

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2011-3-260 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 12-11/372-107
Karar Tarihi : 14.03.2012

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE,
Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Dr. Murat ÇETİNKAYA,
Reşit GÜRPINAR, Prof. Dr. Metin TOPRAK

B. RAPORTÖRLER: Arif Ogün SARI, Osman Tan ÇATALCALI

C. BAŞVURUDA

BULUNAN :- Gizlilik talebi bulunmaktadır.

20

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:

- Okulcu Tekstil Mefruşat Giy. Elk. Eşya Kır., Züc. ve Mob. Top. Sat. ve İnş. Tur. Nak. San. Tic. Ltd. Şti.
1. Anafartalar Mah. Ergen Cad. No:26 Manisa

E. DOSYA KONUSU: Manisa'da faaliyet gösteren okul kıyafetleri satan mağazaların gerçekte tek bir teşebbüse ait olduğu ve bu teşebbüsün aşırı fiyat uygulamak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullanarak 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği iddiası.

30

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Başvuruda özetle; Manisa ilinde faaliyet gösteren okul kıyafeti satan firmaların gerçekte tek teşebbüse ait olduğu ve bu teşebbüsün aşırı fiyat uyguladığı ifade edilerek gerekli yasal işlemlerin yapılması istenmektedir.

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 24.10.2011 tarih ve 7349 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 25.11.2011 tarih ve 2011-3-260/İİ-11-427.NS sayılı İlk İnceleme Raporu'nun görüşülmesi sonucunda önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

İlgili karar uyarınca düzenlenen 05.03.2012 tarih ve 2011-3-260/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.

40

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda özetle; dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı ve şikayetin reddedilmesinin uygun olacağı kanaat ve sonucuna ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. İlgili Taraf: Okulcu Tekstil Mefruşat Giy. Elk. Eşya, Kır., Züc. ve Mob. Top. Sat. ve İnş. Tur. Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Okulcu)

50

2.2.2010 tarihinde kurulan Okulcu, her türlü bay, bayan ve çocuk giyim eşyası, okul formaları, konfeksiyon, bijuteri, parfümeri, kavafiye-çanta emtiaları ve muhtelif çeyiz ve

12-11/372-107

hediyelik eşyaların alımı, toptan ve perakende satımı, imalatı, pazarlaması alanında faaliyet göstermektedir.

Okulcu'nun kurucu ortakları olan (.....) şirket sermayesi üzerinde ortak paya sahiptir. Ana sözleşmeye göre Okulcu'nun şirkette ortak değişikliği gerektiği hallerde sermayenin %100'ünü temsil etmek kaydıyla ortaklar kurulu kararı alındıktan sonra içlerinden herhangi birinin sermaye payını kısmen veya tamamen satması ile şirket bünyesine yeni ortaklar alınabilmekte ve şirket sermayesi %100 paya sahip ortaklar kurulu kararı ile artırılabilir.

60

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

Okul kıyafetleri her okul tarafından ayrı ayrı belirlenmekte ve öğrencilerin bu kıyafetleri alması zorunlu kılınmaktadır. Bu bakımdan tüketicilerin okul yönetimi tarafından belirlenen üniformayı almamak gibi bir şansları bulunmamaktadır. Dolayısıyla, dosya konusu işlem bakımından ilgili ürün pazarı "okul kıyafetleri" olarak tanımlanmıştır.

70

I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

Okulcu firmasının faaliyetinin sadece Manisa ili ile sınırlı olduğu ve okul kıyafeti satacak firmaların il kapsamında yer alan okulların belirlediği standartlara göre ürün sundukları dikkate alınarak ilgili coğrafi pazar "Manisa İl Merkezi" olarak belirlenmiştir.

