

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : D1/1/C.S.-00/7 (Önaraştırma)

Karar Sayısı : 01-04/21-4

Karar Tarihi : 16.1.2001

A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. M. Tamer MÜFTÜOĞLU

Üyeler : Dr. Kemal EROL, Mehmet Zeki UZUN, Sadık KUTLU, İsmet CANTÜRK, Nejdet KARACEHENNEM, Mustafa PARLAK, A. Ersan GÖKMEN, R. Müfit SONBAY, Kubilay ATASAYAR, Murat GENCER

B- RAPORTÖRLER: Cengiz SOYSAL, Harun ULU

C- ŞİKAYET EDEN: İhbar

D- HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILANLAR

Kütahya Porselen San. A.Ş.

Atatürk Bulvarı 8. Km. KÜTAHYA

Heriş Seramik ve Turizm A.Ş.

Atatürk Bulvarı 5. Km. KÜTAHYA

E- DOSYA KONUSU: Kütahya Porselen San. A.Ş. ve Heriş Seramik ve Turizm A.Ş.'nin (Güral Porselen) hakim durumlarını kötüye kullanmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6 ncı maddesini ihlal ettikleri iddiası.

F- İDDİALARIN ÖZETİ: Yapılan ihbarda özetle;

- Kütahya Porselen ve Güral Porselen firmalarının Güral Ailesi'nin kontrolü altında olduğu ve bu firmaların piyasada hakim konumda bulunduğu,

- Daha önce pazarda yer alan İstanbul Porselen'in iflas ettirilerek pazardan çekilmesinin sağlandığı, eski İstanbul Porselen bayilerine Kütahya Porselen ve Güral Porselen ürünü almaları şartı konulduğu,

- Ürün ithalinin durdurulduğu,

- Pazara Porland Porselen adında yeni bir firmanın girdiği, ancak Porland Porselen'den mal alanlara Kütahya Porselen ve Güral Porselen'in mal vermeyi kestiği,

İddialarında bulunulmuştur.

G- DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 4.10.2000 tarih, 4133 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 13.11.2000 tarih, D1/1/C.S.-00/7 sayılı İlk İnceleme Raporu, 23.11.2000 tarih, 00-46 sayılı Kurul toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4 ve 6 ncı maddelerinin ihlaline ilişkin bir soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1

inci maddesi uyarınca 23.11.2000 tarih, 00-46/491-269 sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

İlgili karar uyarınca düzenlenen 10.1.2001 tarih, D1/1/C.S.-01/1 sayılı Önaraştırma Raporu 10.1.2001 tarih, REK.0.05.00.00/3 sayılı Başkanlık önergesi ile 01-04 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H- RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: Kütahya Porselen A.Ş. ve Heriş Seramik ve Turizm A.Ş. hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı, bununla birlikte, Kütahya Porselen A.Ş. ve Heriş Seramik ve Turizm A.Ş.'nin 2001 yılı ve sonrasına yönelik yaptığı ve/veya yapacağı dağıtım ve bayilik anlaşmaları gibi her türlü dikey anlaşmalarının ivedilikle Kurumumuza bildirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

İ- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

1. İlgili Pazar

Seramik ürünleri kendi içinde dört alt pazara ayrılmaktadır.

- Kaplama malzemeleri (yer ve duvar karoları),
- Sağlık gereçleri,
- Sofra ve süs eşyaları,
- Teknik seramikler,

Bu alt pazarların gerek talep ikamesi, gerekse arz ikamesi yönünden birbirlerinden tamamen ayrıldıkları görülmektedir. Bu kararın konusu, porselen mamülü sofa ve süs eşyaları pazarına ilişkindir.

Porselen, kil ihtiva eden hammaddelerden üretilmiş ürünlerin oluşturduğu seramik grubunun bir elemanıdır. Porselen, %50 oranında porselen toprağı (kaolin), %25 oranında kuartz ve %25 oranında da feldspattan üretilir. Hammaddelerin uygun işlenmesi, öğütülmesi, karıştırılması ve tekrarlanan pişirimlerde bütünleştirilmesiyle porselen ortaya çıkmaktadır.

