

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2011-2-126 (Soruşturma)
Karar Sayısı : 12-62/1633-598
Karar Tarihi : 06.12.2012

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER : Remzi Özge ARITÜRK, Mücteba ALTUN, Gözde KARABEL

C. ŞİKAYET EDEN : - Gizlilik talebi bulunmaktadır.

D. HAKKINDA SORUŞTURMA YAPILAN :

- Kale Kilit ve Kalıp Sanayi A.Ş.
Atatürk Cad. Başaklı Sok. No: 24, Güngören 34610 İSTANBUL

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Kale Kilit ve Kalıp Sanayi A.Ş.'nin fiyatlamaya ilişkin çeşitli uygulamalarıyla hâkim durumunu kötüye kullanıp kullanmadığının tespiti.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Rekabet Kurumu kayıtlarına 15.03.2011 tarih ve 1959 sayı ile intikal eden, gizlilik talepli başvuruda özetle;
 - Kilit sektöründe KALE KİLİT firmasının %60 civarında pazar payıyla hâkim durumda bulunduğu,
 - KALE KİLİT'in bayilerine ve distribütörlerine rakip marka ürün satmamaları yönünde aşırı baskı uyguladığı, rakip marka ürün satanlara sevkiyatlarda öncelik vermediği, ticari şartları kısıtladığı,
 - Söz konusu yüksek pazar payı nedeniyle KALE KİLİT firmasıyla mecburen çalışmak zorunda kaldıklarıifade edilerek gereğinin yapılması talep edilmiştir.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu kayıtlarına 15.03.2011 tarih ve 1959 sayı ile giren gizlilik talepli başvuru üzerine hazırlanan 13.4.2011 tarihli ve 2011-2-126/İİ-11-388.SÇ sayılı ilk inceleme raporu, Rekabet Kurulu'nun 21.04.2011 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 11-25/483-M sayı ile Kale Kilit ve Kalıp Sanayi A.Ş. (KALE KİLİT) hakkında ön araştırma yapılmasına karar verilmiştir. Yapılan ön araştırma sonucunda hazırlanan 02.08.2011 tarihli ve 2011-2-126/ÖA-11-374.EÖK sayılı ön araştırma raporu, Kurul'un 17.08.2011 tarih ve 11-45 sayılı toplantısında görüşülmüş ve 11-45/1032-M sayı ile KALE KİLİT hakkında soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (4) 4054 sayılı Kanun'un 43/2. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına ilişkin karar ve teşebbüsler ile ilgili olarak ileri sürülen iddiaların türü ve niteliği hakkında yeterli bilgi, 24.08.2011 tarihli ve 992 sayılı yazı ile KALE KİLİT'e tebliğ edilerek 30 gün içinde ilk yazılı savunmalarını yapmaları talep edilmiştir. Teşebbüsün ilk yazılı savunması Kurum kayıtlarına 23.09.2011 tarih ve 6670 sayı ile intikal etmiştir.
- (5) Yürütülen soruşturma sonucunda hazırlanan 15.06.2012 tarih ve 2011-2-126/SR sayılı Soruşturma Raporu, KALE KİLİT tarafından 20.06.2012 tarihinde tebellüğ edilmiş ve 30 günlük süre uzatımı talep edilmiştir. Teşebbüsün savunması Rekabet Kurulunun 18.07.2012 tarih ve 12-38/1145-M sayılı kararıyla uzatılan yasal süre içerisinde, 22.08.2012 tarih ve 6514 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Soruşturma heyeti

tarafından hazırlanan 05.09.2012 tarih ve 2011-2-126/EG sayılı Ek Görüş, 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi uyarınca Kurul üyeleri ile hakkında soruşturma yürütülen teşebbüse 05.09.2012 tarihinde tebliğ edilmiş, soruşturma tarafınca 10 Eylül 2012'de tebellüğ edilmiştir. KALE KİLİT'in üçüncü yazılı savunması 10.10.2012 tarih, 7583 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. 27.11.2012 tarihinde taraf temsilcilerinin katılımıyla sözlü savunma toplantısı yapılmış ve 06.12.2012 tarihli Kurul toplantısında 12-62/1633-598 sayı ile nihai karar verilmiştir.

(6) **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda,

- KALE KİLİT ve Kalıp Sanayi A.Ş.'nin çelik kapı kilitleri, ahşap kapı kilitleri, demir kapı kilitleri, PVC kapı kilitleri ve barel pazarlarında hâkim durumda olduğu,
- KALE KİLİT ve Kalıp Sanayi A.Ş. tarafından gerçekleştirilen indirim/prim sistemi ile yıl içindeki muhtelif kampanyalar bağlamında ilgili pazarlardaki fiyatlama uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında ihlal niteliğinde olmadığı

sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmektedir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Teşebbüs (KALE KİLİT)

