNT olarak biz bu listeye sıcak bakıyoruz. (Yalnız 8 bölge uygulamamız teknik olarak mümkün değil. Bu nedenle 6, 7, 8. bölgelerin ortalamasını alarak tek bölge oluşturmamız gerekecektir.) Sizlerin de incelemenizi ve yorumlarınız olursa ilk toplantımızda tartışmayı öneriyorum."

- 260 Söz konusu elektronik posta mesajına cevaben FEDEX satış ve pazarlama müdürü Ali SANCAR'ın TNT, DHL, UPS ve ASE satış müdürlerine gönderdiği mesajda ise aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Kısa bir süre önce başlattığımız ve ortak amaçlarımız doğrultusunda, müşterilerimizin bizleri birbirimize kırdırtmamasını sağlamak amacıyla da çözümler aradığımız toplantıların maalesef amacına hizmet etmediğini anlamış bulunmaktayım. Bizler münferit bir olayda dahi çözüm üretemeyip hatta çözümsüzlüğü normal karşıladığımız ve etik değerlerin ayak altına alındığı bir ortamda, katılmakta olduğum toplantılara bundan sonra katılmayacağımı belirtmek istiyorum.”

270

Öte yandan, DHL Satış Müdürü Suha ÇOLAKOĞLU tarafından 12.7.2002 tarihinde sektörde faaliyet gösteren bir grup teşebbüsün Satış Müdürlerine ve Genel Müdürlerine gönderdiği anlaşılan elektronik posta mesajında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Ekte, Çarşamba günkü toplantıda karara bağladığımız, 2000 USD ve altında gelir getirecek firmalara uygulanacak 12 USD ile başlayan nihai fiyat listesi 8 ve 6 zone’lu olarak hazırlanmıştır. Ayrıca gene yapılan toplantıda alınan kararları bir kez daha sizlerle paylaşmak istedim.”

280

Anılan belgede devamla, DHL binasında tespit edilen ve yukarıda metnine yer verilen elektronik posta mesajının “10 Temmuz günü satış müdürleri toplantısında alınan kararlar” ve “27 Mayıs 2002’de Aldığımız Kararlar” başlıklı bölümlerde aktarılan kararların aynısı sırasıyla DHL Satış Müdürü Suha ÇOLAKOĞLU ve ASE Yönetim Kurulu Başkanı Sermet ÇETİN tarafından aktarılmaktadır.

Diğer taraftan, 18.7.2002 tarihli TNT iç yazışmasının bir bölümünde şu ifadeler yer almaktadır:

290

“... Piyasa şartlarının fiyat rekabeti yönünde zorlaştığı şu dönemde rakiplerimize karşı defans yaparken bu türde rakip zaafalarını müşterilerimize karşı akılcı yönde ve doğru zamanda kullanmalıyız.”

Ayrıca, 21.7.2003 tarihinde Raportörlerce TNT merkezinde yapılan yerinde inceleme çalışmaları sırasında tespit edilen 21.8.2002 tarihli TNT Satış Müdürü (.....) tarafından TNT Genel Müdürü (.....)’a gönderildiği anlaşılan bir elektronik posta mesajında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

300

“... 26 Temmuz toplantısında benim gündeme getirdiğim önemli bir konu vardı. Bu konu split çalışan müşterilerin fiyatlarını 12’lik listeye çektiğimizde listeyi ilk çeken şirketin müşteriyi kaybedeceği şeklinde idi. Yani müşteri işlemi son yapanın elinde kalacak düşüncesini gündeme getirdim.

Bu nedenle 12’lik listenin uygulamaya geçirilmesinde uprate süresinin en fazla 15 gün tutulması gerektiği konusunda hemfikir olduk. Bunun dışında aracı kurumların fiyat listelerininin 40 USD’lik listeye çekilmesini ve Haluk Ündeğer’in de bu görüşte olduğunu ben gündeme getirdim. Herkes benimsedi ama Suha

03-58/681-308

310 Çolakoğlu, DHL'nin kendi ağı olmadığı ve domestic şirketlere bu konuda bağımlı olduğu gerekçesi ile bunu kabul edemeyeceklerini söyledi. Ben daha önce bu konuya evet dediğini hatırlattığımda 24'lük fiyat listesine çekebileceklerini, bunu tüm şirketler kabul ettiği takdirde 1 Ekimden itibaren devreye sokabileceklerini belirtti.