I.3. Mevzuat

80

Öğrenci kıyafetleri konusunda ilgili mevzuatın uygulanmasında birlik ve beraberliğin sağlanması için alınması gerekli tedbirler Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 15.3.2006 tarihinde yayımlanan 2006/23 sayılı Genelge (Genelge) ile duyurulmuştur. Söz konusu Genelge'de okul kıyafetlerinin belirlenmesinde yaşanan bazı sıkıntılar dile getirilerek bu sıkıntıların nasıl aşılacağına ilişkin yapılan düzenlemelere yer verilmektedir.

Genelge ile öğrencilerin tek bir üretici firmaya mahkum edilmesinin önüne geçilmesi hedeflenmekte ve bu hedefe ulaşmak için okul yönetimlerinin nasıl hareket etmesi gerektiği düzenlenmektedir. Genelge'nin, tüketicileri tek bir satıcıya yönlendirmemesi, pazara yeni girişleri teşvik etmesi ve fiyatların çok yükselmesi durumunda bundan etkilenen taraf olan öğrenci velilerinin de Okul Aile Birlikleri yoluyla öğrenci kıyafetlerini temin edebilmesini sağlaması açısından pazardaki rekabeti arttırdığı kanaati oluşmuştur.

90

I.4. Konu Hakkında Daha Önce Yapılan İncelemeler

100

Okul kıyafetine yönelik olarak alınan ilk karar Manisa ilinde faaliyet gösteren teşebbüslere ilişkindir. Manisa ilinde okul üniforması üreten firmaların birleşerek Okulcu unvanlı yeni bir firma kurmak suretiyle sektörde tekelleşmeye yol açtıkları iddiası üzerine başlatılan önaraştırma sonucunda alınan 02.12.2010 tarih ve 10-75/1537-591 sayılı Kurul kararında; Okulcu unvanlı firma çatısı altında birleşen firmalar hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, bununla birlikte, dosya konusu uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil edebilecek nitelikte olması nedeniyle, bu uygulamaların sona erdirilmesini teminen 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca hakkında inceleme yapılan teşebbüslere görüş bildirilmesine hükmedilmiştir.

12-11/372-107

110 Anılan Kurul kararının ve görüş yazısının tebliğ edilmesi sonrasında yaşanan gelişmeler hakkında 19.08.2011 tarih ve 2010-3-197/BN-11-369.AT sayılı ile hazırlanan Bilgi notunda; Kurul kararının Okulcu'nun ortaklarına tebliğ edilmesinden sonra ortakların kendi mağazalarındaki okul kıyafeti faaliyetini sonlandırdıkları, bu durumun ise bir ortak girişim olarak kabul edilen Okulcu'nun ortakları arasında koordinasyon riskini ortadan kaldırdığı ifade edilerek teşebbüslerin 02.12.2010 tarihli Kurul kararının gereğini yerine getirdiği sonucuna varıldığı ifade edilmiş ve konu 25.08.2011 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek 02.12.2010 tarih ve 10-75/1537-591 sayılı Kurul kararının taraflarca yerine getirildiği hususunda bilgi alınmıştır.

120 Aynı konuda Kocaeli'ndeki tüm okulların üniformalarının tek bir teşebbüs tarafından fahiş fiyatlarla satılmasının sektörde tekelleşmeye yol açıp açmadığının tespitine ilişkin alınan, 25.11.2011 tarih ve 10-73/1506-575 sayılı Kurul kararında, şikayet konusu olayda okul yönetimi tarafından herhangi bir mağazaya yönlendirme yapılmayarak tüm firmaların yeni belirlenen okul kıyafetini üretip satmalarına imkan tanındığı, sadece tek bir firma tarafından satış yapılmasının ise tamamen firmaların serbest tercihlerinden kaynaklandığı tespitinde bulunularak soruşturma açılmasına gerek olmadığına hükmedilmiştir.

Yine İstanbul Küçükalyalı E.C.A Elginkan İlköğretim Okulunun kıyafetlerinin tek bir mağazada satılmasından ötürü tüketicilerin mağdur edildiği iddiası üzerine alınan 8.12.2011 tarih ve 10-76/1574-606 sayılı Kurul kararında, okul kıyafetlerinin birden fazla noktada satıldığı, okul kıyafetlerinin her noktada bulunmayışının tamamen firmaların özgür tercihlerinden kaynaklandığı tespiti yapılarak soruşturma açılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir.

