

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2009-2-294 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 10-24/330-118
Karar Tarihi : 18.3.2010

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER : Ali ARIÖZ, Nur Seda KÖKTÜRK, Nimet ALACAPUNAR

**C. BAŞVURUDA
BULUNAN**

: -Optimum Asansör ve Yürüyen Merdiven San. Tic. Ltd. Şti.
Bayar Caddesi Dr. Şükrü Künt Sokak No:6/A
34742 Kozyatağı-İstanbul
-Flylift Asansör Yürüyen Merdiven ve Elektronik San. Tic. Ltd. Şti. adına Yılmaz GÜNEŞ
İzzettin Çalışlar Cad. İnci Apt. No:7 D.5
Bahçelievler-İstanbul

**D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA
YAPILAN**

: - Buga Otis Asansör San. Tic. A.Ş.
Balabandere Cad. No:3 34460 İstinye-İstanbul

E. DOSYA KONUSU: Buga Otis Asansör San. Tic. A.Ş.'nin yedek parça temin etmediği iddiası.

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Optimum Asansör ve Yürüyen Merdiven San. Tic. Ltd. Şti. (Optimum) tarafından gönderilen başvuru dilekçesinde özetle;

- 30 – Otis marka asansörler için servis hizmeti sundukları ve hizmette kullanmak amacıyla yedek parça fiyat listesi ve temin sürelerini içeren bilgileri 17.08.2009 ve 17.09.2009 tarihlerinde elektronik posta ile yazılı olarak Otis'ten talep etmiş oldukları, ancak geçen süre içerisinde taleplerinin karşılanmadığı ve gerekçesinin kendilerine bildirilmediği, bu nedenle 23.09.2009 tarihinde taleplerini iadeli taahhütlü posta ile gönderdikleri, Otis'ten 29.09.2009 tarihinde gelen cevap yazısında ise elektronik postaların ulaşmadığının ve genel bir yedek parça listesi bulunmadığının ve taleplerinin parça bazında bildirmeleri gerekliliğinin belirtildiği,
- 40 – Bunun üzerine 14.10.2009 tarihinde Optimum tarafından gönderilen iadeli taahhütlü yazıda ihtiyaç duyulan yedek parçalar listelenerek fiyat ve temin sürelerinin bildirilmesinin istendiği, posta yolu ile haberleşmenin ciddi gecikmelere neden olduğu için yetkili kişi veya kişilerin elektronik posta adresleri ve telefon numaralarının da talep edildiği,

- Geçen süre içerisinde bir cevap alınmadığından konunun 3E Hukuk bürosu üzerinden takip edilmeye başlandığı, 04.11.2009 tarihinde hukuk bürosu tarafından gönderilen yazı ile taleplerine cevap verilmesinin istendiği aksi takdirde Rekabet Kurumuna ve ayrıca yargı yoluna başvuracaklarının bildirildiği ancak bu yazının da Otis firması tarafından cevaplandırılmadığı,
- 50 – 05.10.2009 tarihinde Optimum tarafından, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü'nden konu hakkındaki görüşlerinin istendiği, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü'nün 20.10.2009 tarihli cevap yazısında konunun ilgisi nedeni ile Rekabet Kurumuna iletilmesinin tavsiye edildiği,
- Otis firmasının Otis marka asansörlerde tek yedek parça satıcısı olduğu ve kendisinden başka servis sağlayıcıların Otis marka asansörlerin servis hizmetlerinde çalışma hakkını bu uygulamalarla sınırladığı,
- Otis firmasının kendi bakım portföyünde bulunan müşterilerine enflasyon oranlarında zam yaparken, bakım portföyünden ayrılmış ve Optimum'un müşterisi olmuş kişi ve kuruluşlara %70'lere varan oranlarda indirim yapmayı teklif ettikleri,
- 60 – Bu davranışlarla Otis'in Asansör Bakım ve İşletme Yönetmeliği'ne ve 4054 sayılı Yasanın ilgili hükümlerine aykırı hareket ettiği

Flylift Asansör Yürüyen Merdiven ve Elektronik San. Tic. Ltd. Şti. (Flylift) tarafından gönderilen şikayet dilekçesinde özetle;

- Flylift'in Otis Marka asansörlere yönelik servis ve bakım hizmeti sunduğunu,
- 17.06.2009 tarihli, 19.08.2009 tarihli, 11.09.2009 tarihli ve 28.09.2009 tarihli elektronik postalarla parça taleplerini Otis'e ilettiklerini ancak bugüne kadar hiçbir şekilde parça tedariki yapamadıklarını,
- Otis'in, Flylift'in müşterilerine acilen ve normal piyasa koşullarında yedek parça temin ederek servis hizmetini sunabilmesini engelleyerek hâkim durumunu 70 kötüye kullanmakta olduğunu,
- Otis'in daha önce Otis'ten hizmet almış ancak Flylift fiyatını daha cazip bularak Flylift ile çalışmaya başlamış müşterileri geri almak ve yeni bakım hizmeti almak isteyen müşterileri de elinden kaçırmamak adına yıkıcı fiyatlandırma yaparak rekabeti ihlal ettiğini belirttiği

iddia edilerek, konunun 4054 sayılı Kanun çerçevesinde değerlendirilmesi talep edilmektedir.

- G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 3.12.2009 tarih ve 8561 sayı ile giren şikayet üzerine yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 28.12.2009 tarih, 2009-2-294/İİ-09-AA sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulu'nun 6.1.2010 tarih ve 10-01 sayılı toplantısında görüşülmüş ve 10-M sayılı karar ile Otis hakkında 80 önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 08.03.2010 tarih ve 2009-2-294/ÖA-10-AA sayılı Önaraştırma Raporu, 12.3.2010 tarih ve REK.0.06.00.00-110/116 sayılı Başkanlık Önergesi ile 10-24 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da; Buga Otis Asansör San. Tic. A.Ş. hakkında, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na, Asansör Bakım ve İşletme Yönetmeliği'ne, yalnızca asansör bakım-onarımı ile

90 iştgal eden ve yasal gereklilikleri yerine getirmiş firmaların da yedek parça taleplerinin karşılanmasını sağlayacak hüküm konulmasının uygun olabileceği yönünde görüş verilmesi gerektiği sonucuna ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEğERLENDİRME

I.1. Taraflar

I.1.1 Hakkında İnceleme Yapılan Taraf: Otis

Dosya konusu naraştırmada hakkında inceleme yapılan taraf olan Otis, hali hazırda asansör, yürüyen merdiven ve yol imalat, montaj, tesisat modernizasyonu ve bakım-onarım sektöründe faaliyet gösteren bir firmadır. 1993 yılında Buga Otis Asansör Sanayi ve Ticaret A.ř. adını alan firmanın mevcut durumdaki hisse yapısına aşağıda yer verilmiştir:

100

Tablo 1: Otis Ortaklık Yapısı

Hissedarın Adı	Hisse Adedi	Hisse Oranı %	Hisse Grubu
Otis Grubu	1.995.000	57,00	A Grubu
Eduard Matschnigg	630.050	18,00	B Grubu
Bora Gülan	533.700	15,25	C Grubu
Gl şatiroğlu	8.800	0,25	C Grubu
Irene Matschnigg	122.450	3,50	B Grubu
Bora Hakan Temuçin	91.875	2,63	D Grubu
Ayşe Hmay Gülan	87.500	2,50	D Grubu
Rukiye Tülin Temuçin	30.625	0,87	D Grubu
Toplam	3.500.000	100,00	

Otis, İstanbul Merkez Ofisi ve İstanbul fabrikası yanı sıra, Adana, Ankara, Antalya, Bursa ve İzmir'deki bölge müdürlükleri, Eskişehir ve Kayseri'deki temsilcilikleri aracılığıyla hizmet vermektedir. Söz konusu teşebbüsün 2008 yılına ilişkin yurtiçi satışları (.....) TL'dir. Yürüyen merdiven ve yürüyen yollar dahil olmak üzere toplam (.....) adet kurulu asansörü bulunan Otis, bakım onarım hizmeti verdiği ürün sayısını ise, diğer markalar da dahil olmak üzere, (....) adet olarak vermiştir. Otis ayrıca, 2009 yılında kurulan yaklaşık 15.000 yeni asansörün yaklaşık (....)'ünün Otis tarafından kurulduğunu belirtmiştir.

I.1.2. Başvuran Taraflar

110

I.1.2.1. Optimum

Optimum, Otis firmasında çeşitli görevlerde bulunmuş kişilerin bir araya gelmesiyle 2008 yılı sonunda kurulmuştur. Asansör bakım onarım ve montaj faaliyetinde bulunmaktadır. Optimum'un bakım onarım hizmetini verdiği müşteri sayısı (....) olup, portföyünde toplam (....) adet asansör bulunmaktadır.

I.1.2.2. Flylift

Asansör ve yürüyen merdiven/yol bakım, arıza ve tamirati konusunda bir yıldır faaliyette bulunan Flylift, başta Otis markası olmak üzere, Schindler, Kone, Thyssen gibi diğer uluslararası markaların ve tüm yerli markalı ürünlerin yedek parçalarını da temin ederek, bakım, arıza, tamirat ve modernizasyonlarını gerçekleştirmektedir.