Ben de eğer bu konuda ilerleme sağlanamaz ve içimizden bir şirket bu konuda kendi menfaatine bir karar alma yoluna giderse, aracı firmalara en düşük fiyatlarımı sunacağımı ve şartların kendileri için de uygun olmayan bir ortama sürekleneceğini söyledim....”

320 1.9.2002 tarihli TNT personeli tarafından TNT yetkililerine gönderilen elektronik posta mesajında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“... DHL ile karşılaştırmışlar, Murat Ofluoğlu'ndan bazı DHL verilerini alabildim: DHL 1. ve 2. bölgeye 0-2 kg arası 7 USD vermiş.

Diğer bölgelerde bizden daha düşük olduğunu bildirdi, fakat ne kadar düşük onları söylemedi.”

330 TNT personeli Gökhan YENER tarafından TNT yetkililerine gönderilen 22.1.2003 tarihli bir elektronik posta mesajında aşağıdaki ifadelerin yer aldığı görülmüştür:

“Ocak ayı içerisinde gönderileri düşen veya olmayan müşterilerle yapılan görüşmelerde; UPS ile fiyat ve Volumetrik kg avantajı nedeniyle çalışmaya başladıklarını belirtmişlerdir...”

TNT personeli Tayfun KARAKAYA tarafından TNT yetkililerine gönderilen 28.1.2003 tarihli bir elektronik posta mesajında aşağıdaki ifadelerin yer aldığı görülmüştür:

340 “Bugün yine ANTEKS'de aynı şeyler oldu. 22 kg İngiltere fiyat istediler. Kendi özel fiyat listesi üzerinden 175 USD fiyat verdim.

Gönderiyi alamadık, yine FEDEX aldı. Yine 5 USD.

Bizi indirim yapmayan pahalı bir firma olarak görüyorlar.

1 kg, 3 kg, 5 kg gibi ufak paketleri de az vermeye başladılar.

Kan kaybediyorum. Canım acıyor.”

350 14.3.2003 tarihli TNT Eskişehir Bölge Sorumlusu Ayhan CANDÜZ tarafından TNT yetkilileri Sinan TÜREL ve (.....)'a gönderilen bir elektronik posta mesajında:

“Bu hafta içi Kütahya müşterilerine yapmış olduğum yoğun ziyaretlerde, Mart ayı başında fiyatlarını arttıracaklarını beyan eden ve arttırmayan rakipler 7 Mart'ta arttıracaklarını teyid etmelerine rağmen fiyatlarını arttırmamışlardır. Ayrıca bu

hafta da eski fiyatlarına devam etmişlerdir. Bugün aldığım habere göre UPS eski fiyatlarının Pazartesi günü de geçerli olacağı bilgisini müşterilere bildirmiştir.

360 Yukarıdaki durumları baz alarak açıkçası ben en azından UPS'in (çok yüksek ihtimalle DHL'in de) eski fiyatlarını sadece Pazartesi günü değil, yine tüm hafta uygulayacağı düşüncesindeyim. TNT olarak bizim HERİS Seramiğin ve bağlı kuruluşlarının fiyatlarını Ocak ayı ortasında arttırmamıza rağmen rakipler halen fiyatlarını arttırmamak için birbirleri arasında mücadele etmektedir. Dolayısıyla bu müşterileri Ocak ayından bu yana tamamen kaybetmiş bulunmaktayız. Kütahya Seramiğin kapısından içeri giremeyen DHL bile müşteriden UPS ile beraber paketler almaya başlamıştır.

370 Tabii ki bu müşterilerin fiyat dönüşümleri tamamlandıktan sonra da bizimle de çalışmalarını saldırmak için uğraş veriyorum.

Tabii ki bu güne kadar gönderi bazında maalesef büyük kayıplarımız olmuştur.