1.5.Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

130

1.5.1. Yerinde İncelemede Yapılan Görüşme

08.02.2012 tarihinde Okulcu'nun merkezinde şirket ortağı ile yapılan görüşmede özetle;

- Okulcu'nun Manisa il merkezi ve yakın köylerde bulunan yaklaşık 100 ilköğretim, lise ve dengi okullar için okul kıyafeti üretip sattığı,
- Manisa il merkezinde iki şubesi olduğu,
- Okul kıyafetlerinin genellikle Eylül ve Ekim aylarında satıldığı,
- Satışların yaklaşık %(.....)'ının bu aylarda gerçekleştiği,
- 140 - Pazara girişin kolay olduğu, nitekim isteyen herhangi bir şirketin okullardan aldıkları numune kıyafetleri ürettirip Manisa'da satabildiği,
- Buna karşın piyasadaki çıkışın zor olduğu,
- Bunun nedeninin firmanın elinde kalan stokların sezon dışında satışının zor olması, stok maliyetinin yüksek olması, büyük ölçekli bir mağaza açılması için en az (.....) adet kıyafete ihtiyaç duyulması, pazarın küçük ve bölünmüş olması, maliyetlerin yüksek olması, okul bazında farklılaştırılmamış ürünler için büyük zincir marketler ile diğer firmalarla rekabetin yoğun olması, örneğin LcWaikiki'nin süveterinin fiyatı 19.90 TL, pantolonunun fiyatı 22.90 TL ve gömleğinin fiyatı 22.90 TL iken Okulcu tarafından satılan benzer ürünlerin fiyatlarının sırasıyla yaklaşık 15 TL, 19 TL ve 17 TL olduğu,
- 150 - Manisa il merkezinde sadece kendilerinin tüm sezon okul kıyafeti sattığı, okul kıyafeti sezonunda ise iki-üç firmanın daha bu işe girdiği,
- Birleşme sonrası Okulcu'nun kendi üretimini kendisinin yapmaya başladığı,
- Üretici/aracı karını ortadan kaldırmaları ve üretim maliyetlerini azaltabilmeleri nedeniyle fiyatlarını %(.....) düşürebildikleri,

12-11/372-107

- Stok fazlasını başka bölgelerde bulunan ve benzer üniformaları olan okullara pazarlayarak eritmeyi hedefledikleri, ancak bunu henüz başaramadıkları ve
- Bir sonraki yıl okul kıyafetlerine olan talebi bir önceki yılın satışları ile bir sonraki yıl okullara kaç öğrencinin kayıt yaptıracağını dikkate alarak değerlendirdikleri, ancak yine de hiçbir öğrencinin mağdur kalmaması için tahminlerinden %(.) daha fazla ürettikleri ifade edilmiştir.

160

I.5.2. Kırıkkale’de Faaliyet Gösteren Ersan Spor Giyim (Ersan) ile Yapılan Görüşme

Önaraştırma döneminde raportörlerce Kırıkkale il merkezinde faaliyet gösteren Ersan ile görüşme yapılmıştır. Bu görüşmenin yapılmasındaki neden, Kırıkkale’nin tıpkı Manisa gibi büyük bir kente yakın olmasının her iki il merkezindeki okul kıyafeti pazarındaki rekabet koşullarının karşılaştırılmasına olanak vermesinden kaynaklanmaktadır. Yapılan görüşmede özetle;