120

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. Sektör Hakkında Genel Bilgiler ve İlgili Mevzuat

130 Rekabet Kurulu'nun 15.07.2009 tarih ve 09-33/742-178 sayılı Kone II kararında yer verdiği Asansör ve Yürüyen Merdiven Sanayicileri Derneği (AYSAD) verilerine göre Türkiye'deki asansör ve yürüyen merdiven sektöründe 1.500'den fazla firma faaliyettedir ve 250.000'den fazla asansör bulunmaktadır. 2006 yılında montajı yapılan asansör sayısı 15.000 iken, 2007 yılında ise bu sayı 16.000'e çıkmıştır. AYSAD verilerine göre sektörde faaliyet gösteren Thyssen, Kone, Otis, Schindler

140 Türkeli Asansör San. A.Ş. ve Eta- Melco Dış Tic. Ltd. Şti.'nin asansör sayısı bazında toplam pazar payları satış ve montaj pazarında yaklaşık olarak %20, bakım ve tamir hizmetleri pazarında ise yaklaşık olarak %10 civarındadır.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından 4703 sayılı Ürünle İlişkin Teknik Mevzuatın Hazırlanması ve Uygulanmasına Dair Kanun ile 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a dayanılarak çıkartılan ve 15 Şubat 2003 tarih, 25021 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 95/16/AT Asansör Yönetmeliği, asansör ve ilgili

150 aksamalarının kullanıcıların sağlığını ve güvenliğini tehlikeye atmayacak şekilde projelendirilmesi, tasarımı, imali, montaj ve bakımının gerçekleştirilmesini teminen; tasarım, imalat ve piyasaya arz aşamalarında uyulması gereken temel sağlık ve güvenlik kurallarını belirlemektedir.

Aynı Bakanlık tarafından 2008 yılında çıkarılan, 18.11.2008 tarihinde 27058 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Asansör Bakım ve İşletme Yönetmeliği ile ilk asansör yönetmeliğinin bazı maddeleri yürürlükten kaldırılmıştır. 2008 yılında çıkarılan yönetmeliğin "Yürürlükten Kaldırılan Hükümler" başlıklı 12. maddesinde; "15/2/2003 tarihli ve 25021 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Asansör Yönetmeliğinin (95/16/AT) 14 ilâ 26 ncı maddeleri yürürlükten kaldırılmıştır." ifadeleri yer almaktadır. Asansör bakım hizmetlerinin 2003 yılında çıkarılan yönetmeliğin "Bakım" başlıklı 23. maddesi ile düzenlendiği göz önüne alındığında uygulanması gereken hükmün 2008 yılında çıkarılan yönetmeliğin 6. maddesi olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre;

160 6/(ç) "Asansör monte eden, yaptığı her tip ve özellikteki asansörün yedek parçalarını 10 (on) yıl süreyle temin etmek ve kendisince monte edilen asansöre aylık bakım ve servis hizmeti veren bir başka asansör monte edenin veya onun yetkili servisinin veya bina sorumlusunun bu konudaki talebini acilen ve normal piyasa koşullarında karşılamak zorundadır. Bununla birlikte asansör monte eden, kendi bilgi ve becerisini içeren ticari sırları saklı kalmak kaydıyla, yedek parçaların yanı sıra bakım hizmeti verilebilmesini temin eden diğer araç ve bilgileri de ilgililere sağlar. Asansörü monte eden, asansöre müdahale edilmesine engel olunması amacıyla çeşitli cihaz ve şifreleme yöntemlerini kullanmış ise, ilgilinin asansöre müdahale edebilmesi için gerekli tüm bilgi ve imkânı sağlamak zorundadır."

I.2.2 İlgili Ürün Pazarı

Dosya konusu başvurunun temelini, Otis'in, kendisinden asansör bakım-onarımında kullanılmak üzere yedek parça talep eden kişi veya firmaların söz konusu taleplerini karşılamadığı iddiası oluşturmaktadır. Bir ana ürün ile o ürüne ilişkin yedek parça ve/veya teknik hizmetler, farklı zamanlarda ihtiyaç duyulan ancak birbirini tamamlayıcı nitelikte olan ürünlerdir.

Asansör gibi ürünlerin içerisinde yer aldığı pazarlar, zamanla tamamlayıcı ürün ve hizmetlere ihtiyaç duymaları sebebiyle, "birincil" veya "öncül" pazarlar olarak; yedek

170 parça, sarf malzemesi, tamir, bakım-onarım hizmetleri gibi birincil ürünle birlikte kullanılan ve birincil ürünün satın alınmasından belli bir süre sonra ihtiyaç duyulan ürün ve hizmetlerin bulunduğu pazarlar ise “ikincil” veya “ardıl” pazarlar olarak tanımlanmaktadır¹. Konu ile ilgili rekabet hukuku kapsamında ele alınması gereken hususlar ise i) söz konusu ürün ve hizmetlerin aynı pazara dahil edilip edilemeyeceği, ii) edilmezse ikincil ürün ve hizmetlerin yer aldığı pazarların *marka-spesifik* tanımlanıp tanımlanamayacağıdır. AB Komisyonu tarafından 2005 yılında yayınlanan “82. *Maddenin Modernizasyonu Hakkında AB Tartışma Metni*”nde (Tartışma Metni), ardıl pazarın değerlendirilmesiyle ilgili bir bölüm yer almaktadır. Söz konusu bölümde Komisyon’un ikincil piyasalarda ilgili pazar tanımlanırken, normal bir pazar tanımında kullanılan yaklaşımı kullanacağı ifade edilmektedir. 180 Bunun anlamı, ardıl pazarda yer alan ikincil ürünlerin ayrı bir pazar oluşturup oluşturmadığı incelenirken, birincil ürünün satışları üzerindeki (o ardıl pazarın oluşmasına neden olan) etkilerin dikkate alınmayacağıdır. Bir diğer deyişle, pazar tanımının odağında gelecekte birincil ürünü alma olasılığı olan potansiyel müşterilere değil, hâlihazırda birincil ürünü satın almış olan müşterilere yapılan ikincil ürün ve hizmet satışları yer almaktadır.

Tartışma Metni’nde marka-spesifik ardıl pazar tanımlanmasının hangi durumlarda söz konusu olamayacağından da bahsedilmektedir. Bunlardan birincisi başka üreticilerin ikincil ürünlerine geçişin mümkün olması durumudur. Eğer ikincil ürün başka üreticiler tarafından da piyasaya sürülebiliyorsa, belli bir markanın birincil ürünü alan müşteri ardıl pazarda o markanın ikincil ürünlerine kilitlenmeyecektir ve böyle bir durumda (marka-spesifik olmayan) ortak bir ardıl pazar belirlemek gerekir. Tartışma Metni’nde ikinci olarak, başka marka bir birincil ürüne geçiş ve böylece ardıl pazardaki yüksek fiyatlardan kaçınabilme olasılığından bahsedilmektedir. Böyle bir durumda geçiş maliyetlerinin yüksek olmaması gerekmektedir. Geçiş maliyetleri ise iki türde olabilir. İlk olarak kullanılmış birincil ürünü, geçişin ekonomik olduğu cazip bir fiyattan satmak/satın almak mümkün olmayabilir. Bu, eğer birincil ürünün fiyatı ikincil ürüne göre yüksekse, daha da önemli hale gelmektedir. İkinci tür geçiş maliyetleri ise fiyat hariç yatırımlar ile 190 ilgilidir. Bunlar eğitim, rutini değiştirme, yüklemeler, yazılım vb. olabilmektedir.

200 Sonuçta ancak ayrı bir ardıl pazarın olmadığına karar verildiği durumlarda analiz, (birincil ve ikincil ürünlerin birlikte yer aldığı) toplam sistem pazarı üzerinden yapılacaktır.

Konuya ilişkin Rekabet Kurulu kararları da bulunmaktadır. Bunlardan ilki *HP* kararıdır². Söz konusu kararda Kurul, *HP* marka yazıcılarda kullanılan yedek parçaların sadece *HP* tarafından üretiliyor olmasını, bunların üretiminin ileri teknoloji ve başlangıç maliyeti gerektirmesi nedeniyle başka teşebbüslerce üretim yapılmasının zor olmasını ve bu sebeple *HP* markalı yazıcıların yedek parçaları ve servis hizmetlerinin *yakın ikamesinin bulunmamasını* göz önüne alarak ilgili pazarları “*HP markalı yazıcıların satış sonrası servis hizmetleri, HP markalı yazıcılarda kullanılan yedek parça ve sarf malzemeleri pazarı*” olarak tanımlamıştır. 210

¹ Örneğin, bir araba sahibi arabayı satın alışından sonraki bir tarihte, bakım ya da yedek parça gibi, arabanın etkin kullanımı için gerekli olan ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyacaktır. Bu örnekte araba birincil ürün, yedek parça, servis gibi satış sonrası ürün ve hizmetler ise ikincil ürünler olarak ifade edilebilir.

² 08.05.2001 tarih ve 01-22/192-50 sayılı Hewlett Packard Bilgisayar ve Ölçüm Sistemleri A.Ş. kararı.

Kone I kararında ise³, Kone Asansör Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Kone) tarafından, kendi markasını taşıyan asansörlerdeki elektronik kartlara şifre girilmesi suretiyle diğer asansör tamir firmalarının faaliyetlerinin engellendiği iddiası çerçevesinde yapılan değerlendirmede, iddia konusu eylemlerin bir kötüye kullanma olması sonucuna varılması halinde bir pazar tanımı yapılacağı ifade edilmiş ancak başvurulara temel teşkil eden şifreleme fiiline yönelik somut bir kanıt bulunmadığından soruşturma açılmasına gerek olmadığına hükmedilmiş ve kararda ilgili pazar tanımlaması yapılmamıştır.

220 Vestel Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Vestel Angel ev güvenlik sistemleri bakım, onarım hizmetlerinin sağlanmasında şifreleme uyguladığı iddiası üzerine yürütülen inceleme sonucunda alınan Vestel kararında ise⁴ Kurul, pazarda, herhangi bir markanın ürünlerinin bakım onarım servis hizmetlerinin başka bir firmaya sağlanması önünde teknik ya da ticari olarak benzer bir imkânsızlık olmaması (belli bir düzeyde teknik donanıma sahip olduktan sonra, bir "reset"leme işlemi ile sisteme ulaşımın mümkün olması) sebebiyle ilgili ürün pazarını "*Vestel Angel ürünlerine yönelik bakım, onarım ve servis hizmetleri pazarı*" olarak değil, "*ev güvenlik sistemleri bakım ve tamir hizmetleri*" olarak tanımlamıştır.