380 Bu haftaki Kütahya ziyaretlerimde rakiper bu müşteriler için fiyat arttırmama yarışı yaparken ben de rakip müşterilerine saldırarak DHL'in müşterisi Kümaş A.Ş. (bugün 8 adet gönderi aldık), UPS 'in müşterisi Altın Çini (2 adet gönderi aldık ve 6 sandık alacağız), FEDEX'in müşterisi Naturel Çini (sözleşme imzaladım çalışmaya başlıyoruz), Saray Çini (500 kg USAS gönderisini fiyatlandıracağım yavaş yavaş başlayacağız), Fettah Çini, Özçağlar Çini gibi müşterilerin bazılarıyla tamamen diğerleriyle split olarak çalışmaya ikna ettim. Ayrıca Heris Seramiğe ziyaretimde de müşteri rakiplerin fiyat artışından sonra bizimle de doküman gönderileriyle çalışmaya başlayacağı bilgisini verdi...."

1.2.4. UPS Ünspet Paket Servisi ve Ticaret A.Ş.

Yapılan tespitlere göre, UPS Konya Şube Yöneticisi Muhsin ÇAKIR'ın 28.2.2003 tarihinde UPS müşteri temsilcisi Volkan DOĞRU'ya gönderdiği elektronik posta mesajında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

390 "...İlk dönemde FEDEX fiyatlarını revize etmediğinden genelde belli başlı Konya firmaları FEDEX'le yaklaşık 1 ay kadar çalıştı. Sonraki dönemde FEDEX de fiyatlarını revize etti. Fakat şu durumda bahse konu 7-8 firma Konya'da belirli büyüklükte çalışan firmalar şu anda TNT ile çalışıyorlar. Somut olarak bir bilgi edinememe karşın, belirli fiyat seviyelerinde anlaşmış olmamıza ve DHL-TNT ve FEDEX'le fiyat listelerimizin yaklaşık aynı seviyede fiyatlar olması gerektiğini düşünürsek ve bu firmaların genel tercihinin TNT olması çok ilgi çekici. Henüz fiyatların yeni revize edildiğinden somut liste görmedim. Ama üzerinde çok durduğumuz firmaların %80'i TNT ile çalışıyor. TNT'nin de bu firmaları üstün hizmetleriyle etkilediğini hiç sanmıyorum."

03-58/681-308

400 6.3.2003, 22.5.2003 ve 6.3.2003 tarihli UPS personeli arası diğer elektronik posta mesajlarında aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir:

“Saray Çin’e göndereceği 0,5 kg lik gönderisi için biz 65 USD fiyat verdik, DHL 55 USD fiyat vermiştir.”

“Btd Tekstil firmasında dün FEDEX fiyat kırdı ve Avrupa gönderilerini almaya başladı. Fiyatları bugün almaya çalışacağım...”

410 “Heris seramik firmasının bilginiz olan 27 ülkeye 20’şer kg’lık gönderileri için listelerinden %1,25 yakıtlı fiyatımız 3870 fiyat vermiştik. Aynı gönderi için DHL tek konşimentoyla taşıyacağı gönderiler için 3650 USD fiyat vermiştir. Son teklifler yazılı olarak verildiği için tekrar teklif kabul etmediler ve gönderileri DHL’ye verdiler.”

420 30.6.2003, 1.7.2003, 2.7.2003, 4.7.2003 ve 7.7.2003 tarihli, UPS firmasının Avrupa merkezi ile Türkiye yetkilisi arasında iletilen bir grup elektronik posta mesajında, UPS’in Avrupa merkezinden gelen yeni zam paketlerinin UPS Türkiye’yi diğer rakipler olan TNT, DHL ve FEDEX karşısında dezavantajlı duruma soktuğu, söz konusu bu rakip firmalar ile UPS arasından bölgesel ayrımların uygulanması konusunda ciddi farklılıklar bulunduğu, yeni bir zam kararının UPS’in, DHL karşısında müşteri kaybetmesine yol açacağı zira DHL’in 2003 yılı fiyatlarının UPS’ten %5-%8’den daha düşük olduğu, dolayısı ile UPS’in rakiplerine karşı Avrupa ile ortak bir strateji belirlemesi gerektiği vurgulanmaktadır.