170

- Okul kıyafeti pazarına girişin çok kolay olduğu, nitekim konfeksiyon ürünleri satan herhangi bir şirketin de okullar açılmadan okul kıyafetlerini getirip satış mağazasında bunları satabileceği,
- Ancak stok, elinde kalma, kıyafetin gelecek yıl aynı olup olmayacağının belli olmaması gibi nedenlerden ötürü riskinin yüksek olduğu,
- Kırıkkale il merkezinde okul kıyafeti satan yaklaşık 10 farklı işyeri bulunduğu,
- Rekabetin özellikle fiyat açısından yoğun olduğu,
- Kendi üretimlerinin bulunmadığı, bunun yerine İstanbul, Gaziantep, Adana ve Bursa’da kurulu bulunan üreticilerden mal temin ettikleri,
- Elllerinde stok kalması durumundan bunları iade etme imkanlarının bulunmadığı,
- Ürün sayısının (kıyafet çeşidinin) ve ürünün özelliklerin son yıllarda arttığı,
- Bu durumun ölçek ekonomilerinin yakalanmasını zorlaştırarak maliyetleri yükselttiği ve Okul kıyafetlerinin belli bir süre (5 yıl gibi) değişmeyeceğinin garanti altına alınmasının hem fiyatları hem de kaliteyi olumlu yönde etkileyeceği, ifade edilmiştir.

180

I.5.3. Hukuki Değerlendirme

I.5.3.1. Okul Kıyafeti Pazarının Yapısına İlişkin Değerlendirme

190

Okullarda giyilecek kılık kıyafete ilişkin yürürlükteki yönetmelik 07.12.1981 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Millî Eğitim Bakanlığı İle Diğer Bakanlıklara Bağlı Okullardaki Görevlilerle Öğrencilerin Kılık Kıyafetlerine İlişkin Yönetmelik”tir. Üniversitelerde eğitim gören öğrenciler dışındaki öğrencilere getirilen bu zorunluluk öğrencileri, giyinme ihtiyaçlarından farklı olarak başka bir ürünü satın almak zorunda bırakmaktadır. Böylece, tüketicilerin bu yönde bir talebi olmamasına karşın, yürürlükteki yönetmelik ve Genelge çerçevesinde yaratılmış suni bir pazar olarak “okul kıyafetleri” pazarı ortaya çıkmıştır.

200

Okul kıyafeti pazarında faaliyet gösteren teşebbüsleri diğer giyim ürünleri satan teşebbüslerden ayıran pek çok farklı özellik bulunmaktadır. Bunlar ürünün satışının belli bir dönemde yoğunlaşması, ürünlerin her okulun belirlediği şekilde standart olması ve satışlarda reklam gibi herhangi bir pazarlama çabasına gereksinim duyulmaması, Genelge uyarınca pazarın her türlü firmanın girişine açık olması, öğrencilerin giyecekleri üniforma modelinin kaç yıl boyunca geçerli olacağına net olmaması ve her bir okulda bir sonraki sene kaç öğrencinin okuyacağını bilinmemesi nedeniyle talebin belirsiz ve kısa süreli olması ile ölçek ekonomisini yakalamanın zor olması olarak sayılabilir.

12-11/372-107

Okul kıyafetlerine olan talep, okulların açıldığı Eylül ayında yoğunlaşmakta, diğer aylarda ise kayda değer satışlar gerçekleşmemektedir. Dosya içeriğinde yer alan ve Okulcu'nun 2010/2011 yıllarında gerçekleştirdiği aylık okul kıyafeti satışlarının bulunduğu tablolardan; 210 okul kıyafeti satışlarının yıl boyunca süreklilik arz etmediği, okulların açıldığı Eylül ayında zirve yapan satışların diğer aylarda düşüş gösterdiği ve okulların kapalı olduğu yaz aylarında ise neredeyse durma noktasına geldiği anlaşılmaktadır. Bu durum, teşebbüslerin sadece okul kıyafeti satışı yaparak bütün bir sene faaliyetlerini sürdürmelerini zorlaştırmaktadır.