230 Sonuç olarak, ardıl pazarların varlığı durumunda rekabet hukuku kapsamında yapılacak bir değerlendirmede ortaya çıkabilecek sonuçlar şu şekilde sıralanabilir:

i) Birincil ürün ve ikincil ürünlerin yer aldığı sistem pazarı,

ii) Birincil pazarda yer alan tüm markalara ait yedek parça veya servisin yer aldığı bütüncül ardıl pazar,

iii) Herhangi bir markaya ait yedek parça veya teknik servis, bakım-onarımın yer aldığı marka-spesifik ardıl pazar.

240 Yukarıda yer verilen açıklamalar ışığında, ilgili dosya kapsamında yapılabilecek en dar pazar tanımının Otis markalı asansörlerde kullanılan yedek parçalar pazarı olacağı sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla, dosya kapsamında herhangi detaylı bir pazar analizine ve kesin bir pazar tanımına gidilmeksizin ilgili ürün pazarının, en dar haliyle, "*Otis markalı asansörlerde kullanılan yedek parçalar pazarı*" olduğu varsayılacaktır. Bu durumda Otis marka asansörlerin bakım-onarım hizmetleri pazarı da etkilenen pazar olarak değerlendirilecektir.

I.2.3 İlgili Coğrafi Pazar

İncelemeye konu olan faaliyetlerin tüm Türkiye çapında gerçekleştirilmesi ve ülke içerisinde rekabetin farklılaşmasına neden olacak bir unsurun bulunmaması sebebiyle ilgili coğrafi pazar "*Türkiye*" olarak tespit edilmiştir.

I.3. Hâkim Durum Değerlendirmesi

250 4054 sayılı Kanun'un Tanımlar başlıklı 3. maddesinde hâkim durum "*Belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü*" olarak tanımlanmıştır.

³ 8.7.2005 tarih ve 05-144/618-155 sayılı Kone Asansör Sanayi ve Ticaret A.Ş. kararı

⁴ 14.8.2008 tarih ve 08-50/758-308 sayılı Vestel Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş. kararı

260 Ardıl pazarlar için yapılacak bir hakim durum analizi ile ilgili olarak Avrupa Birliği Komisyonu, 25. Rekabet Politikası Raporu'nda⁵ hakim durumu *rakiplerden ve müşterilerden kayda değer ölçüde bağımsız hareket edebilme yeteneği* olarak tanımlamış, satış sonrası ürün/hizmet pazarlarında pazar gücü değerlendirilirken, birincil pazar ve ardıl pazar arasındaki bağlantının göz önünde bulundurulmasının ve olay bazında analiz yapılmasının gerekli olduğunu ifade etmiştir. Söz konusu raporda, firmanın satış sonrası ürün/hizmet pazarında hâkim durumdan kaynaklanan herhangi bir kötüye kullanma davranışının mevcut olup olmadığı araştırılırken, birincil ürün ve ikincil ürün pazarları arasındaki ilişkinin göz önünde bulundurulması ve *"firmanın birincil ürün pazarından bağımsız bir şekilde ikincil ürün fiyatlarını arttırıp arttıramayacağına sorgulanması gerektiği"* belirtilmiştir. Bu çerçevede değerlendirmeye alınması gereken başlıca unsurlar, *"öncül piyasadaki ürünün fiyatı ve ömrü, ardıl piyasalardaki fiyatlardaki şeffaflık, bu piyasalardaki ürün fiyatlarının, ana ürünün fiyatına oranı ve bütün bu bilgileri elde etme sürecinde katlanılan maliyetlerin yüksekliği"* olarak ortaya konmuştur.

270 Bu bağlamda AB Komisyonunca alınan Pelikan-Kyocera kararında⁶, yazıcı ve bu yazıcılar için toner kartuşu üreten ve yazıcı pazarında hâkim durumda bulunmayan Kyocera'nın, ikincil ürünler bakımından da hâkim durumda olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Komisyon bu kararında;

- Yazıcının ömrü süresince kullanılan toner kartuşlarının toplam maliyetinin yazıcı maliyetine oranının yüksek olması,
- Toner kartuşlarının fiyatına ilişkin bilginin ulaşılabilir olması,
- İkincil ürünlerin fiyatının artması halinde başka marka yazıcıya geçişte ciddi bir maliyetin söz konusu olmaması,
- Kilitlemiş ve yeni müşteriler arasında fiyat farklılaştırması imkânının mevcut olmaması

hususlarını göz önünde bulundurmıştır.

280 Rekabet Kurulu'nun 08.05.2001 tarih ve 01-22/192-50 sayılı kararında ise, HP ürünlerinin satış sonrası hizmetlerinin çok büyük oranda HP servis ağı kapsamında gerçekleştirilmesinden hareketle, HP'nin söz konusu servis ağı sebebiyle, kendisi tarafından satışı yapılan ve kendi markasını taşıyan ürünlerin satış sonrası servisleri açısından hâkim durumda olduğuna hükmedilmiştir.

Xerox marka yazıcıların tonerlerinin yüksek fiyata satıldığı ve bu nedenle tüketicilerin zor durumda bırakıldığı iddiası üzerine verilen 15.05.2008 tarih ve 08-33/417-143 sayılı kararda ise;

290 *"-Başvuru sahibinin almış olduğu yazıcının ve kullanmak istediği tonerin fiyatı arasında yaklaşık üçte birlik bir oran olduğu, bu nedenle yazıcının ekonomik ömrü süresince kullanılacak tonerin toplam maliyetinin, yazıcı maliyetine oranının yüksek olduğu,*

- *Toner fiyatlarına ilişkin bilginin ulaşılabilir olduğu,*

⁵ http://ec.europa.eu/competition/publications/annual_report/1995/en.pdf

⁶ Pelikan-Kyocera, Case IV/34330, European Commission 25. Report on Competition Policy 1995, s. 41, paragraf 87.

- Toner fiyatlarının artması halinde başka marka yazıcıya geçişte ciddi bir maliyetin söz konusu olmadığı”

300 anlaşıldığından, yazıcı almayı düşünen ve henüz tercih aşamasında olan kullanıcıların, ödeyecekleri toplam maliyetlerini düşünerek bir marka seçmelerinden, bu seçim sırasında yazıcı piyasasındaki firma sayısı kadar seçenek bulunduğu ve yazıcı pazarının rekabetçi yapısından dolayı Xerox firması için, yazıcı ve toner pazarlarında hâkim durum tespitinin yapılamayacağı ve bu nedenle başvuru ile ilgili olarak herhangi bir işlem tesis edilmesine gerek olmadığı sonucuna varılmıştır.

Bu bağlamda, işbu dosya konusu başvuru ile ilgili olarak yapılan incelemede aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

310 1. Sektörde faaliyet gösteren asansör tedarikçileri, servis firmaları ve yedek parça ithalatçıları ile yapılan görüşmeler sonucunda asansör için gerekli olan binlerce adet yedek parçanın bulunduğu, kuyu dibi tamponu, elektrik tesisatı, ray, halat, civata, somon, sac gibi bazı parçaların yan sanayi üretimleri bulunurken elektronik komponent, buton, service tool gibi bazı parçaların ise ancak asansör üreticisi veya üreticinin anlaştığı başka bir firma tarafından üretildiği anlaşılmıştır. Dolayısıyla bazı yedek parçalar bazında alternatif üretici ve tedarik kanalları mevcut iken bazı parçalar asansör üreticisinden temin edilebilmektedir. Söz konusu yedek parçaların sayı ve çeşidinin fazla olması bu parçaların fiyat aralığına da yansımaktadır. Asansör için gerekli olan yedek parçaların fiyatları 1-2 Türk Lirasından binlerce liraya kadar değişebilmektedir.

320 2. Bir asansörün toplam kullanım ömrü yapılan bakım ve onarıma göre değişkenlik gösterebilmektedir. Periyodik bakımları yapılmış bir asansörün 20-30 yıl kullanılabilmesi, hatta 80 yıldır çalışan asansörlerin bulunduğu da sektör yetkililerince ifade edilmiştir. Asansörlerin kullanım ömrünün uzun olmasından hareketle, bakım onarımı düzenli bir şekilde yapılmış olan bir asansörün ömrü boyunca katlanılan bakım-onarım ve yedek parça maliyetinin asansör fiyatına oranla yüksek olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak teknolojiye yaşanan hızlı gelişmeler asansörlerin modernizasyonunu ve dolayısıyla kullanım ömrünü de kısaltmış gibi görülmektedir. Bu sebeple asansör pazarı söz konusu olduğunda birincil ürün ile ikincil ürün fiyatları arasındaki ilişki ile ilgili olarak, bu aşamada kesin bir yargıya varılamayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

330 3. Asansör üreticisi firma tarafından üretilen yedek parçalar yabancı menşeli asansör üreticilerinin Türkiye’de yerleşik iştirakleri veya distribütörlerinden temin edilebileceği gibi yurtdışı kaynaklarından da temin edilebilmektedir. Zira Fransa, Almanya, İtalya gibi Avrupa ülkelerinde veya Çin, Hong Kong gibi Uzakdoğu ülkelerinde, asansör üreticisi firmalardan orijinal yedek parça satın alarak birçok firmanın çok sayıda yedek parçasının tüm dünyaya satışını gerçekleştiren teşebbüslerin bulunduğu yapılan incelemeler sonucunda anlaşılmıştır. Söz konusu yedek parçaların fiyatları konusunda ise genellikle üretici veya satıcı firmalarla irtibata geçilerek talep edilen parçanın ürün kodu, kimlik numarası ve/veya fotoğrafı iletilerek fiyat istenmektedir. Diğer bir deyişle, herhangi bir bağımsız servisin yedek parça fiyatlarına doğrudan ulaşabileceği bir kaynak bulunmamaktadır. Söz konusu hususun yedek parça sayısının on binleri bulmasından kaynaklandığı ifade

340 edilse de bu durum yedek parça fiyatlarının yeterince şeffaf olmamasına sebep olmaktadır.