1.2.5. Uluslararası Hızlı Kargo Taşımacıları Derneği

430 Önaraştırma öncesi safhada, uluslararası hızlı hava taşımacılığı sektörü ile ilgili yapılan araştırmalarda sektördeki teşebbüslerin Uluslararası Hızlı Kargo Taşımacıları Derneği (UHKD) çatısı altında toplandıkları bilgisine ulaşılmıştır. Edinilen bilgilere göre, 1998 yılında kurulan ve merkezi İstanbul’da bulunan UHKD, uluslararası hızlı kargo taşımacılarının daha hızlı hizmet verebilmesinin sağlanması, gümrüklerdeki ortak sorunlara çare bulunması, bu sistemi kullanan tüketicilerin tavsiye, dilek ve şikayetlerinin değerlendirilmesi ve bu hizmetin daha fazla kullanılmasının teşvik edilmesi amacıyla kurulmuştur. UHKD’nin üyeleri sektörde faaliyet gösteren toplam 11 firmanın 6’sıdır (Aramex Int. Hava Kargo ve Kurye A.Ş., ASE Asya-Avrupa Taşımacılık A.Ş., DHL, Fedex, TNT ve UPS).

440 Ancak, dosya mevcudu bilgilere göre söz konusu Derneğin faaliyetleri sona ermiştir. Nitekim, Dernek başkanı olduğu öğrenilen ASE’nin ortağı ve yönetim kurulu başkanı Sermet ÇETİN’in ofisinde yapılan yerinde inceleme sırasında, anılan Derneğin 2001 ve 2002 yılı Olağan Genel Kurul toplantılarını yapmadığına ilişkin Bahçelievler İlçe Emniyet Müdürlüğü tarafından hazırlanmış ihtarnameler tespit edilmiştir.

I.2.6. Sektörde Fiyat Oluşumu

450 Sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin kurumsal olmayan ve gönderileri devamlılık göstermeyen (sektörde bireysel, walk-in, ad hoc isimleri ile anılan) müşterileri için uyguladıkları fiyat listeleri, her teşebbüsün müşterilerine sunduğu en yüksek fiyatı belirlemektedir. Bu tablolar incelendiğinde fiyatın, 0,5 kg ağırlıktaki gönderilerden başlayarak 30 kg ağırlıktaki gönderilere kadar belirlenen ağırlık grupları için arttığı görülmektedir. Fiyat, aynı zamanda gönderinin hedef ülkesinin çıkış ülkesine mesafesi, sunulacak hizmetin içerdiği ek riskler (hedef ülkede savaş bulunması, siyasi rejimden kaynaklanan sorunlar, gümrük rejimine ilişkin uygulamalar vb.) gibi unsurlar dikkate alınarak belirlenen bölgelere göre değişmektedir. Yerinde inceleme yapılan TNT, UPS ve DHL firmalarının bölge listeleri karşılaştırıldığında TNT'nin dünyayı 4 bölgeye, DHL ve UPS'in ise 8 bölgeye ayırdıkları görülmekle birlikte, bu bölgelerin içerdikleri ülkelerin de firmadan firmaya farklılık gösterdiği anlaşılmıştır.

460

Yukarıda anılan bölge listelerinin ve bu bölgelere karşılık gelen fiyat listelerinin karşılaştırılması amacı ile 15 örnek ülke seçilmiş, bu ülkelerin farklı firmalarda dahil oldukları bölgeler ve Türkiye'den ilgili ülkeye gönderilecek 0,5 kg'lık bir doküman gönderisinin fiyatı tespit edilerek aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Ülkeler	DHL		TNT		UPS	
	Bölge	Fiyat (USD)	Bölge	Fiyat (USD)	Bölge	Fiyat (USD)
ABD	3	(...)	3	(...)	4	(...)
Almanya	1	(...)	1	(...)	1	(...)
Azerbaycan	5	(...)	4	(...)	5	(...)
Brezilya	7	(...)	4	(...)	7	(...)
Çin	5	(...)	4	(...)	6	(...)
Fransa	1	(...)	1	(...)	2	(...)
G. Afrika. C.	6	(...)	4	(...)	6	(...)
İngiltere	1	(...)	1	(...)	2	(...)
İspanya	2	(...)	2	(...)	2	(...)
Japonya	4	(...)	4	(...)	6	(...)
Kanada	3	(...)	3	(...)	4	(...)
Libya	6	(...)	4	(...)	-	(...)
Mısır	5	(...)	4	(...)	6	(...)
S. Arabistan	5	(...)	4	(...)	6	(...)
Yunanistan	2	(...)	2	(...)	2	(...)