1.1. Ürün Pazarı: Porselen sofa eşyası üreten üreticilerin ürün yelpazesine bakıldığında; yemek takımları, çay takımları, tabaklar, fincanlar, kaseler, vazolar, kül tabakları, demlikler, sütlükler, şekerlikler, tuzluk ve biberlikler, peçetelikler gibi ürünler göze çarpmaktadır. Bu ürünler ev kesimi (hane halkına hitap eden) ve ikram kesimi (otel ve lokantalara hitap eden) şeklinde iki ayrı gruba ayrılabilir olsa da, her iki grubun aynı fabrikada ve aynı üretim prosedürü içinde üretiliyor olmasından dolayı sonsuz bir arz ikamesinin bulunduğu görülmektedir. Bu nedenle, sofa eşyalarını ev kesimi ve ikram kesimi olarak iki ayrı ürün pazarına ayırma gibi bir durum söz konusu değildir.

Porselenden üretilen ev eşyaları arasında süs eşyaları ve vitrifiye olarak adlandırılan tuvalet ve banyo malzemeleri de yer almakla birlikte, süs eşyaları ve vitrifiyenin üretim prosesinin porselen sofa eşyalarından tamamen ayrı olduğu, dolayısıyla bu ürünler arasında arz ya da talep ikamesinin söz konusu olmadığı görülmektedir.

Porselen sofa eşyaları ile benzer tüketim amaçları için kullanılan ve dolayısıyla talep ikamesi açısından porselen ürünlere rakip olması söz konusu olabilecek olan ürünler şu şekilde sıralanabilir;

- Camdan mamül sofa eşyaları,
- Seramikten mamül sofa eşyaları,
- Arcopaldan mamül sofa eşyaları,
- Melaminden mamül sofa eşyaları,
- Emayeden mamül sofa eşyaları,
- Paslanmaz çelikten mamül sofa eşyaları,
- Plastikten mamül sofa eşyaları,

Paslanmaz çelikten mamül sofa eşyaları, daha çok tencere ve tava gibi pişirmeye yönelik ürünler olup, porselen ürünlerle talep ikamesinin bulunması söz konusu değildir. Bu ürün gruplarından cam, melamin, emaye ve plastik sofa eşyalarının da gerek fiyatları, gerekse kullanım özellikleri açısından porselen sofa eşyalarını ikame edebilecek özelliklere sahip olmadığı görülmektedir.

Cam türü bir malzeme olan arcopal ise, yüksek derecede eritilen cam eriğinden pres veya üfleme yolu ile elde edilmektedir. Cam olduğu halde opak ve ışığı az geçirir. Porselenle benzer yönü, florik asit dışında hiçbir asitten etkilenmemesidir. Estetik açıdan porselen kadar cazip olmayan arcopal, yeni bir malzeme olduğu için porselen gibi çok eski bir geleneğe sahip değildir. Ayrıca arcopalin doğrudan ateşe konabilme özelliği mevcuttur. Porselen sofa eşyasının ise sıcak ocağın veya sobanın üstüne konması tavsiye edilmez. Genellikle porselen ürünler ısınma yavaş yavaş olduğu takdirde ısınmaya dayanabilirler. Ancak iyice ısındıktan sonraki soğumanın da yavaş yavaş olması gerekmektedir. Bu durum da, tüketicinin gözünde arcopal ve porselen sofa eşyaları arasında tercih farklılığını ortaya çıkaran bir özellik olmaktadır.

Bütün bu bilgilerden, sıhhi, uzun ömürlü, kaliteli, gösterişli ve geleneksel olma özellikleri dikkate alındığında, porselen sofa eşyalarının ayrı bir ilgili ürün pazarı olarak kabul edilebileceği anlaşılmaktadır.

1.2. Coğrafi Pazar: Söz konusu ürünlerin, Türkiye'nin bütün bölgelerine toptancılar vasıtasıyla dağıtımının yapıldığı dikkate alındığında, ilgili coğrafi pazar Türkiye Cumhuriyeti sınırları olarak alınmıştır.

2. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

2.1. Hakkında Öneri Yapılan Teşebbüsler

2.1.1. Heriş Seramik ve Turizm A.Ş. (Güral Porselen)

Heriş Seramik ve Turizm A.Ş.'nin (Heriş A.Ş.), bünyesinde bulunan işletmeler aracılığıyla gerçekleştirdiği faaliyet alanları; porselen sofa eşyası üretimi, sağlık gereçleri ve vitrifiye üretimi, tuğla ve kiremit üretimi ve turizm hizmetleri ve aquapark işletmeciliği şeklinde sıralanmaktadır.