4. Sektörde yapılan incelemeler sonucunda bir asansörün genellikle mekanik (makine motoru, rayları vs.) ve elektronik olmak üzere iki ana bölümden oluştuğu anlaşılmıştır. Kumanda panosunun/panelinin değiştirilmesi veya modernizasyon adı verilen işlem ile cihazın elektronik aksamı değişmiş olmakta, bu da esasen bir marka asansörden diğer bir markaya geçiş anlamına gelmektedir. Söz konusu işlemin maliyetinin işçilik hariç yaklaşık 3.000-4.000 Türk Lirasına mal olduğu sektörde faal teşebbüslerce ifade edilmiştir. Sonuç olarak ikincil pazardaki yüksek fiyatlardan dolayı birincil ürüne geçiş mümkün olmakla birlikte belli bir maliyete katlanmayı gerektirmektedir. Bunun yanında geçiş maliyeti oluşturan öğrenme, kurulum vb. gibi maliyetlerin ise asansörler bakımından yüksek olmadığı kanaatine varılmıştır.

350 Yukarıda yer verilen bilgilerin yanı sıra asansör satış/kurulum pazarı ve bakım onarım pazarının ve bu pazarlardaki rekabetin seviyesinin de incelenmesi gerekmektedir. AYSAD verilerine göre Türkiye'deki asansör ve yürüyen merdiven sektöründe 1.500 adetten fazla firma faaliyettedir. Şu anda ülke genelinde 250.000 adetten fazla asansör bulunmaktadır. 2006 yılında montajı yapılan asansör sayısı 15.000 iken, bu sayı 2007 yılında 16.000'e çıkmıştır. Sektörde asansör ve yürüyen merdiven satışı, satış sonrası bakım ve servis hizmetleri sonucunda şirketler tarafında elde edilen toplam ciro yaklaşık 600 milyon avrodur.

360 Otis tarafından verilen bilgilere göre 2009 yılında ülke çapında kurulumu yapılan 15.000 adet asansörün yaklaşık (....) tanesi kendileri tarafından kurulmuştur. Hâlihazırda kurulu olan (....) yürüyen merdiven ve yürüyen yol, (....) konut asansörü, (....) diğer genel asansör, (....) özel proje, (....) bex grubu (building existing-eski asansörün sökülüp tekrar yenisinin takılması ile oluşan grup) olmak üzere toplam (....) adet Otis markalı yürüyen yol ve asansör bulunmaktadır. 2009 sonu itibarıyla sahip olunan bakım onarım yapılan cihaz sayısı ise (....) adet olarak ifade edilmiştir. Bu sayının (....) kadarının ise Otis dışında kalan üreticilerin asansörleri olduğu belirtilmiştir.

370 AYSAD tarafından sağlanan ancak kesin olmadığı ifade edilen verilere göre Otis'in ve diğer dört adet yabancı menşeli asansör üreticisinin (Schindler Türkeli Asansör San. A.Ş., Thyssenkrup Asansör San. ve Tic. A.Ş., Kone Asansör San. ve Tic. A.Ş. , Eta- Melco Dış Tic. Ltd. Şti.) toplam pazar payları asansör imalat ve montaj pazarında yaklaşık olarak % 20; bakım ve tamir hizmetleri pazarında ise yaklaşık olarak % 10 civarındadır. Otis'in 2008 yılı pazar payı ise asansör imalat ve montaj pazarında % (....); asansör tamir ve bakım hizmetleri pazarında da % (....) olarak gerçekleşmiştir⁷.

380 Görüldüğü üzere asansör pazarı veya imalat ve montaj pazarı olarak tanımlanabilecek birincil pazarda Otis, asansör adedi bazında düşük bir pazar payına sahiptir. Bunun yanında Otis markalı asansörlerin yaklaşık %(....)'sine bakım onarım hizmetinin Otis tarafından verildiği göz önüne alındığında bu pazarda da belli seviyede bir rekabetin var olduğu anlaşılmaktadır.

⁷ 26.05.2009 tarih ve 2009-2-78/Öİ-09-EÖ sayılı Devralma Ön İnceleme Raporu

Yukarıda yer verilen açıklamalar ışığında; Otis'in, Otis markalı asansörlerde kullanılan yedek parçalar pazarında hakim durumda olduğu hususuna ilişkin kesin bir yargıya varmak mümkün değildir. Bu sebeple, öncelikle teşebbüsün söz konusu pazarda hâkim durumda olduğu varsayılarak iddia konusu uygulamaların bir ihlal teşkil edip etmediği incelenecek, ihlal tespit edilmesi halinde ise daha detaylı bir ilgili ürün pazarı ve hâkim durum analizinin gerekli olduğu sonucuna varılacaktır.

390 I.4. Elde Edilen Bilgiler ve Değerlendirme

I.4.1. Öneri Araştırma Sürecinde Tespit Edilen Hususlar

Dosya konusu olay, asansör imalat, satış, montaj ve bakım onarım sektöründe faaliyet gösteren Otis'in bağımsız servis sağlayıcılarına yedek parça temin etmediği iddiası üzerinedir. Dolayısıyla, öneri araştırma sürecinde bu iddianın doğruluğunu araştırmak üzere 09.02.2010 tarihinde raportörlerce başvuru sahibi ile görüşülmüş ve 10.02.2010 tarihinde Otis'te yerinde inceleme yapılmıştır. Tarafların ifadelerinin yanı sıra, iddia edilen konuya ilişkin iletişim olup olmadığı araştırılmıştır. Bununla birlikte başvuru sahibinden, sektörde faaliyet gösteren diğer bakım onarım firmalarından ve yedek parça tedariğinde bulunan diğer firmalardan konuya ilişkin bilgi talep edilmiştir. Elde edilen bilgiler aşağıda sunulmaktadır:

Başvuru Sahibinden Alınan Bilgiler

Optimum'da yapılan görüşmede, Şirket Yetkilisi tarafından özetle;

- "Bir senedir faaliyet gösterdikleri, daha önce 6 sene Otis firmasında mühendis olarak çalıştığı,
- Şu anda Optimum'un portföyünde (....) adet asansör olduğu, bunların (....)'sinin Otis marka asansör olduğu,
- Kuyudibi tamponu, elektrik tesisatı, ray, halat, civata, somon, saclar gibi farklı şekillerde yan sanayiden de elde edilebilen parçalar (bu parçalar asansör malzemesi satan yerlerde bulunabilmekte ancak bu parçalar kolayca bozulmamaktadır ve bozulsa da asansörün çalışmasını engellemeyebilir) haricindeki diğer tüm parçalar (elektronik komponent, buton, service tool gibi) için Otis'e bağımlı oldukları, bunların ikamesinin olmadığı, çoğu arıza tespiti için dahi arıza cihazına (service tool) ihtiyaç duyulduğu, bu cihazın da sadece arıza tespiti için yeterli olmadığı, kendi teknik bilgilerinin de önemli ve kritik olduğu, bu cihazı hiçbir servis yapan firmaya vermedikleri,
- Optimum'un elinde yedek parça tutmak amacıyla Otis'ten satın alma yapmak istendiği, parça bazında taleplerinin de karşılanmadığı
- Bir başka firmanın (yerli firmalar) Otis marka asansörlere servis hizmeti veremediği, Otis'ten ayrılan kişilerin kurduğu Optimum, Kentlift (Bursa), Flylift (Avrupa Yakası) gibi firmaların teknik birikimleri nedeniyle bunu yapabildikleri,
- Otis tarafından uygulanan yedek parça fiyatlarının standart olmadığı, müşterilere göre değişiklik gösterdiği,
- Optimum'un müşteri kazanabilmek için müşteriye ihtiyaç olduğunda yedek parça sağlayabileceğini ispat etmek durumunda olduğu, aksi halde müşteriyi alamayacağı dolayısıyla müşteriye güvence verebilmek amacıyla yedek parça temin etmesi gerektiği,
- Sahip oldukları müşterinin asansörlerine yedek parça temin edememelerinden dolayı asansörün çalışmaması durumunda müşterinin 1

günden fazla bekletilmesinin çok zor olduğu, müşterinin bu gibi firmalarla çalışmak istemeyeceği,

- *Adet olarak 5 büyük firmanın toplam %25 pazar payına sahip olduğu, ama gelir olarak pazarın %75-80 ine sahip oldukları,*
- *Parça bazında Optimum tarafından talep edilen malzemelerin birçoğunun Otis tarafından Türkiye’de üretildiği, bu parçaların çoğunluğunun patent haklarıyla korunduğu,*
- *Otis olarak kendi stok numaralarının ve ürünlerin uluslararası Otis geçerliliği olan ident numaralarının kullanıldığı, müşteri tarafından isim bazında parça talep edildiğinde parçaların ident numaraları ile istenmesi gerektiğini ifade ettikleri bu şekilde parça teminini zora soktukları,*
- *Garanti süresinin sanayi malı olduğu için sektörde 2 yıl olduğu,*
- *Asansörün kumanda panosu değişimini işçilik hariç 3500 liraya, her şey dahil 6000 liraya yapabilecekleri, bu şekilde asansörün markasının değişmiş olacağı çünkü beyninin değişmiş olacağı, ancak böyle bir değişimi genelde müşterinin istemediği,*
- *Bakım onarım pazarı oluşmadan önce Otis’in diğer asansör üreticileri ile ilgili herhangi bir korkusu olmadığı ve bu sebeple bakım onarım yedek parça fiyatlarını istedikleri gibi belirleyebildikleri,*
- *Asansör pazarında rekabet arttıktan sonra Otis’in bu pazardaki karlarının azaldığı ancak bu azalışı bakım onarım ve yedek parça pazarında fiyatları artırarak dengeledikleri, özellikle garanti süresince müşterilere bakım onarım fiyatlarını yüksek tuttukları”*

ifade edilmiştir.