470

Tablo incelendiğinde, belirlenen 15 örnek ülkenin firmalarda farklı bölgelere tekabül ettiği ve bu bölgeler için belirlenen fiyatların firmalar arasında farklılaştığı görülmüştür.

03-58/681-308

DHL firmasında yapılan yerinde incelemede elde edilen bir tabloda, DHL'nin başlıca rakipleri konumundaki TNT ve UPS'nin fiyatlarının çeşitli bölge ve ağırlıklar temelinde karşılaştırıldığı görülmektedir. Bu tablo incelendiğinde UPS ve TNT firmalarının fiyatlarının birbirinden farklı olduğu görülmüştür.

480 TNT firmasında yapılan yerinde inceleme çalışmaları sırasında tespit edilen bir diğer belge de "TNT Mevcut Liste" "TNT Yeni Liste" ve "DHL Mevcut Liste" başlıkları altında adı geçen iki teşebbüsün fiyatlarının karşılaştırıldığı görülmektedir. Listede yer alan fiyat bilgileri incelendiğinde, fiyatların birbirlerinden önemli oranda farklı oldukları görülmüştür.

İlgili firmalardan alınan bilgilere göre kurumsal olmayan ve gönderileri devamlılık göstermeyen müşterilerinden elde edilen gelirlerin, toplam gelirlere oranı firmaya göre %3 ila %6 gibi çok düşük oranlarda kalmaktadır. Başka bir deyişle firmalar elde ettikleri gelirin %90'ından fazlasını, kurumsal müşterilerden sağlamaktadırlar.

490 Teşebbüsler, gönderileri devamlılık gösteren ya da ayda belli miktarlardan fazla gelir getirme potansiyeli olan müşterileri için, bu gelir ile doğru orantılı olarak indirimler yapmaktadırlar. Anılan indirimler %5-%10 oranlarından başlayıp, %70-%75'e kadar yükselmiştir. Bu indirimlerin yapılması ile oluşturulan fiyat listeleri DHL ve TNT firmalarında sistemleştirilerek basılı listelere dönüştürülmüştür. Buna karşılık UPS firması kurumsal müşterilerine sunacağı fiyatları gönderi bazında ele alarak belirlemektedir. Bu çerçevede, firmalar gelir potansiyeli yüksek müşterilere yüksek oranlı indirimler önererek, sektörde birbirinden önemli oranda farklılaşan fiyat listelerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Firmalar	Özel Fiyat Tarifesi Uygulanan Müşteriler (USD)			
	Boyner Holding	Görkem Giyim	Ericsson Telekom. A.Ş.	Alstom
DHL	(...)	(...)	(...)	(...)
TNT	(...)	(...)	(...)	(...)
UPS	(...)	(...)	(...)	(...)

500 Bunun yanı sıra sektör yetkilileri, müşterinin talebi doğrultusunda özel indirimler de yaptıklarını ifade etmişlerdir. Buna göre, özellikle pazarlık gücü olan müşteriler için, müşterinin en yoğun kullanacağını taahhüt ettiği bölge ve ağırlık kombinasyonları için ek bazı indirimler yapılmakta, buna karşılık müşterinin daha seyrek kullanması muhtemel bölge ve ağırlık kombinasyonları için daha yüksek fiyat önerilerek müşteri odaklı karma fiyat listeleri de oluşturulmaktadır.

510 Nitekim, yapılan yerinde incelemeler sırasında ilgili teşebbüslerin hepsinde rakiplerinin müşterilerine ya da potansiyel müşterilere verdikleri fiyat listeleri tespit edilmiştir. Teşebbüs yetkilileri, bu durumun açıklanması istendiğinde,

pazarlama elemanlarının sürekli olarak rakiplerinin fiyat tekliflerini takip ettiğini, hatta çoğu zaman müşterilerinin rakipleri tarafından verilen fiyat tekliflerini kendilerine ileterek daha düşük fiyatlar istediklerini ve kendilerinin de bu doğrultuda hareket ettiklerini belirtmişlerdir.