Okul kıyafeti pazarındaki rekabet koşullarını etkileyen bir diğer unsur ise Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yayımlanan Genelge'dir. Genelge'nin ikinci maddesi uyarınca öğrenciler sadece okul tarafından belirlenen üniformaları giyebilmektedirler. Bu durum ise okul kıyafetini her okul özelinde standartlaştırarak okul kıyafeti üreten teşebbüslerin ürün 220 farklılaştırması yoluyla satışlarını öğrencilerin beğenisi doğrultusunda arttırmalarını engellemektedir. Böylelikle okul kıyafeti üreten/satan teşebbüslerin farklı modeller sunarak kendilerini diğer teşebbüslerden ayırmasının önüne geçilmekte, teşebbüsler standart bir ürün ile birbirleriyle rekabet etmeye zorlanmaktadır.

Diğer yandan Genelge uyarınca isteyen herhangi bir teşebbüsün okul kıyafeti pazarına girmesi mümkündür. Bunun yanında Okul Aile Birlikleri'nin de fiyatların yüksek olması durumunda okul kıyafeti üretebileceği yine aynı Genelge'de ifade edilmektedir. Bu bağlamda okul kıyafeti pazarına hukuki bir giriş engelinin olmadığı söylenebilecektir.

230 Genelge'nin 2. maddesi uyarınca her okul sadece bu okula devam eden öğrenciler için özel bir üniforma belirleyebilmektedir. Ancak bu husus okul kıyafetlerini homojen bir ürün olmaktan çıkararak okul kıyafeti piyasasındaki talebi küçük ölçekli ve birbiri ile ikamesi olmayan alt pazarlara ayırmaktadır. Kız ve erkek öğrencilerin olduğu, her bir öğrencinin bedenlerinin de birbirinden farklı olduğu, okul kıyafetinin her dönem için aynı olmayıp kış ve yaz mevsimi için farklı olarak belirlendiği ve okul kıyafetinin her bir parçasının da kendi içinde farklı türlerinin bulunduğu dikkate alındığında, toplam okul kıyafeti talebinin homojen olmadığı, toplam talebin birbirinin ikamesi olmayan ve birbirinden farklı ihtiyaçları olan ufak çaptaki tüketicilerden oluştuğu görülmektedir.

240 Teşebbüsler gelecekteki talep yapısını sağlıklı bir şekilde öngörebildikleri ölçüde stok yönetimlerini daha etkin bir şekilde gerçekleştirebilmektedirler. Bu nedenle bir öğrenim kurumu tarafından belirlenen üniformanın kaç sene için kullanılacağına bilinmesi durumunda okul kıyafeti üretecek olan teşebbüslerin üretimlerini bu duruma göre planlamak suretiyle optimal üretim seviyelerine ulaşmaları mümkündür. Genelge bu kapsamda değerlendirildiğinde, Genelge'nin 4. maddesi uyarınca okullar çok zorunlu olmadıkça üniformaları değiştirememekte, değiştirmek istemeleri durumunda ise bunu Genelge'nin 7. maddesi uyarınca Mayıs ayının ilk haftasına kadar yapmaları gerekmektedir. Ancak okul kıyafetlerinin kaç sene boyunca geçerli olacağına Genelge'de yer verilmemesi ve bir okul için üretilen üniformaların başka bir okula devam eden 250 öğrenciler tarafından kullanılamaması teşebbüsleri ciddi bir stok maliyetine katlanma riski ile karşı karşıya bırakmakta, üretimlerini etkin seviyeye çıkarmalarını engellemektedir.

Benzer şekilde bir okulda okuyacak öğrenci sayısının okul yılı başlamadan tahmin edilememesi de okul kıyafeti üreten teşebbüslerin karşı karşıya oldukları talebin yapısını daha da kararsızlaştırmaktadır. Bu durum ise, okul kıyafetlerine olan talebin belirsiz ve kısa süreli olmasına yol açmaktadır.