Yerinde İncelemede Alınan Bilgiler

Otis’te yapılan görüşmede, Genel Müdür Bora GÜLAN tarafından aşağıda yer verilen hususlar belirtilmiştir:

- *“Asansör satmak /monte etmek ve servis yapmak şeklinde sıralanan iki hizmetimiz var, asansör satışı sadece Otis markayı içerirken servis hizmeti 37 farklı marka için sunulmaktadır.*
- *(....) yürüyen merdiven ve yürüyen yol, (....) konut asansörü, (....)diğer genel asansör, (....) özel proje, (....) bex grubu (building existing-eski asansörün sökülüp tekrar yenisinin takılması ile oluşan grup) olmak üzere toplam kurulu (....) asansörümüz vardır. Aralık sonu itibariyle bakımını yaptığımız asansör sayısı tüm türler dahil (....) adet, tahminen (....)’i yabancı markadır. Tüm kurulu asansörlerin 1000-2000’lik kısmının atıl olduğunu da düşünürsek yaklaşık olarak asansörlerin (....) bakımını yapıyoruz. Geçen sene servis sözleşmesini kaybettiğimiz asansör sayısı yaklaşık 600’dür. Merdiven altı asansör firmaların varlığı bizim kalite ve güvenlik standartlarımıza zarar vermektedir. Geçen sene kurulan 15.000 yeni asansörün (....)’ü Otis tarafından kuruldu, 150.000 servis hizmeti verilen toplam asansörden (....)’i bizim bakımını yaptığımız asansörlerdir.*
- *Asansör pazarında hakim durumda değiliz diye düşünüyorum. Geçen yıl montajı gerçekleşen 15.000 asansörden (....)’ü bize aittir. Ancak Otis markalı asansörlerin bakım onarımı pazarında yüksek payımızdan bahsedilebilir, o da ortalama çalışan (....) asansörde (....)’idir.*
- *Bizden parça talebi ticari teamüllere ve yasal gerekliliklere uygun kişiler tarafından yapıldığında parça veriyoruz, ama prensip olarak Otis marka asansörüne hizmet verirken yedek parçayı Otis’ten almak istemiyorlar. Yurtdışı (ithalat), yan sanayi ve yurt içinde yedek parça satan firmalar*

olduğu için oradan temin ediyorlar. Güvenlik ve buna bağlı sorumluluk nedenlerinden ötürü yedek parça isteyen firmanın asansör firması olduğunu gerekli olan çeşitli belgelerle (Bakım belgesi, San Tic Bakanlığı Yeterlilik belgesi gibi) teyit ediyoruz.

- İlgili kodların belirtilerek talep edilmesiyle biz ürünleri temin ediyoruz ve bizim ürettiğimiz ürünlerin tamamının üzerinde kodlarımız vardır.
- Şüphelendiğim iki firmadan biri olan Optimum kurucuları bizde bordrolu çalışırken firma kuruyor, teknik personel olduğu için elinde olmaması gereken fiyat bilgileriyle bu fiyatların yarısına teklif sunarak kendi reklamını yapıyor. Web sitesinde gösterdiği örneklerin Otis marka olması, sözleşmelerinin Otis sözleşmelerinin birebir aynısı olması, referans listesinde hizmet vermediği firmaları buldurması ve Otis çalışanlarını çeşitli şekillerde rahatsız etmesi nedenleriyle kötü niyetli olduklarından dolayı haksız rekabet davası açtık. Bizden ayrılan kişilerin açtığı Astor, GTS, Doğu Asansör, Akademi gibi birçok firma var ve bu ve benzeri firmalarla normal ticari ilişkiyi sürdürüyoruz, bu firmalar Otis marka asansörlere servis hizmeti veriyor, rekabet ediyoruz ve yedek parça temin ediyoruz.
- Otis olarak Türkiye’de ürettiğimiz parçalar yedek parça değil, genelde kabin, mesnet gibi yedek parça kapsamına girmeyen aksamlardır. Eğer yedek parça kapsamında bir aksam üretiyorsak üstünde mutlaka ident numarası bulunur.
- Biz yedek parça talebini Otis markanın prestijini korumak adına ve ticari olarak mantıklı olduğu için karşılız.
- Müşterilerin %60’ı yaklaşık ilk sözleşmeyi yaparken bakım koşullarını ve yedek parça fiyatlarını da dikkate almaktadırlar ve hizmet kalitesi de dikkate alındığında yüksek fiyatlarla da portföye aldığımız müşteriler olmaktadır. Yalnız 10 yıllık yedek parça fiyatlarını talep eden müşterilerimize kesin bir şey söyleyemiyoruz, ithal parçaların fiyatları aydan aya dahi büyük değişimler gösterebiliyor.
- Müşteri bir şekilde asansöründen memnun olmadığında asansörü değiştirmesi maddi açıdan makuldür, modernizasyon dediğimiz yöntemle örneğin kumanda panelinin değiştirilmesiyle ve gerekli kablolama yapılarak (1500 euro gibi bir fiyata) yapılabilir. İyi bir teknisyen için geçiş maliyeti bence sıfırdır (çünkü teknisyen bu ürüne modernizasyon yapmaya gerek olmadan hizmet verebilir). Buna rağmen asansörün teknolojisini değiştirerek hizmet verilmesi istendiğinde ortalama geçiş maliyeti 1.500-2.000 euro civarındadır. Biz ana dokümanları zaten müşterilerimize bırakmak zorundayız ve bırakıyoruz. Service tool asansör bakımı için kritik bir cihaz olmayıp teknik bilgisi olan kişiler bu cihazın yokluğunda da sorunu giderebilir, service tool esasen asansörün müşteriye teslim öncesinde ilk devreye alınmasında kullanılır. Bununla birlikte servis esnasında da arızanın daha kolay ve çabuk bulunmasını sağlar. Bu parça bizden talep edildiğinde veremeyiz, çünkü güvenlik önlemleri nedeniyle yanlış kullanıldığında kazalara neden olabilir.
- Teknik bilgisi gelişmiş olan bir asansör teknisyeni her marka asansöre servis hizmeti verebilir. Sadece Otis teknolojisini anlayabilmek gibi bir kavram yoktur, zaten Otis’e servis verilebilmesi için gerekli teknik dokümanları da her tesiste sağlamaktayız. Biz 37 farklı markaya hizmet

530 verebiliyorsak, diğer asansör firmalarının da benzer işleri gerçekleştirebileceğini düşünüyorum.”

Yedek Parça Tedarikçilerinden Alınan Bilgiler

Önaraştırma kapsamında, 03.03.2010 günü Astek Asansör Sanayi ve Ticaret A.Ş. Genel Müdürü Tunç TİMURKAN ile raportörlerce telefon görüşmesi yapılmış ve sorulan sorulara aşağıdaki cevaplar alınmıştır:

- 540 - *“Firmamız yurtdışından her marka asansör için orijinal yedek parça temin etmekte ve yurtdışından bu parçaların ithalatını gerçekleştirmektedir. Avrupa’daki çeşitli ülkelerde (Almanya, Fransa, İtalya gibi) birçok marka asansörün binlerce adet yedek parçasının satışını yapan firmalar mevcuttur. Bu firmalar yedek parça stoklarını asansör üreticisi firmalardan veya üreticilerin üretim yaptırdıkları firmalardan parça temin ederek oluşturmaktadırlar.*
- 550 - *Yedek parçayı yurtdışından temin etmenin hem avantajları hem de dezavantajları vardır. Dezavantajı; yurtdışından ithal edilen parçaların daha pahalıya gelmesidir. Fiyat farkı parçaya göre değişmektedir. Fiyat farkının temel sebebini özellikle nakliye ve gümrük masrafları oluşturmaktadır. Avantajı ise yedek parçanın yurtdışından daha kısa bir zamanda getirilebilmesidir. Biz istenen bir parçayı 3-4 gün veya 1 hafta içerisinde temin edebilmekteyiz. Üretici firmalar ise yedek parçayı geç temin edebilmekteler.*
- *Yedek parça konusunun hassas bir konu olduğunu düşünüyorum. Bir asansörün bozulması halinde çok kısa zamanda müdahale etmek gerekiyor, bu da yedek parçanın kısa zamanda temin edilebilmesini gerektiriyor.*
- *Türkiye’de bakım ücretleri Avrupa’nın çok altında gerçekleşmektedir.*
- *Bakım pazarının rekabete açık olması gereklidir çünkü bu pazarda tekelleşme olursa bakım fiyatları yüksek olabilir.*
- 560 - *Dünya geneline bakıldığında asansör firmalarının bakım portföylerinde sadece kendi markaları değil, farklı markalara da ait asansörlerin bulunduğu görülmektedir.*
- *Bakım pazarının gelişmesine yedek parçaların satışının geç yapılması, yüksek fiyattan yapılması gibi yollarla engel olunmaması gerektiğini düşünüyorum. Avrupa’da asansör üreticilerinin bu gibi yollara başvurması zaten mümkün değildir. Bu firmalar yedek parçayı talep edene sağlamak yükümlülüğü altındadırlar.*
- *Üreticinin bağımsız firmalara yedek parça sağlamaması sıkıntılara yol açabilir. Nispeten küçük firmaların yurtdışı temin kaynaklarına ulaşmaları zor olabilir. Zira yurtdışı firmalarla kontak kurmak, anlaşabilmek için yeterli miktarda İngilizce bilgisine sahip olmak gibi ek maliyetler bulunmaktadır. Nakliye maliyetleri de bir başka konudur. Az miktarda parça alındığında, bunların hava yolu ile ulaştırılması pahalı olabilmektedir.*
- 570 - *Türkiye’de asansör ve asansör bakım onarımı pazarları zayıf pazarlardır. Zamanla, bu sektörün gelişmesiyle, yurtdışı kaynaklı yedek parça satışı yapan firmalar Türkiye’de stok tutmaya başladıklarında yedek parçaya erişim kolaylaşacaktır.*

580

- *Özellikle yurtdışı kaynaklı büyük asansör üreticilerinin yedek parça taleplerini doğrudan reddedemeyeceklerini düşünüyorum. Çünkü bu firmaların yurtdışı merkezleri böyle bir durumdan kaynaklanacak sorunlarla uğraşmak istemez.*
- *Üretici firmalar da zamanla küçük ama yetkin firmaların faaliyetlerine mani olamayacaklarını anlayacaklardır. Ama tek kişilik bir bakım firması 30-40 adet asansör bakımı ile kendini idame ettirebilir ama üreticiye karşı bir güç elde edemez.”*

03.03.2010 günü El Es Teknik Asansör ve Yürüyen Merdiven Teknolojileri Genel Müdürü Kubilay Köse ile telefon görüşmesi yapılmış ve sorulan sorulara verilen cevapların yukarıdaki tutanakta yer alan ifadeleri doğrular nitelikte olduğu görülmüştür.