Heriş A.Ş.'nin 2000 yılı itibarıyla ortaklık yapısının; Rıza GÜRAL %23,34, Nafi GÜRAL %31,12, İsmet GÜRAL %31,12, Sevim OLGUN %6,62, Erol GÜRAL %7,78 şeklinde oluştuğu görülmektedir.

1999 yılında tüm faaliyetlerinden 21.995.462.906.702 TL. gelir elde eden Heriş A.Ş., porselen ürünlerini "Güral Porselen" markası altında pazarlamaktadır. Heriş A.Ş.'nin porselen üretimi yapan 2 fabrikası bulunmakta olup, bu fabrikaların

yıllar itibarıyla toplam üretim kapasiteleri, üretim miktarları ve kapasite kullanım oranlarına ilişkin bilgilere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Yıllar	Üretim Kapasitesi (Adet/Yıl)	Üretim Miktarı (Adet)	Kapasite Kullanım Oranı (%)
1995	64.800.000	35.112.749	0,54
1996	64.800.000	48.319.464	0,75
1997	64.800.000	47.132.303	0,73
1998	64.800.000	49.337.730	0,76
1999	64.800.000	28.978.021	0,45

Heriş A.Ş.'nin porselen satış ciroları ise şu şekildedir:

Yıllar	Yurtiçi Satışlar(TL)	Yurtdışı Satışlar(TL)	Toplam Satışlar(TL)
1995	1.377.200.916.000	80.304.469.238	1.457.505.385.893
1996	2.868.746.711.130	267.621.186.799	3.136.367.897.929
1997	5.217.292.647.517	709.596.340.785	5.926.888.988.302
1998	8.827.405.562.972	1.203.147.412.703	10.030.552.975.675
1999	12.323.573.337.052	2.021.728.749.083	14.345.302.086.135

2.1.2. Kütahya Porselen A.Ş.

Hisseleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'na kote ettirilmiş olan Kütahya Porselen Sanayi A.Ş.'nin porselen sofr ve süs eşyası, seramik kaplama malzemeleri ile karton oluklu mukavva ve ambalaj üretimi yapan üç işletmesi bulunmaktadır. Şirketin 1999 yılı itibarıyla ortaklık yapısının şu şekilde gerçekleştiği görülmektedir; Gürok Tur. A.Ş. %26,5, Rıza Güral %15,7, Nafi Güral %15,7, İsmet Güral %15,7, diğer %26,4.

Kütahya Porselen A.Ş.'nin %26.5 hissesine sahip olan Gürok Turizm ve Madencilik A.Ş., kömür üretimi ve pazarlaması konusunda etkinlik göstermekte olup, şirketin pay sahipleri ve pay oranları incelendiğinde; Rıza Güral'ın %23,36, Nafi Güral'ın %31,16, İsmet Güral'ın %31,15, Erol Güral'ın %7,80 ve diğerlerinin %6,53 hissesi olduğu anlaşılmaktadır.

Kütahya Porselen'in porselen sofr eşyası üretim kapasitesi, üretim miktarı ve kapasite kullanım oranlarına, yıllar itibarıyla aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Yıllar	Kurulu Kapasite (Parça)	Üretim Miktarı (Parça)	Kapasite Kullanım Oranı (%)
1994	23.000.000	21.137.190	0,92
1995	23.000.000	23.322.790	1,01
1996	23.000.000	24.955.329	1,09
1997	23.000.000	17.302.564	0,75
1998	23.000.000	17.484.668	0,76
1999	23.000.000	19.571.156	0,85

Kütahya Porselen'in porselen satışlarından elde ettiği ciro, yıllar itibarıyla şu şekilde gerçekleşmiştir:

Yıllar	Yurtiçi Satış(TL)	Yurtdışı Satış(TL)	Toplam Ciro(TL)
1994	576.047.212.000	34.244.053.000	610.291.265.000
1995	1.135.446.407.000	94.797.469.000	1.230.243.876.000
1996	1.844.220.929.000	135.808.495.000	1.980.029.424.000
1997	3.222.129.848.000	514.388.122.000	3.736.517.970.000
1998	4.165.347.110.000	1.382.919.000.000	5.548.266.110.000
1999	7.027.188.917.000	1.805.973.255.000	8.833.162.172.000

2.2. Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler

2.2.1. 2000 Yılına ait Satış Sirküleri

Güral Porselen'de yapılan incelemeler sırasında şirketin 2000 yılına ait porselen satış genel sirküleri bulunmuş olmakla birlikte, şirket yetkilileri 2000 yılında hiç bir müşterinin sirküler imzalamadığını belirtmişlerdir. 101 no.lu porselen genel satış sirkülerinde, bayi olacak firmalar için özel koşullar ve prim sistemi getirilmemiş olup, tüm alıcılara %9 oranında iskonto uygulanacağı belirtilmektedir.