520 Dolayısıyla, sektörde pazarlık gücüne sahip olduğu kabul edilen gelir potansiyeli yüksek müşteri sayısı kadar birbirinden farklı fiyat listesinin bulunduğunu kabul etmek gerçekçi olacaktır. Nitekim, DHL yetkililerinin gönderdikleri özel fiyat listeleri incelendiğinde, bu listelerde yer alan fiyatların, DHL tarafından hazırlanan basılı listelerde yer alan fiyatların çok altında oldukları görülmüştür

530 Diğer yandan, sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin fiyatlandırma uygulamalarında da bir takım farklılıklar görülmektedir. Bu farklılık en çok hacimsel boyut ve ağırlıkların hesaplanmasında ortaya çıkmaktadır. Boyutları büyük ancak hafif gönderiler ağırlık ölçüleri yerine kapladıkları alana göre fiyatlandırılmaktadır. Gönderilerin kapladıkları alan hacimsel ağırlık olarak adlandırılmakta ve bunun hesaplanma yöntemi firmalara göre farklılık göstermekte, dolayısıyla bu farklılık fiyatlara yansımaktadır. Örneğin, TNT firması hacimsel ağırlığı gönderinin derinlik, yükseklik ve genişlik çarpımının 5000 sayısına bölünmesi ile hesaplarken UPS 6000'e bölerek hesaplamaktadır. Bu işlem sonucunda bulunan değer gönderinin kg birimli ağırlığı ile karşılaştırılmakta ve iki değerden büyük olanı fiyatlandırma ağırlığı olarak dikkate alınmaktadır. Bu durum, teşebbüslerin fiyat listelerinin karşılaştırılmasını zorlaştırmakta, sektörde bir fiyat birliğinin denetimi ve uygulaması için ihtiyaç duyulan şeffaflığı azaltmaktadır. Teşebbüs fiyatlarının karşılaştırılmasını ve fiyat birliğini zorlaştıran bir diğer uygulama, sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin tek tip olmayan ek ücret uygulamalarıdır. Nitekim, teşebbüsler petrol fiyatlarında meydana gelen değişiklikleri "fuel surcharge" adı altında farklı oranlarda fiyatlarına eklemektedirler.

540 Sektörde fiyat oluşumuna ilişkin olarak vurgulanması gereken bir diğer nokta, sektörün başlıca teşebbüsleri konumundaki firmaların çok uluslu teşebbüslerin küresel ağlarının birer parçaları olmalarıdır. Uluslararası gönderi ağının etkisi, teşebbüslerin fiyatlandırma davranışlarına da yansımaktadır. Nitekim, sektör yetkilileri 11 Eylül ve Irak gelişmelerinin ardından yaşanan güvenlik sorunlarına, petrol fiyatlarına ve Euro/Dolar paritesindeki değişime bağlı maliyet artışlarının uluslararası gönderi ağlarını ve bu kapsamda kendilerini fiyat baskısı altında bıraktığını, bağlı oldukları gruptan fiyat artışı yönünde baskılar geldiğini, pazarın yapısından kaynaklanan sebeplerle uzun süre maliyet artışlarını fiyatlarına yansıtılmak için direndiklerini ifade etmişlerdir. Nitekim, yerinde incelemeler sırasında elde edilen, firmaların yurtdışı merkezlerinden gelen elektronik posta mesajları ve TNT firması tarafından müşterilerine hitaben hazırlanan bir açıklama yazısının içeriği de bu ifadeleri doğrular niteliktedir.

550

J- GEREKÇE ve HUKUKİ DAYANAK

560 Raportörlerce yapılan yerinde incelemelerde rekabeti kısıtlamaya yönelik mevcut bir anlaşmanın varlığını gösteren yeterli tespite ulaşılamamıştır.