260 Sektörün yukarıda yer verilen özellikleri bir arada değerlendirildiğinde, bu sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin birbirleriyle fiyat ve kısmen de kalite ile rekabet ettikleri görülmektedir. Diğer bir değişle her okulun üniformasının standart olması, üniformaların bir sonraki veya daha sonraki bir senede değişip değişmeyeceğinin belli olmaması, okul sayısının fazlalığı, bir sonraki sene öğrenci sayısının bilinmemesi gibi nedenlerin, okul kıyafetlerine olan talebin yapısını belirsiz hale getirdiği ve teşebbüslerin ürün farklılaştırması yaparak kendilerini rakiplerinden farklı bir şekilde konumlandırmalarını önlemektedir. Diğer yandan teşebbüslerin ölçek ekonomilerinden faydalanmak suretiyle maliyetlerini düşürememeleri ve talebin büyük bir bölümünün sadece tek bir ayda toplanmasının getirdiği stok maliyeti okul kıyafetlerinin piyasada satılan benzer ürünlerden daha pahalıya satılmasına yol açabilmektedir.

270 Yukarıda yer verilen özellikler okul kıyafeti pazarına girmek isteyen bir teşebbüsün pazara girdikten sonra karşı karşıya kalacağı zorlukları göstermesi açısından önemlidir. Ancak tüm bu zorluklara karşın okul kıyafeti pazarına girmek isteyen bir teşebbüsün bu pazarın kendine has özelliklerini dikkate alarak sayılan zorlukları aşmak için farklı bir strateji izlemek suretiyle pazara girmesinin önünde bir engel bulunmamaktadır. Nitekim hem halihazırda konfeksiyon işiyle uğraşan bir teşebbüsün, Manisa il merkezindeki en büyük okullar için belirlenen okul kıyafetlerini, okullar açılmadan önce fazla stok kalmayacak şekilde belli bir sayıda ürettirerek satışa sunmasının veya Manisa il merkezindeki boş bir dükkanın bir teşebbüs tarafından kiralanmak suretiyle Eylül ayında sadece belli başlı okulların kıyafetlerini satmasının önünde herhangi bir engel yoktur. Bu ve benzeri satış stratejileri izlenerek pazara girilebilecek olması, okul kıyafetleri pazarında tek bir satıcının olması durumunda bile bu teşebbüsün tekelci kar elde etmesini önleyebileceği kanaatine varılmıştır.

1.5.3.2. Okulcu'nun Fiyatlarının ve Maliyetlerinin Karşılaştırmalı Değerlendirilmesi

290 Dosya içeriğinden, Okulcu'nun birim maliyeti bilgilerine ulaşamadığı ancak bunun yerine tahmini satış maliyetleri ile mali tablolarına ilişkin verilere ulaşıldığı anlaşılmıştır. Bu nedenle Okulcu'nun maliyetleri hakkında bir değerlendirme yapılması mümkün olmamıştır. Okulcu ürünlerinin üretim maliyetinin 2011 yılı gelir tablosunda (.....) TL olduğu, 2011 yılı net satışlarının (.....) TL olarak gerçekleştiği anlaşılmıştır.

Dosya mevcudu bilgi ve belgelerde yer alan Okulcu ile Ersan tarafından satılan ürünlerin fiyatlarının 2010 ve 2011 yılları için karşılaştırılmasına ilişkin verilerden; Okulcu tarafından satılan okul kıyafeti ürünlerinin fiyatlarının 2010 yılında Ersan'a göre daha yüksekken 2011 yılında bu fark pek çok üründe azalmıştır. Okulcu'nun bir çok ürününün satış fiyatı 2011 yılında 2010 yılına göre düşüş gösterirken Ersan'ın pek çok ürününün fiyatı 2011 yılında 2010 yılına göre artmıştır.

300 Dosya mevcudu bilgilerden, diğer maliyetler haricinde, okul kıyafetlerinin alım fiyatının %40-%50 üstünde bir fiyatla satıldığı anlaşılmıştır

1.5.3.3. Okulcu'nun Hakim Durumda Olup Olmadığına İlişkin Değerlendirme

Bir teşebbüsün hakim durumda olup olmadığının tespitinde ilgili teşebbüsün pazar payı, pazarda faaliyet gösteren diğer firmaların sayısı ve pazar payları gibi nicel ölçütlerin yanında, piyasaya giriş engelleri, fikri ve sınai mülkiyetin varlığı, teknolojik üstünlük gibi nitel ölçütler de kullanılmaktadır. Pazar payı hâkim durumun belirlenmesinde tek başına yeterli bir ölçüt olmasa da teşebbüsün pazar payının düşük olması, piyasanın çok sayıda

12-11/372-107

310 oyuncunun yer aldığı rekabetçi bir piyasa olması, ürünün homojen nitelikte olması ve giriş engellerinin bulunmaması gibi durumlarda hâkim durumdan bahsetmek zorlaşmaktadır.