2000 yılına ait 102 no.lu, "ev ve otel grubu porselenler için bağlantı yapacak bayilere sağlanan ek avantajlar" satış sirkülerinde ise önceki yıllara ait sirkülerdeki hükümlere benzer maddeler bulunmaktadır. Söz konusu sirkülerde;

fabrika ile bağlantı yapmış olan firmalara %9 oranında bağlantı/bayilik primi verileceği ve bu primin aylık bağlantının gerçekleştirildiği tarihte tahakkuk ettirileceği, yıllık bağlantı yapanlara ve bağlantısını üçer aylık devreler içinde eşit olarak veya herhangi bir aydaki eksikliğini üç aylık dönem sonunda tamamlaması koşulu ile gerçekleştiren ve porselen grubu olarak sadece fabrikanın porselen ürünlerini satan bayilere;

330 takım ve üzeri 80 YT 42 alımlara	%0
660 takım ve üzeri alımlara	%5
1320 takım ve üzeri alımlar	%7
2640 takım ve üzeri alımlara	%9

oranında 'istikrar primi' verileceği ve bu primlerin 3., 6., 9. ve 12. ay sonlarında 3 aylık dilimler halinde tahakkuk ettirileceği belirtilmektedir.

2.2.2. 2001 Yılında Uygulanması Düşünülen Pazarlama Politikası

Heriş A.Ş.'de yapılan incelemeler sırasında elde edilen "2001 Yılı Porselen Dağıtım Kanalının Yeniden Organizasyonu" başlıklı belgede, şirketin mevcut dağıtım sisteminin durumu ile bu sistemde yapılması düşünülen değişiklikler yer almaktadır.

Aynı belgede yer alan ifadelerle göre, Türkiye 6 bölgeye ayrılarak, her bölge için 1 firma (seçilmiş firma) belirlenecek ve seçilmiş firmalar belirlenen bölgelerde faaliyet göstereceklerdir. Ancak, seçilmiş firmalar belirlenen bölge dışına mal satarlarsa buradan kazanacakları primler toplanarak seçilmiş firmalar arasında toplam cirolarına göre pay edilecektir.

Porselen satışı yapacak bayilerin (seçilmiş bayiler), seçilmiş firmalar ile fabrika tarafından belirleneceği yeni düzenlemede, fabrikanın ve seçilmiş firmaların bayilere, otellere, otel tedarikçilerine ve süper marketlere uygulayacağı iskonto oranları da belirlenmiştir.

Seçilmiş firmaların sadece bayilere satış yapması, perakendeciye satış yapmaması öngörülen yeni düzenlemede, söz konusu seçilmiş firmalarda fabrikadan maaş alan elemanlar bulundurulacağı ve bu elemanların fabrika ile seçilmiş firma arasında koordinasyonu sağlayacağı, tüm bu düzenlemelerle birlikte "piyasada vade ve fiyat istikrarının büyük ölçüde sağlanacağı" ifade edilmektedir.

2.3. 4054 Sayılı Kanun'un 6 ncı Maddesi Kapsamında Değerlendirme

4054 sayılı Kanun'un 6 ncı maddesi "Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması hukuka aykırı ve yasaktır." hükmünü içermektedir. Buradan da anlaşıldığı üzere, bir fiilin Kanun'un 6 ncı maddesi kapsamında sayılması için gereken üç unsur bulunmaktadır bunlar; "teşebbüs olma", "hakim durumda olma" ve "kötüye kullanma".

Güral Grubu'nun porselen sofraya eşyası üreten firmaları aracılığıyla yaptığı pazar faaliyetleri bu unsurlar açısından aşağıda değerlendirilmiştir.