Buna karşılık:

- Yerinde inceleme çalışmaları sonucunda elde edilen, 2003 yılına ait çok sayıda elektronik posta mesajında yer alan ifadeler, teşebbüslerin pazar paylarını artırmak, müşteri portföylerini korumak ve genişletmek için yoğun pazarlama faaliyetlerinde bulduklarını, bu çerçevede fiyat indirimlerini stratejik bir unsur olarak ele aldıklarını ortaya koymaktadır.

570 - Haklarında önaraştırma yürütülen teşebbüslerin, seçilen ülkelere gönderilecek 0,5 kg'lık bir ileti için öngördükleri fiyatlar karşılaştırılmış ve fiyatlar arasında fark bulunduğu tespit edilmiştir.

- Aynı müşterilere, farklı uluslararası hızlı kargo hizmeti sunucuları tarafından verilen fiyat teklifleri arasında önemli oranlarda farklar bulunduğu tespit edilmiştir.

- Sektörde hakim olan fiyatlandırma sisteminin bir sonucu olarak çok sayıda fiyat listesinin ortaya çıkması; fiyatlara eklenen ek ücretlerin farklı olması ve hacimsel ağırlık gibi fiyatlandırmada temel alınan hesaplama yöntemleri arasındaki farklılık sektörün şeffaflığını azaltmakta, teşebbüslerin fiyat tespit etmelerini, etseler dahi bunu uygulamalarını önemli oranda zorlaştırmaktadır.

580 - Özellikle büyük alıcıların pazarlık güçleri ile kurumsal müşterilerin pazarı tanıma ve en uygun koşullarda iş yapma imkanlarını araştırarak bulma olanaklarının bulunması, uluslararası hızlı kargo hizmeti sunan teşebbüslerin alıcılarını zarara uğratacak şekilde rekabeti kısıtlamalarını engellemektedir.

- 2003 yılı başında sektör genel fiyat düzeyinde bir yükselme yaşandığı tespit edilmiştir. Ancak bu yükselmenin yapılan bir anlaşmadan çok, 11 Eylül ve Irak savaşı gelişmelerinin ardından yaşanan güvenlik sorunlarına, petrol fiyatlarına ve Euro/Dolar paritesindeki değişime bağlı olarak sektörde yaşanan maliyet artışlarından kaynaklandığı kanaatine varılmıştır. Nitekim bu kabulü doğrular nitelikli bir grup elektronik posta mesajı tespit edilmiştir.

590 Sonuç olarak; dosya mevcudu bilgi ve belgeler çerçevesinde, rekabetçi bir yapıya sahip olduğu anlaşılan ilgili pazarda rekabeti kısıtlamaya yönelik faaliyetler bulunduğuna ilişkin iddiaları doğrular nitelikte yeterli tespit bulunmadığı kanaatine varılmıştır.

K- SONUÇ

600 Yukarıda yer verilen tespit ve değerlendirmelerin doğrultusunda; uluslararası hızlı taşımacılık pazarının rekabetçi bir yapıya sahip olduğu, bunun yanı sıra ilgili pazarda faaliyet gösteren DHL Worldwide Express Taşımacılık ve Ticaret Anonim Şirketi, TNT International Express Taşımacılık Ticaret Limited Şirketi ve

03-58/681-308

United Parcel Service Ünspet Paket Servisi ve Ticaret Anonim Şirketi unvanlı firmaların, aralarında gizli bir centilmenlik anlaşması yaparak yurtdışı gönderiler için ortak fiyat tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal ettikleri iddiasını ispatlar nitelikte yeterli delil bulunmadığı dikkate alınarak, haklarında önaraştırma yapılan teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığına OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

03-58/681-308

Rekabet Kurulu'nun 21.8.2003 Gün ve 03-58/681-308 Sayılı Karar'ına

KARŞI OY GEREKÇESİ

Yapılan naraŐtırmada ortaya çıkarılan bilgi ve belgelerin sonraki bir soruŐtırma aŐamasını gerekli kılacak ciddiyette fakat yetersiz olduğu, ayrıca soruŐtırma açılmasının bir cezalandırma olarak görülmemesi gerektiği, dolayısıyla konu ile ilgili bir soruŐturmanın mutlaka açılmasının yerinde olacağı kanısındayım.

Bu nedenle Kurul'un baŐlıkta belirtilen Karar'ına katılmadım.

Murat GENCER
Kurul yesi