Diğer Bağımsız Servis Sağlayıcılarından Alınan Bilgiler

590

Astor Asansör Sanayi ve Ticaret Ltd Şti.'nce, yapılan telefon görüşmesini müteakip e-posta ile istenen bilgi talebine verilen cevaplar aşağıdadır:

600

- *Astor asansör prensip olarak sadece kendi yaptığı asansörlere bakım hizmeti vermektedir. Bunun tek istisnası müşterinin bizi bulması vasıtasıyla oluşan 5 adet Otis markalı asansöre vermekte olduğumuz bakım hizmetidir.*
- *Firmamızın ihtiyaç duyduğu yedek parçalar portföydeki hacimle kıyaslandığında çok azdır (Düzenli ve sağlıklı bakım hizmeti verilen asansörlerde parça değişikliği ihtiyacı asgari olmaktadır.) Gerekli yedek parçalar bizim yaptığımız asansörlerde komponent üreticilerinden orijinal ürün olarak temin ediliyor.*
- *Bakmakta olduğumuz Otis asansörlerde de parça ihtiyacı ender olmaktadır, Otis' ten başka bir yoldan malzeme temini yapmadık.*
- *Yurtdışından temin edilen parçalar mutlaka daha uzun sürede gelmektedir. Fiyat konusu duruma göre değişiyor.*
- *Bu konuda objektif bir tecrübemiz yok. Bazı müşterilerimizi büyük firmalara kaptırdık.*
- *Otis'ten daha önce yedek parça talep ettik ve teslim aldık. Malzemelerin teslim süreleri (belki ithal oluşu nedeniyle) 1 hafta mertebesinde oluyor.*

610

GTS Asansör San. ve Tic. Ltd. Şti.'nce, yapılan telefon görüşmesini müteakip e-posta ile istenen bilgi talebine verilen cevaplar aşağıdadır:

- *Otis tarafından yaklaşık 15 yıl önce monte edilmiş olan 2 adet asansöre bakım hizmeti veriyoruz. Bunun dışında sadece kendi markamız olan GTS markalı asansörlere bakım hizmeti veriyoruz.*
- *Yedek parçaları komponent üreticilerinden tedarik ediyoruz. Temin kanalı olarak ya direkt üretici ya da distribütörlerini kullanıyoruz. Asansör komponentlerinin büyük bir çoğunluğunda muadil komponent kullanma şansınız var. Sadece kumanda panosu ve işletim sistemi gibi know-how gerektiren komponentler üreticiye özgü olabiliyor.*
- *Yedek parçaları temin etmekte bir sıkıntı yaşamıyoruz.*

- 620
- Yerli üretim yedek parça temin süreleri ve fiyatları Avrupa üretimi yedek parçalara göre kısa ve ucuz, Uzak Doğu üretimi yedek parçalara göre temin süresi kısa ama fiyatı daha pahalıdır.
 - Böyle bir tutumun var olduğunu düşünmüyoruz. Müşterilerimizi çok uluslu şirketlere de, yerli ve iyi işler yapan firmalara da ve de yerli ama çok kötü işler yapan firmalara da kaptırdığımız oluyor.
 - Otis'ten daha önce parça talep ettik ve bir zorlukla karşılaşmadık. Diğer firmalarla böyle bir tecrübemiz olmadı.

630

Ankara'da faaliyet gösteren Valter/Asteknik Asansör ve Alfa Asansör, Elazığ'da faaliyet gösteren Fırat Asansörleri Koll. Şti. yetkilisi ve AYSAD Yön. Kur. Başkan V. ile yapılan telefon görüşmelerinden alınan bilgiler de yedek parçaların farklı şekillerde temin edilebildiğine dair yukarıdaki hususlar teyit edilmiştir.

Dolayısıyla, bakım onarım hizmeti veren teşebbüslerin yukarıdaki beyanları doğrultusunda, asansör yedek parçalarının orijinal asansör üreticisi dışındaki kanallardan da temin edilebildiği sonucuna ulaşılmıştır.

I.4.2. Değerlendirme

I.4.2.1. Rekabet Hukukunda Mal Vermeyi Reddetme Eylemi

640

Mal vermeyi reddetme eylemi, temel olarak, bir teşebbüsün herhangi bir rakip firmaya mal teminini doğrudan ve herhangi bir gerekçe olmaksızın reddetmesi şeklinde ya da yüksek fiyat ve/veya düşük kalitede mal temin etmek gibi olumsuz ticari koşullarda mal vermeyi teklif etmesi/mal vermesi şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Tanımlamadan da anlaşılacağı üzere, teşebbüsün birtakım ağır ticari koşullar ileri sürerek mal teminini teklif etmesi de mal vermeyi reddetme eyleminin gerçekleşmesi için yeterli olmaktadır.

650

Mal vermeyi reddetme eyleminin rekabet hukuku kapsamında değerlendirilebilmesi için birtakım şartların varlığı gerekmektedir. İlk olarak, verilmeyen/ticari olarak daha kötü şartlarla verilen mal, nihai ürünün ortaya çıkarılması için vazgeçilemez nitelikte olmalıdır. Şayet o mal vazgeçilemez niteliği haiz değilse, o malı vermeme eylemi alt pazarda önemli bir zarara yol açmıyor anlamına gelmektedir. Benzer şekilde, o malı alıp tekrar (herhangi bir katma değer eklemeksizin) satmak isteyen yeniden satıcı söz konusu ise, mal vermeyi reddetme eylemi rekabet hukuku kapsamında değerlendirilmeyecektir.

İkinci şart, eylemin temin edilmeyen malın kullanıldığı alt pazardaki rekabete önemli ölçüde zarar vermesi gerekliliğidir. Alt pazardaki rekabetin olumsuz etkilenmesine ilişkin olarak, Rekabet Kurulu içtihatları incelendiğinde, Kurul'un temel endişesinin, alt pazarda rakiplerin azalması yoluyla rekabetin kısıtlanıp kısıtlanmadığının tespiti olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, mal verme zorunluluğu, özellikle, alt pazara girişte önemli engeller olması halinde daha da önem kazanmaktadır.

660

Rekabet hukuku içtihadında mal vermeyi reddetme eylemi alt pazarda rakiplerin faaliyetlerinin sona ermesine yol açıyorsa ya da böyle bir riski barındırıyorsa, söz konusu eylemin tüketici refahında net bir zarar ortaya çıkaracağı ve dolayısıyla rekabetin kısıtlandığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu nedenle, rakibin pazar dışına itilmesi riski/tehdidi mal vermeyi reddetme eyleminin ihlal olarak kabul edilmesi için gerekli bir şart olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, taraflar arasında her türlü anlaşmazlık, dışlama tehdidi olarak algılanmamakta, mal vermeyi reddetme

eyleminin alt pazarda rakibi pazar dışına çıkarıp çıkarmayacağını detaylı bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir.

670 Rekabet Kurulu 03-03/25-7 sayılı TDİ kararında bir limana erişimin reddedilmesinin, alternatif bir liman yapmanın pazarda faaliyet göstermek isteyen rakipler açısından imkânsız olmaması nedeniyle, ihlal olarak değerlendirilemeyeceğine hükmetmiştir. Aynı şekilde 07-47/506-181 sayılı Anadolu Cam-Solmaz Mercan kararında, mal vermeyi reddetme eylemi sonucunda, pazarda alternatif teşebbüslerin varlığının devam etmesi ve bu nedenle fiyat ve kalite gibi birtakım parametrelerin olumsuz yönde değişmemesi nedenleriyle, pazarda rekabetin olumsuz etkilenmediğine hükmetmiş, bununla birlikte ilgili karar, Danıştay tarafından, mal vermeyi reddetme eyleminin rakipler üzerinde kısıtlayıcı etkilerinin olduğu gerekçesiyle iptal edilmiştir.

680 Kurul pazardan dışlanma riskini tespit ederken, mal alamayan rakibin pazar payındaki azalma veya mal vermeyen hâkim teşebbüsün pazar payındaki artış, reddetme eyleminin süresi, iki teşebbüs arası ticari ilişkinin geçmişi gibi faktörleri de dikkate almaktadır. Örneğin, mal vermeyi reddetme eylemi incelenirken, hakim teşebbüsün pazar payı rakiplerine rağmen eski seviyesini koruyorsa veya artıyorsa, bu durumda reddetme eyleminin, rakiplerin pazardan dışlanmasına yol açar nitelikte olduğu varsayılabilir. Diğer taraftan, reddetme/mal vermeme eylemi, kısıtlı bir zaman için gerçekleşmişse, bu durumun rakiplerin dışlanmasına yol açmayacağına hükmedilebilir. Ticari ilişkilerin geçmişi konusunda ise, şayet evvelden iki teşebbüs arasında, ilgili mal konusunda bir ticaret oluşmuşsa, mevcut durumda verilmeyen o malın faaliyet için gerekliliği şartı aranmayabilecek, dolayısıyla mal vermeyi kesme eylemi, ihlal olarak değerlendirilebilir.