2.3.1 Teşebbüs Olma Niteliği

İhbar başvurusu neticesinde Kütahya Porselen ve Güral Porselen hakkında yapılan Öneri araştırma'nın amacı, söz konusu teşebbüslerin hakim durumlarını kötüye kullanıp kullanmadığını tespit etmeye yöneliktir. Bu noktada, ayrı tüzel kişilikler olan Güral Porselen (Heriş A.Ş.) ve Kütahya Porselen A.Ş.'nin aynı ekonomik birliğe ait olup olmadığı, başka bir deyişle söz konusu iki işletmenin bir teşebbüs olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği önem kazanmaktadır.

4054 sayılı Kanun'un 3 üncü maddesinde teşebbüs, "Piyasada mal veya hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimleri" şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanımdan hareketle aynı ekonomik birliğe ait olan, yani kontrolün tek elden sağlandığı işletmelerin bir teşebbüs olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Ali Güral, Nafi Güral ve İsmet Güral (Güral Ailesi), Güral Porselen'nin (Heriş A.Ş.) 1995 ve 1996 yıllarında %93,36, 1997 yılından itibaren de %85,58 oranında hissesini elinde bulundurmaktadırlar.

Güral Ailesi, Kütahya Porselen A.Ş.'nin 1995 yılında %45, 1996 yılında itibaren de %47.1 oranında hissesine doğrudan sahiplerdir. Kütahya Porselen'in 1995 yılından itibaren %26,5 hissesine sahip olan Gürok Turizm ve Madencilik A.Ş.'nin hisselerinin %85,67'si yine Güral Ailesi'ne aittir. Buradan da, Güral Ailesi'nin Kütahya Porselen A.Ş.'nin hisselerinin %26,5'ine de dolaylı olarak sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, Güral Ailesi'nin Kütahya Porselen'deki toplam hisse oranı %73,6'ya yükselmektedir.

Güral Ailesi'nin Kütahya Porselen ve Güral Porselen'in (Heriş A.Ş.) doğrudan veya dolaylı olarak sermayelerinin yarısından fazlasına sahip olması, dolayısıyla söz konusu bu şirketlerin Güral Ailesi tarafından tek elden kontrol ediliyor olması nedeniyle, iki şirketin aynı ekonomik birlik içerisinde yer aldıkları görülmektedir. Bu nedenle 4054 sayılı Kanun'un uygulanması bakımından Kütahya Porselen A.Ş. ve Güral Porselen'in (Heriş A.Ş.) tek teşebbüs olarak değerlendirilmeleri gerekmektedir.

2.3.2. Güral Grubu'nun Hakim Durumuna İlişkin Değerlendirme

Kütahya Porselen piyasadaki en eski ve köklü porselen sofrası üreticisidir. Güral Porselen ise 1980'li yılların sonunda üretime başlamıştır. 1980'li yılların diğer en büyük porselen üreticilerinden İstanbul Porselen ise 1992 yılında etkinliklerini durdurmuştur. Porland Porselen, İstanbul Porselen'in makina parkını satın alarak 1993 yılında faaliyete geçmiştir. Diğer üretici Deniz Porselen ise sermaye sıkıntısı nedeniyle faaliyetlerini düzenli olarak devam ettirememiş ve en son 1999 yılında 1 Trilyon TL satış cirosu elde ettikten sonra 2000 yılında üretimini tamamen durdurmuştur. Piyasanın diğer aktörleri ise seramik sofrası üretimi yapan küçük kapasiteli işletmeler ve atölyelerdir. Seramik sofraları üretimine ilişkin yeterli ve açık veri bulunamamakla birlikte, seramik üreten atölyelerin seri üretim yapamamaları, yüksek miktarlarda üretim yapan büyük seramik firmalarının bulunmaması ve ayrıca seramik üreticilerinin daha çok süs eşyaları üretimine yönelmiş olmaları dikkate alındığında, Türkiye'de üretilen seramik sofraların, porselen üreticilerine ciddi bir rakip olamayacakları anlaşılmaktadır.