Bu noktada Manisa il merkezinde faaliyet gösteren ve okul kıyafeti satışını gerçekleştiren teşebbüs sayısının ve bu teşebbüslerin satışlarını nasıl gerçekleştirdiğinin incelenmesi gerekmektedir.

320 Okulcu ile yapılan görüşmede, okul kıyafeti satış sezonu haricindeki dönemde Manisa il merkezinde sadece Okulcu'nun okul kıyafeti sattığı, okul kıyafeti satış sezonunda ise bazı küçük firmaların bu işe girdiği, diğer yandan Migros gibi bazı büyük marketlerin ve LcWaikiki, Rodi, Yards gibi mağazaların da yılın her döneminde okul kıyafeti satabildiği, ancak okul kıyafeti satan diğer iki teşebbüsün satışlarının çevrelerindeki okullarla kısıtlı olduğu ve bunlardan birinin de kıyafetleri Okulcu'nun İzmir'de bulunan mağazasından aldığı ifade edilmiştir.

330 Diğer yandan büyük marketler ve mağazalarda gri pantolon, beyaz gömlek gibi standart ürünler dışında herhangi bir okul kıyafeti satılmamaktadır. Bu bilgi ışığında söz konusu mağazaların Okulcu'nun direkt rakibi olmadığı ve Okulcu üzerinde doğrudan rekabetçi bir baskı yaratmadığı söylenebilir. Buna ek olarak her ne kadar pazara giriş çıkış serbest bir nitelik arz etse de Okulcu, halihazırda pazardaki talebin tamamını tek başına karşılayabilecek üretim kapasitesine ve ürün stokuna sahiptir ve bu nedenle pazara yeni girecek potansiyel rakiplerine karşı stratejik bir avantajı bulunmaktadır. Bu çerçevede fiyatın aşırı olmadığı durumlarda pazara girmek, rakipleri için ekonomik olmayacaktır. Diğer bir deyişle fiyat ile maliyet arasında belirgin bir fark olmadığı durumda pazara giriş, hem pazara girenler hem de pazarda mevcut teşebbüsler açısından ölçek ekonomilerine ulaşmayı zorlaştırarak firma bazında maliyetleri yükseltecek ve fiyat üzerinde artış yönünde bir baskı oluşturacaktır. Bu durum ise pazara yeni girişleri ekonomik açıdan irrasyonel hale getirerek pazardaki mevcut aktörün stratejik avantajları sayesinde hakim duruma gelmesine neden olabilmektedir.

340 İlgili coğrafi pazarda hukuki bir engelin bulunmadığı, pazara girişin kolay olmasının yanında stok maliyetleri nedeniyle çıkış engellerinin bulunduğu, talebin ölçek ekonomilerini yakalamayı zorlaştıran bir yapısının olduğu, bütün bu hususların da okul kıyafetlerinin Manisa il merkezinde sadece bir firma tarafından satılmasına yol açtığı, dolayısıyla Okulcu'nun, okul kıyafetleri pazarında hakim durumda olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