690 Mal vermeyi reddetme eyleminin analizinde, hakim teşebbüsün bu konudaki niyeti de önem arz etmektedir. Bununla birlikte, salt niyetin varlığı bir ihlal için yeterli olmamakta, genellikle mal vermeme eyleminin etkilerinin incelenmesi sırasında destekleyici bir unsur olarak kullanılmaktadır.

Avrupa Komisyonu'nun Roma Antlaşması'nın 82. maddesinin uygulanmasına yönelik çıkardığı Rehber'de⁸ de mal vermeyi reddetme eyleminin rekabet hukuku anlamında ihlal olarak sayılması için gerekenler şu şekilde sıralanmaktadır:

700 - *Malın/girdinin gerekliliği*: Bu şartın varlığı analiz edilirken dikkate alınan, malın/girdinin olmaması halinde rakiplerin o malı/girdiyi kullanamamaktan dolayı faaliyet edip edememeleridir. Dolayısıyla, verilmeyen malın/girdinin alternatifinin olmaması ve bu yokluk nedeniyle rakiplerin hâkim teşebbüse alt pazarda rekabetçi baskı kuramamaları halinde, sunumu reddedilen malın/girdinin gerekliliğinden söz edilebilir.

- *Etkin rekabetin ortadan kalkması*: Hâkim teşebbüsün mal vermeyi reddetmesi eyleminin alt pazarda rekabeti ortadan kaldırması gerekliliği, eylemin ihlal olarak değerlendirilmesinde aranan ikinci kriterdir.

- *Tüketici zararı*: Tüketici zararının ortaya çıkması kriterinde dikkate alınan husus, hâkim teşebbüsten mal alamayan rakiplerin alt pazarda yenilikçi ürünler sunmalarının engellenip engellenmediğidir. Bu durum özellikle talep eden teşebbüsün, rakip teşebbüsten malı alıp sadece aynı nitelikte bir ürün vermeyi

⁸ Guidance on the Commission's Enforcement Priorities in Applying Article 82 of the EC Treaty to Abusive Exclusionary Conduct by Dominant Undertakings.

düşünmemesi, yeni veya geliştirilmiş mal ve hizmet sunmayı planlaması halinde ortaya çıkacaktır.

710 Özet olarak, mal vermeyi reddetme eyleminin rekabet hukukunca ihlal olarak kabul edilebilmesi için gerekli şartlar şu şekilde sıralanabilir:

- Teşebbüs hakim durumda olmalıdır,
- Verilmeyen mal, alt pazarda faaliyet için gerekli olmalıdır,
- Mal vermeme/mal vermeyi reddetme eyleminin objektif ve haklı gerekçeleri bulunmamalıdır,
- Eylem sonucunda (alt) pazarda rekabet ortadan kalkıyor/önemli ölçüde azalıyor olmalıdır. Malı alamayan rakibin faaliyet gösteremeyecek hale gelmesi veya pazardan dışlanması, rekabetin ortadan kalkmasının bir tezahürü olarak değerlendirilebilir.

720 **I.4.2.2. Otis'in Yedek Parça Vermeyi Reddedtiği İddiasının Değerlendirilmesi**

Otis'in başvuru sahibi teşebbüslere, Otis marka asansörlerin bakım-onarımında kullanılmak üzere yedek parça vermediği ve bu konudaki talepleri yanıtsız bıraktığı iddiasının değerlendirilmesi için öncelikle, anılan reddetme eyleminin gerçekleşip gerçekleşmediğinin incelenmesi, daha sonrasında ise bu reddetme eylemi sonucunda asansör bakım hizmetleri pazarında rekabetin önemli ölçüde azalması veya ortadan kalmasının söz konusu olup olmadığının değerlendirilmesi gerekmektedir. Söz konusu inceleme ve değerlendirmeler Otis'in Otis marka asansörlerde kullanılacak yedek parçalar pazarında hâkim durumda olduğu varsayılarak yapılacaktır.

730 Raportörlerce yapılan yerinde inceleme esnasında elde edilen belgelerden ve sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerden alınan bilgilerden, Otis marka asansörlerde kullanılan yedek parçaların yurtiçi ve yurtdışında başka kaynaklardan temin edilebildiğini anlaşılmaktadır. Otis tarafından üretilen yedek parçalar, Fransa, Almanya, İtalya gibi Avrupa ülkelerinde veya Çin, Hong Kong gibi Uzakdoğu ülkelerinde yerleşik olan ve asansör üreticisi firmalardan orijinal yedek parça satın alarak birçok firmanın çok sayıda yedek parçasının tüm dünyaya satışını gerçekleştiren teşebbüslerden temin edilebilmektedir⁹. Bunun yanında yurtdışındaki firmalarla irtibatı olan ve yurtiçi servis firmalarına yedek parça sağlayan yerli firmalar da bulunmaktadır¹⁰. Bununla birlikte, asansör bakım ve onarımı için gerekli

740 olan her tür yedek parçanın, o asansörün üreticisi firmadan temin edilmesi zorunluluğu bulunmamaktadır. Örneğin kuyu dibi tamponu, elektrik tesisatı, ray, halat, civata, somon, sac, kapı kilidi gibi bazı parçaların üretimini yapan yerli ve yabancı birçok firma bulunmaktadır. Bunun yanında, elektronik komponent, buton, service tool gibi bazı parçalar ancak asansör üreticisi veya üreticinin anlaştığı başka bir firma tarafından üretilebilmektedir. Sonuç olarak belli marka bir asansöre bakım onarım hizmeti vermek isteyen bir servis firması, ihtiyacı olan yedek parçayı asansör üreticisi hariç başka kanallardan da temin etme olanağı bulabilmektedir.

⁹ Bu gibi bazı teşebbüslere <http://www.mgti.fr/index2.php>, http://www.elevatorshop.de/index_F.html, <http://elevator-escalator.com/elevator-escalator-Turkey.asp>, <http://www.jfparts.com.cn/>, <http://www.dawparts.com/> adreslerinden ulaşılabilmektedir.

¹⁰ Astek Asansör Sanayi ve Limited Şti., Eles Teknik.

750 Yapılan incelemelerde, Otis'in kendisine yapılan yedek parça taleplerini karşıladığını gösterir belgelere de rastlanmıştır. Örneğin 26 Ocak 2010 tarihinde Astor Asansör Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. yetkilisinden Otis'e gönderilen "Yedek parça ihtiyacı hk." konulu e-postada yer alan;

" Fiyat ve teslim süresini acilen bildirirseniz sevinirim.

GONG BOARD....GBA 23550 B1....3 ADET"

ifadelerine cevaben 3 Şubat 2010 tarihinde Otis yetkilisi Betül Taktak tarafından aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

"Hüseyin Bey,

Malzemenin fiyatı 150 Euro +Kdv'dir.

Malzeme stoklarımızda mevcuttur. İstedığınız zaman alabilirsiniz. İyi çalışmalar,

760 *Betül."*

Yukarıda yer verilen yazışma haricinde 2004-2007 yılları arasında cevaplanan yedek parça talepleri de mevcuttur. Söz konusu taleplerin asansör sahibi müşterilerden, bağımsız servis firmalarından ve Otis markalı asansörlere servis veren farklı marka asansör üreticilerinden geldiği görülmektedir. Aynı şekilde Otis de, bakımını yaptığı başka marka asansörlerin yedek parçalarını asansör üreticilerinden veya yurtdışı kaynaklı birtakım toptancılardan veya bu toptancılarla çalışan yerli firmalardan temin ettiği görülmektedir.

770 Dosya konusu bakımından, başvuru sahibi Optimum ve Flylift firmalarının da Otis'ten yedek parça talep ettikleri fakat başvuru tarihine/Otis'te yapılan inceleme tarihine kadar söz konusu taleplerin karşılanmadığı görülmektedir. Optimum firması, 17.08.2009 tarihinde e-posta ile Otis'ten yedek parça talep etmiş ancak bu talebinin yanıtı kalması üzerine 17.09.2009 tarihinde e-posta ile, 23.09.2009 tarihinde ise iadeli taahhütlü posta ile talebini yinelemiştir. Otis'ten 29.09.2009 tarihinde gelen cevap yazısında ise e-postaların kendilerine ulaşmadığı, genel bir yedek parça listesi bulunmadığı ve taleplerini parça bazında bildirmeleri gerektiği belirtilmiştir. Ancak Otis'te raportörlerce yapılan yerinde incelemelerde 17.8.2009 tarihli e-postanın Özgür Aren, Tuncay Karakoç, Aziz Bilge ve Bora Gülan'a ulaştığı olduğu anlaşılmıştır. Aynı gün yapılan şirket içi yazışmalarda Genel Müdür Bora Gülan'ın;

780 *"Benimle konuşmadan cevap vermeyin ltf. 3-5 gün beklesin."*

şeklinde şirket çalışanlarını uyardığı görülmektedir.

Otis'in bu duruma ilişkin açıklaması, yedek parça taleplerinin ticari hayatın usulüne uygun olarak ve aynı zamanda parçanın tam olarak ne olduğunu gösterir bir şekilde yapılmayışından dolayı karşılanamadığı, tam olarak hangi parçanın istenildiğini göstermesi bakımından, parçanın niteliğini belirten ayırt edici bir seri numarası/kodun talepte belirtilmesi, bu mümkün değilse istenilen parçanın fotoğrafının talebe eklenmesinin gerektiğidir. Nitekim Otis'in de diğer marka yedek parça taleplerinde seri numarasını belirttiği veya o parçanın fotoğrafını talebe eklediği görülmektedir.

790 Optimum firmasının talepleri sonucunda Otis firması şirketin hukuk bürosu ile yazışmış, Optimum'a nasıl bir cevap yazılması gerektiğine dair görüş istemiştir. Söz konusu e-postaya cevaben Nejat Aday;

“ Mine Hanım,

Anladığım kadarıyla yönetmeliğin 15. maddesine göre

Madde 13- Servis istasyonları , “Yedek Parça Fiyat Listesi”ni, tüketicilerin görebileceği bir yere asmak veya katalog halinde ya da bilgi işlem ortamında ise tüketiciye göstermek zorundadır.