Pazar payı şu aşamada tam olarak hesaplanamamakla birlikte, Güral Grubu'nun pazar gücü hakkında genel bir tespit yapmak amacıyla, ilgili pazarın Güral Grubu'nun yurtiçi satışlardan elde ettiği ciro, Gürallar'ın en büyük rakibi Porland Porselen'in cirosu ve ithalat tutarı olarak ele alınması halinde, Güral Grubu'nun pazar payının 1996 yılında %85, 1997 yılında %84, 1998 yılında %72 ve 1999 yılında da %77 olduğu görülmektedir. Kurulu kapasite açısından bakıldığında ise Güral Grubu'nun üretim kapasitesinin en yakın rakibi olan Porland Porselen'in 3,6 katı büyüklüğünde olduğu görülmektedir. (Gürallar'ın kurulu kapasitesi: 87.800.000 parça/yıl, Porland'ın kapasitesi: 24.000.000 parça/yıl)

Türkiye'de porselen sofrası üretiminin sadece iki teşebbüs tarafından yürütülmekte olduğu dikkate alındığında, niçin daha fazla girişimcinin bu alana yatırım yapmadığı sorusu akla gelmektedir. İnceleme esnasında yapılan görüşmelerde alınan bilgilerden, porselen işinin emek yoğun ve tecrübe isteyen bir iş olması nedeniyle büyük girişimciler için cazip bir alan olmadığı, bu nedenle de büyük girişimcilerin porselen pazarına yatırım yapmayı tercih etmedikleri anlaşılmıştır. Bunun yanında, porselen sofrası sektöründeki kurulu üretim kapasitesinin fazlalığının da piyasaya girişi zorlaştıran bir unsur olduğu görülmektedir. Şöyle ki, 87.800.000 parça/yıl üretim kapasitesine sahip olan Güral Grubu'nun en yüksek kapasite kullanım oranına ulaştığı 1996'da kapasite kullanım oranı %83 olmuş iken, bu oran 1998 yılında %77'ye 1999 yılında ise %55'e düşmüştür. Porland Porselen'in ise kapasitesini genişlettiği 1995 yılından sonra yıllık kapasite kullanım oranı en çok %82 olmuştur. Güral Grubu'nun kapasite kullanım oranındaki bu düşüşün genel ekonomik krize bağlı talep düşüşünden kaynaklandığı görülmektedir.

Bütün bu veriler Güral Grubu'nun büyük bir pazar gücüne sahip olduğu yönünde göstergeler olarak kabul edilmekle birlikte, yapılan incelemeler neticesinde, sektörde yoğun bir rekabetin yaşandığı, özellikle ithalat ve sınır ticareti yoluyla yurtiçine giren ve çok ucuz fiyata satılan Uzakdoğu menşeli porselen sofralarının miktarının giderek çoğaldığı ve 1999-2000 yıllarında yerli teşebbüslerin bu sebepten dolayı yurtiçi satışlarının düştüğü, nihayetinde de iki fabrikası bulunan Güral Porselen'in bir fabrikasında üretimin 2000 yılında durdurulduğu ve 800

civarında işçinin işine son verildiği tespit edilmiştir. Ayrıca hakim konumda olmanın göstergelerinden biri olan işletmenin pazardaki tutumu açısından Güral Grubu'nun faaliyetleri ele alındığında, 2000 yılına kadar bayileri çeşitli yükümlülükler altına alan ve kendisine bağlayan bayilik anlaşmalarının bulunduğu, 2000 yılında ise bayilerin bu tip anlaşmaları imzalamaya yanaşmadıkları görülmektedir. Başka bir ifadeyle, 2000 yılında Güral Grubu'nun pazar gücünü nispeten kaybettiği gözlenmektedir. Bununla birlikte, 2000 yılında görülen bu durumun sebebinin, pazara yeni firmaların girmesi ya da rakip firmaların daha etkin çalışması değil (rakiplerin artmasının tersine Deniz Porselen'in pazardan çıktığı görülmektedir), genel ekonomik krizden kaynaklanan talep daralmasının yol açtığı pazarlama sorunları olduğu anlaşılmaktadır. Güral Grubu'nun satışlarındaki azalmanın bir diğer nedeni olarak da, 1996 yılında Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne girmesiyle birlikte Avrupa Birliği ülkelerinden yapılan ithalata uygulanan gümrük vergisi oranlarının sıfırlanmasıyla başlayan durum görülmektedir. Ayrıca işçilik ücretleri ve ucuz doğal gazla sahip olmaları yönüyle önemli rekabet avantajlarına sahip olan porselen üreticisi konumundaki ülkelere Polonya, Romanya ve Çek Cumhuriyeti mallarına 2000 yılında uygulanan gümrük vergileri sırasıyla %17,2, %9,8 ve %7,4 iken, 2001 yılında bu oranlar %9,8, %4,9 ve %0'a indirilecektir. İthal ürünlerin alım satım şartlarına ilişkin kolaylıkların artması sonucunda, büyük bayilerin yurtiçi teşebbüslerin ürettiği ürünler yerine ithal ürünlerin ticaretini tercih etmeye başladıkları görülmektedir. Bu şartlar altında Güral Grubu'nun, müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücünün bulunmadığı dolayısıyla Güral Grubu'nun porselen pazarındaki hakim durumundan bahsetmenin söz konusu olmadığı anlaşılmaktadır. Yine de, üretim kapasitesi ve pazarın emek yoğun olmasından dolayı girişlerin az olduğu gibi kriterler göz önüne alındığında, genel ekonomik krizin geçmesi ve talebin normale dönmesi durumunda Güral Grubu'nun yeniden büyük bir pazar gücüne sahip olması söz konusu olabilecektir.