1.5.3.4. Okulcu'nun Hakim Durumunu Kötüye Kullanıp Kullanmadığına İlişkin Değerlendirme

350 Hakim durumdaki teşebbüslerin kötüye kullanma olarak kabul edilebilecek davranışlarını sömürücü ve dışlayıcı davranışlar olarak iki gruba ayırmak mümkündür. Sömürücü davranışlar hakim durumdaki bir teşebbüsün pazar gücünü kullanarak bu güce sahip olmayan başka bir teşebbüsün elde edemeyeceği şekilde tüketicilerden rant elde etmesidir. Dışlayıcı davranışlar, hakim durumdaki teşebbüsün yine pazar gücünün yardımıyla rakiplerini pazar dışına çıkartmak suretiyle tüketici refahını azaltan davranışlardır. Aşırı fiyat uygulaması, tüketicilerin normalde oluşabilecek piyasa fiyatından daha yüksek bir fiyat ödemelerine yol açması nedeniyle, sömürücü davranışlar çerçevesinde değerlendirilmektedir.

360 Hakim durumda bulunan bir teşebbüsün bu durumunu aşırı fiyatlandırma yoluyla kötüye kullanıp kullanmadığı hususu 4054 sayılı Kanun çerçevesinde incelenebilecek bir husustur.

I.5.3.4.1. Okulcu'nun Aşırı Fiyat Uygulayıp Uygulamadığının Değerlendirilmesi

Pazara farklı rekabet stratejiler izlenerek girilebilmesinin önünde bir engel bulunmamaktadır. Dolayısıyla pazarda aşırı fiyat oluşması, yeni oyuncuların girmesini teşvik edecektir. Bu baskı, hakim durumda olmasına karşın Okulcu'nun tekelci davranmasını ve aşırı fiyat uygulamasını zorlaştırmaktadır.

370

Manisa bölgesinde okul ürünleri satan üç firma birleştikten sonra fiyatlar bir yıl öncesine oranla düşüş göstermiştir. Bunda, daha yüksek kapasite ile üretim yapan yeni firmanın ölçek ekonomilerine yaklaşması sonucu maliyetlerin düşmesi ve bu düşüşlerin en azından bir kısmının tüketici fiyatlarına yansımalarının payı olduğu kanaati oluşmuştur. Diğer bir deyişle pazardaki oyuncu sayısı arttıkça firma başına ortalama maliyetler yükselmekte ve ölçek etkinliğine ulaşılması zorlaşabilmektedir.

380

Kırıkkale'de elde edilen bilgiler çerçevesinde oluşturulan veriler incelendiğinde de, Okulcu tarafından satılan ürünler ile Ersan tarafından satılan ürünler arasındaki fiyat farkının 2010 yılı için yaklaşık %20 - %30, 2011 yılında ise yaklaşık %5 - %10 aralığında gerçekleştiği görülmektedir. Tüm bu veriler ışığında Okulcu tarafından yapılan fiyatlandırmanın aşırı olarak nitelendirilmesinin mümkün olmadığı sonucuna varılmıştır.

390

Kaldı ki fiyat ile maliyet arasındaki marjın yüksek olduğu durumda pazara yeni girişlerin mümkün olacağı, Kırıkkale'de yapılan görüşmeden de anlaşılmaktadır. Kırıkkale'deki en büyük okul kıyafetleri sağlayıcısı firmanın kendi üretim tesisi yoktur. Satılmakta olan ürünleri toptancılardan İstanbul, Gaziantep gibi illerden satın almak suretiyle son kullanıcıya sunmaktadır. Diğer bir deyişle pazara girmek için herhangi bir üretim kapasitesinin ihdas edilmesi zorunlu değildir. Benzer biçimde Manisa'da okul kıyafetleri satmayı düşünen teşebbüsler de karlı olduğunu düşündükleri takdirde piyasaya, üretim tesisi kurmadan dahi Okulcu'nun üretim tesisi kurmadan önce yaptığı gibi, İzmir'de üretim yapan firmalardan satın almak suretiyle girme şansına sahip olacaklardır.

Bu noktadan hareketle Manisa il merkezindeki okul kıyafeti pazarında stratejik avantajları sayesinde hakim durumda bulunan Okulcu'nun, hakim durumunu aşırı fiyatlama yoluyla kötüye kullanmadığı kanaatine varılmıştır.

J. SONUÇ

400

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

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