800 *Bu nedenle listemizi müşteriye göndermemek sıkıntı doğurabilecektir. Bunun yerine listeyi de müşteriye göndererek, kendi listelerindeki tutarsızlığa atıfta bulunduktan sonra bu listeden mal seçmelerini talep etmek yerinde olabilir. Bu süreç de tamamlandıktan sonra, parçanın sevki için makul bir süre vererek parçaları göndermek yerinde olur.*

(...) Kaş yapalım derken göz çıkarmayalım. (...)

şeklinde açıklamalarda bulunmuştur. Söz konusu yazışma Otis'in Optimum'un yedek parça talepleri konusunda bir politika arayışına girdiğini ve yedek parça sağlamamasının hukuki olarak sorunlara yol açabileceğini öğrendiğini göstermektedir.

810 Otis ile başvuru sahibi teşebbüs arasındaki ilişki incelendiğinde, Optimum ve Flylift firmalarının Otis'ten ayrılan mühendis ve teknik elemanlarca kurulmuş olduğu görülmektedir. Otis'in iddialarına göre bu çalışanlar Otis ile imzalamış oldukları iş akdinde yer alan rekabet yasağına ters düşecek şekilde davranmışlardır. Bunun üzerine Otis firması, söz konusu kişilerin iş akitlerinin hilafına birtakım uygulamalar içinde oldukları iddiası ile yargıya başvurmuştur. Dolayısıyla Otis ile başvuru sahibi firmaların yetkilileri arasında oluşmuş bir ihtilafın varlığından söz etmek mümkündür.

Yukarıda yer verilen açıklamalar ışığında, Otis'in başvuru sahibi iki firmaya yedek parça vermeme, geç verme veya taleplerini yanıtlamama konusunda bir niyetinin varlığından söz edilebilecektir. Fakat diğer bakım firmalarına karşı böyle bir niyetin varlığından söz etmek mümkün görünmemektedir.

820 Otis'in başvuru sahibi firmaya veya başka bakım firmalarına yedek parça vermemesi halinde, verilmeyen parçanın asansör bakım hizmetleri pazarında faaliyet için gerekli olup olmadığı ve ilgili parçayı alamayan teşebbüsün pazardan dışlanıp dışlanmadığı incelendiğinde; Otis'in yaklaşık 10.127 asansör montajı yapmış olması, Otis tarafından bakım hizmeti yapılan (diğer tüm markalar dahil) toplam asansör sayısının ise 4.969 olması ve sektörde faaliyet gösteren birtakım firmaların ve AYSAD yetkililerinin, herhangi bir marka asansörün yedek parçasının alternatif kaynaklardan temin ediliyor olduğunu belirtmeleri, bakım firmalarının, Otis'ten yedek parça temin edilmese dahi alternatif kaynaklardan Otis marka yedek parça temin ederek veya Otis marka yedek parça ile muadil parça kullanarak

830 asansör bakım hizmetleri pazarında faaliyette bulunabileceklerini göstermektedir. Bunun yanında, başvuru sahibi firmalar Otis marka asansörlerin bakımını yapmasalar dahi, birçok değişik marka asansörün bulunduğu bu pazarda faaliyetlerine devam edebileceklerdir. Dolayısıyla, sadece Otis marka asansörlerin yedek parçasını, Otis'in bizzat kendisinden temin edememek nedeniyle, asansör bakımı yapan teşebbüslerin asansör bakım hizmetleri pazarından dışlanması,

840 dolayısıyla bu pazarda rekabetin ortadan kalkması şeklinde bir durumun varlığından söz etmek mümkün değildir. Daha önce de belirtildiği gibi, Otis markalı asansörlerin yaklaşık %(...)'sinin bakım-onarımının başka teşebbüsler tarafından yapılıyor olmasının, diğer firmaların Otis asansörleri için gerekli yedek parçaları temin edemedikleri ve dolayısıyla asansör bakım hizmetleri pazarında faaliyette bulunamayacakları iddiasının çürütülmesi için yeterli olduğu sonucuna varılmıştır.

Bunun yanında, her iki başvuru sahibi teşebbüsün de müşterileri ile akdettikleri bakım sözleşmelerinde ve fiyat tekliflerinde, Otis marka asansörlerde kullanılacak yedek parçanın temini konusunda herhangi bir sıkıntı yaşamadıklarını ve bu tür parçaları temin edebildiklerini belirttikleri, aynı şekilde buna benzer açıklamaları web sayfalarında da yaptıkları dikkate alındığında, başvuru sahibi teşebbüslerin Otis'ten parça temin edememe halinde de faaliyetlerine devam ettikleri/edebilecekleri görülmektedir.

850 Aynı şekilde, başvuru sahibi iki teşebbüsün de bir yıl gibi nispeten kısa sayılabilecek bir süredir faaliyet göstermekte olduğu, bu zaman zarfında belirli bir portföyü oluşturarak hâlihazırda yaklaşık (...) müşteriye ve (...)-(...) adet asansöre bakım hizmeti verdikleri, dolayısıyla iddia edilen eylemin gerçekleştiği dönemde dahi portföyüne müşteri ekleyebildikleri dikkate alındığında pazarda rekabetin ortadan kalkması durumunun oluşmadığı söylenebilecektir.

860 Her ne kadar Optimum ve Flylift faaliyete başlamalarından itibaren çeşitli müşteriler ile bakım anlaşması imzalamış olsalar da, bu süre zarfında bakım portföylerinden çıkarak Otis'e geçen müşterileri de olmuştur. Otis'in söz konusu müşterilere bakım onarım sözleşmesi teklifi götürdüğü ve teklif fiyatını –geçmiş senelere göre- oldukça aşağı çektiği raportörlerce yapılan yerinde inceleme esnasında elde edilen belgelerden de anlaşılmaktadır. Ancak başvuru sahibi teşebbüslerin müşteri kayıplarının sebebinin bu müşterilere verilen hizmet esnasında yedek parça ihtiyaçlarının karşılanamaması değil, Otis'in bu müşteriler için başvuru sahibi firmalarla rekabete girmesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla alt pazarda rakiplerin yaşadığı müşteri kayıpları doğrudan Otis'in iddia konusu mal vermeyi reddetme eyleminden kaynaklanmamaktadır. Ayrıca Optimum'un, Flylift'in veya diğer tüm bağımsız bakım firmalarının pazara girmesi ile birlikte, asansör bakım hizmeti fiyatının zamanla düşmeye başlaması da, başvuru konusu eylemlerin gerçekleştiği varsayımı altında, eylemin gerçekleşmesi halinde dahi tüketici zararının mevcut olmadığına işaret etmektedir.

870 Raportörlerce yapılan yerinde inceleme sırasında Otis'te elde edilen, Otis'in dönemler itibarıyla asansör bakım pazarında elde ettiği ve kaybettiği yeni bakım işlerini gösterir listeler incelendiğinde de, söz konusu firmanın aslında kendi markasının bakımına ilişkin birçok iş kaybettiği görülmektedir. Söz konusu durum nedeniyle, hakim durumdaki teşebbüsün mal vermeyi reddetme eylemine bağlı olarak ilgili alt pazarda pazar payını artırması veya koruması halinde rakiplerin pazardan dışlanıyor olabileceği kriterinin sağlanmadığı kanaatine varılmıştır.

880 Özetlemek gerekirse, raportörlerce yapılan yerinde incelemede elde edilen belgeler, başvuru sahibi teşebbüsler, hakkında inceleme yapılan teşebbüs ve sektörde faaliyet gösteren bazı firmalar ile yapılan görüşmeler sonucunda, Otis'in başvuru sahibi firmaların yedek parça taleplerini yanıtsız bıraktığı veya geç yanıtladığına dair kimi belgelere rastlanmış olmasına rağmen, eylemin rekabet hukuku kapsamında mal vermeyi reddetme şeklinde ortaya çıkan bir ihlal olarak nitelenebilmesi için gerekli olan;

- Malın ilgili pazarda mutlak gerekli olması unsurunu taşımadığı,
- İddia konusu eylem sonucunda ilgili pazarda etkin rekabetin ortadan kalkması, rakiplerin pazardan dışlanması ve tüketicinin zarara uğraması unsurlarına ilişkin olarak ise yeterli emare ve belge bulunmadığı

görölmüştür.

- 890 Esas itibarıyla, yukarıda da açıklandığı üzere, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı asansör montaj ve bakım-onarım sektöründe birtakım düzenlemeler getirmiş bulunmaktadır. Asansör Bakım ve İşletme Yönetmeliği'nin 6. maddesi, kimlerin asansör yedek parçası talep edebileceğini düzenlemiştir. İlgili madde uyarınca, asansör temin eden (montaj yapan) teşebbüs, montajını yaptığı her tip ve özellikteki asansörün yedek parçalarını *"10 (on) yıl süreyle temin etmek ve kendisince monte edilen asansöre aylık bakım ve servis hizmeti veren bir başka asansör monte edenin veya onun yetkili servisinin veya bina sorumlusunun bu konudaki talebini acilen ve normal piyasa koşullarında karşılamak"* zorundadır. İlgili hükümden de anlaşılacağı üzere yedek parça talebini sadece aynı zamanda asansör montajcısı olan bakım firmaları veya onun yetkili servisleri ile bina sorumluları yapabilmektedir.
- 900 Yönetmeliğin ilgili maddesine, asansör imal etmeyen ve montaj yapmayan, sadece asansör bakım-onarım hizmeti veren firmaların da yedek parça taleplerinin karşılanmasını sağlayacak bir hüküm konulması halinde, sektörde bu konuda yaşanan sıkıntı ve belirsizlik ortadan kaldırılmış olacaktır.

J. SONUÇ

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