2.3.3. Kötüye Kullanma

Güral Grubu'nun hakim durumuna ilişkin yapılan değerlendirmede de belirtildiği üzere, 1999 yılından itibaren, gerek ithalatın artması, gerekse daralan talep ve faiz oranlarındaki değişimler gibi genel ekonomik krizin getirdiği bir sonuç olarak hakim durumda bulunmadığı anlaşılmaktadır. Hakim durumda bulunmayan bir teşebbüs için, gerçekleştirdiği faaliyetlerin Kanun'un 6 ncı maddesi anlamında kötüye kullanma olarak sayılıp sayılamayacağına ilişkin bir değerlendirme yapmak gereksizdir.

2.4. Kanun'un 4 üncü Maddesine İlişkin Değerlendirme

Güral Grubu'nun 1993-2000 yılları arasında bayileriyle yapmış olduğu satış sirküleri incelendiğinde, 1999 yılına kadar uygulanan satış sirkülerlerinin, 4054 sayılı Kanun'un 5 inci maddesine dayanılarak çıkarılmış olan 1997/3 sayılı "Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" ve 1997/4 sayılı "Tek Elden Satın Alma Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" kapsamında oldukları anlaşılmaktadır. 2000 yılında ise bayilerin sirküler imzalamayarak, her hangi bir taahhüt altına girmedikleri görülmektedir.

Güral Grubu'nun 2001 yılı için uygulamaya sokmak istediği satış stratejisinin;

- Türkiye'yi 6 bölgeye ayırarak, her bölgeye 1 seçilmiş firmanın verilmesi,
- Bayilere, otellere, otel tedarikçilerine ve süper marketlere uygulanacak iskonto oranlarının fabrika ve seçilmiş firmalarca belirlenmesi,
- Seçilmiş firmaların sadece bayilere satış yapıp, perakendecilere satış yapmaması,
gibi unsurlar içerdiği görülmektedir. Bununla birlikte, 2001 yılında faaliyete geçirilmek istenen yeni dağıtım sisteminin, inceleme döneminde henüz hazırlık aşamasında olduğu ve yürürlüğe girmediği anlaşılmıştır.

4054 sayılı Kanun'un 5 inci maddesine dayanılarak çıkarılmış olan 1997/3 ve 1997/4 sayılı Tebliğler aracılığıyla, belirli dikey anlaşmalar bu Tebliğlerde düzenlenen koşullara uygun olmak kaydıyla, Kanun'un 4 üncü maddesindeki yasaklamadan grup olarak muaf tutulmaktadır. Güral Grubu'nun geçmiş yıllarda yapmış olduğu dikey anlaşmalar, bu Tebliğler kapsamında olmaları nedeniyle Rekabet Kurumu'na bildirilmemiş olsalar da, Güral Grubu'nun pazar gücü dikkate alındığında, hakim durumda kabul edilsin ya da edilmesin, pazarın rekabetçi yapısını önemli ölçüde etkileyeceği açıktır. Bu nedenle, söz konusu dikey ilişkilerin pazarın rekabetçi yapısına etkilerinin anılan Tebliğler aracılığıyla değil, yapılacak bireysel incelemelerle analiz edilmesi ve ihtiyaç hissedildiği takdirde bireysel muafiyete konu olması gerekmektedir. Nitekim 1997/3 sayılı Tebliğ'in 6 ncı maddesi, muafiyetin geri alınmasına ilişkin hükümler içermektedir. Aynı şekilde 1997/4 sayılı Tebliğ'in 'Muafiyetin Geri Alınması' başlıklı maddesi de benzer hükümler taşımaktadır.

Bu doğrultuda, Güral Grubu'nun yaptığı dikey anlaşmaların söz konusu Tebliğler kapsamında değerlendirilip değerlendirilmeyeceği, eğer bireysel değerlendirmeye tabi tutulmasına karar verirse ne gibi kısıtlamalara tabi tutulacağı konusunun, Güral Grubu'nun dikey anlaşmalarına ve bu anlaşmaların ilgili pazara etkilerine ilişkin yapılacak ayrıntılı bir incelemeyle açıklığa kavuşturulması gerektiği açıktır. Bu incelemenin yapılabilmesi için de, Güral Grubu'nun 2001 yılına ve sonrasına yönelik Kütahya Porselen A.Ş. ve Heriş Seramik ve Turizm A.Ş. aracılığıyla yaptığı ve/veya yapacağı dağıtım ve bayilik anlaşmaları gibi her türlü dikey anlaşmaların Kurum'a bildirilmesinin ilgili tarafa tebliğ edilmesi gerekmektedir.

J- SONUÇ

Yukarıda yer verilen açıklamalar, bulgular ve değerlendirmelerin ışığında;

1. Kütahya Porselen A.Ş. ve Heriş Seramik ve Turizm A.Ş. hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığına OYBİRLİĞİ ile,
 2. Kütahya Porselen A.Ş. ile Heriş Seramik ve Turizm A.Ş.'nin 2001 yılı ve sonrasına yönelik her türlü dikey anlaşmalarının ivedilikle Kurumumuza bildirilmesi gerektiğine OYÇOKLUĞU ile,
- karar verilmiştir.

KARŞI OY GEREKÇESİ

Bir ihbar üzerine **Kütahya Porselen A.Ş. ve Heriş Seramik ve Turizm A.Ş.** hakkında yapılan önaraştırma sonucunda **Rekabet Kurulu'nca** verilen **16.1.2000** tarih ve **01-04/21-4** sayılı kararın sonuç bölümünün **2** numaralı bendine aşağıdaki gerekçeler ile karşı oy kullanılmıştır.

Sözü edilen kararda, şikayet edilen teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığına ve anılan teşebbüslerin 2001 yılı ve sonrasına yönelik yaptığı ve /veya yapacağı dağıtım ve bayilik anlaşmalarının ivedilikle Kurum'a bildirilmesi gerektiğine karar verilmiştir.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 10. maddesi uyarınca, Yasa'nın 4. maddesi kapsamına giren anlaşmalar yapıldıkları tarihten itibaren bir ay için de Kurul'a bildirilecektir. Bildirilmeyen anlaşmalara muafiyet hükümleri uygulanmayacağı gibi ayrıca Yasa'nın 16/1-c maddesi uyarınca bildirmeme cezası verilecektir. Bildirimin ne şekilde yapılacağı da 997/2 numaralı Tebliğ'de ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Bu düzenlemelere göre, Yasa kapsamındaki sözleşmelerin tarafı olan teşebbüslere bildirim yükümlülüğü verilmiştir. Bunun karşıtı olarak, Yasa kapsamında olmayan ya da grup muafiyetinden yararlanan anlaşmaların bildirilmesine gerek yoktur.

Önaraştırma sürecinde, şikayet olunan teşebbüslerin bayileriyle aralarındaki uygulamaların grup muafiyeti tebliğleri kapsamında oldukları, bundan sonra uygulayacakları dağıtım sistemi yönünden bazı hazırlıklar içinde buldukları belirlenmiştir. Teşebbüsler arasında henüz imzalanmamış (doğmamış) ve imzalanıp imzalanmayacağı, hangi hükümleri içereceği, grup muafiyeti tebliğleri kapsamına girip girmeyeceği belli olmayan bir anlaşma için "yapılması halinde bildirilmesi gereklidir" şeklinde bir karar verilmesi ve anılan teşebbüslerin bu konuda şimdiden yükümlendirilmesi, Yasa'da öngörülen bildirim amacını aşar nitelikte olduğundan bu yolda bir karar verilmemesi gerektiği düşüncesiyle sayın çoğunluğun kararına katılmıyoruz.

A. Ersan GÖKMEN

Kurul Üyesi

R. Müfit SONBAY

Kurul Üyesi

Murat GENCER

Kurul Üyesi