- (7) Başvuru konusu uygulama ile hâkim durumunu kötüye kullandığı iddia edilen KALE KİLİT, kilit imalatı sektöründe faaliyette bulunmaktadır. 1953 yılında kurulan KALE KİLİT, Kale Endüstri A.Ş. yapılanması içerisinde.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (8) Dosya konusu kapsamında uygulamaları değerlendirme konusu olan KALE KİLİT, yapılarda kullanılan mekanik kapı kilitleri üretimi alanında faaliyet göstermektedir. Elektronik kilitlerin ithalatı ise Kale Grup bünyesinde yer alan bir diğer şirket olan KALE KİLİT Dış Ticaret A.Ş. tarafından gerçekleştirilmektedir. Benzer şekilde rakip firmaların ürün gamında da otomotiv kilitleri veya kasa kilitleri bulunmamaktadır. Bu itibarla, dosya kapsamında değerlendirme konusu olan kilit, yapılarda kullanılan mekanik kapı kilitleridir.
- (9) KALE KİLİT'den bilgi talebinde bulunulması üzerine gönderilen cevabî yazılarda ilgili ürün pazarıyla ilgili olarak;
- Kilit ürünlerinin kullanımını birinci dereceden etkileyen hususun, geçişi düzenleyen nesnenin (kapı, turnike, döner kapı vb.) cinsi olduğu,
 - Kullanılan kapının ve kapı profilinin cinsinin, kilit tercihini belirleyebildiği ve o profillere uygun kilitlerin pazar payını doğrudan etkilediği; dolayısıyla farklı profillerdeki kilit tipleri için farklı piyasa talebi ve buna bağlı olarak farklı arz yapıları bulunduğu,
 - Kilit cinsini belirleyen bir diğer unsurun, kilitlerin kullanılacağı kapının profil kalınlığı olduğu,
 - Profil kalınlığının farklılaşması nedeniyle, sektörde, her bir profile uygun özellikte kilitlerin imal edildiği ve farklı profildeki kilitlerin ölçü ve çalışma prensibi sebebiyle birbirleriyle ikame edilemeyeceği (bir PVC profile çelik kapı profiline uygun kilitlerin monte edilmeyeceği gibi),
 - Çelik kapı profili kilitlerinin, ağırlıkları ve büyüklükleri nedeniyle diğer kapı

cinslerinde kullanılamayacağı,

- Ahşap kapı profili kilitlerinin, PVC kapılarda kullanılamayacağı; alüminyum ve çelik kapılarda (ucuz fiyatlı satılan çelik kapılarda) kullanılabileceği,
- PVC profili kilitlerinin, alüminyum kapılarda (kapının profil genişliği yeterince dar ise) ve ahşap kapılarda kullanılabileceği, alüminyum kapı profili kilitlerinin PVC kapılarda kullanılamayacağı,
- Demir kapı kilitleri olarak tabir edilen dıştan takma kilitlerin ise genellikle dış kapılarda (bina ana giriş çıkış kapısı gibi) ve bahçe kapılarında kullanılmakta olduğu; ancak daire giriş kapıları dâhil her tür kapıda kullanılabileceği

tespitlerine yer verilmiştir.

- (10) Kilit çeşitlerinin kullanım alanının belirlenmesinde rol oynayan ana unsur, kilitlerin takılacağı kapının cinsi ve profil kalınlığı olmaktadır. Kilit ile kapının profili arasında, uyum açısından milimetrik ölçüler söz konusu olduğundan gerek kilit üreticileri gerek kapı üreticileri gerek nihai kullanıcılar nezdinde kapı ölçüleri ile uyumlu kilit tercih edilmektedir. Dolayısıyla kilitler esas olarak ölçülerine göre sınıflandırılabilmektedir. Bununla birlikte ülkemizde, belirli profil kalınlıklarının belirli cins kapılarda yoğunlaştığı görülmektedir. Şöyle ki; güvenlik seviyesine paralel olarak en kalın profil genellikle çelik kapılarda bulunmakta ve ahşap, demir, PVC kapıların çelik kapılar kadar kalın profile sahip olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla çelik kapı kilitleri için üretilmiş bir kilit, çoğunlukla Türkiye'ye özgü olarak aynı kalınlıkta profil bulunmadığı için, ahşap, demir veya PVC kapıda kullanılamamaktadır. Nitekim KALE KİLİT'in cevabı yazısında da bunu destekler nitelikte bilgilere yer verilmiştir.
- (11) Bu nedenle kilit çeşitleri çelik kapı, ahşap kapı, demir kapı ve PVC kapı kilitleri ile barel¹ olarak kategorize edilebilmektedir. Analizi basitleştirmek ve bütün kilit çeşitlerini dâhil ederek KALE KİLİT'in uygulamalarını değerlendirmek bakımından kilit çeşitleri dört kilit grubu ve barel olarak ele alınmıştır. Dosya kapsamında elde edilen bilgi ve belgeler ışığında ilgili ürün pazarı konusunda yapılan tespitler aşağıda sunulmaktadır.
- (12) KALE KİLİT tarafından üretilen çelik kapı kilitleri, ahşap kapı kilitleri (iç oda, dış kapı), demir kapı kilitleri ve PVC kapı kilitleri ürün grupları hem tüketicilerin kullanım amaçları bakımından farklılık arz etmekte hem de nitelikleri ve fiyatları bakımından farklılaşmaktadır. Şöyle ki, yukarıda da ifade edildiği ve KALE KİLİT tarafından gönderilen cevabı yazılarda da altı çizildiği üzere, tüketicilerin kilit cinsi tercihini ve üreticilerin üretim kararlarını, esas olarak kilitlerin üzerine takılacağı kapının yapısı, cinsi, profilinin kalınlığı gibi unsurlar etkilemektedir. Dolayısıyla yüksek güvenlik ihtiyacı içerisindeki bir tüketici tercihini, yüksek kalite ve güvenlik seviyesine sahip çelik kapıdan yana kullanmakta böylece dolaylı olarak çelik kapı kilitlerini tercih etmiş olmaktadır. Yukarıda da ifade edildiği gibi, ülkemiz şartlarına özgü olarak üretilen çelik kapılar, gerek kalitesi gerek güvenlik seviyesi ve profil kalınlığı itibarıyla başta ahşap kapılar olmak üzere diğer kapılarla genellikle ikame edilememektedir. Kapı çeşitlerine paralel olarak kapının üzerinde kullanılacak kilit çeşitleri de anılan şekilde ayrıştırılmaktadır.
- (13) PVC kilitlerinin kullanıldığı kapılar, yukarıda da izah edildiği üzere, suya ve neme

¹Anahtarların takıldığı/yerleştirildiği nesneye "barel" (silindir) adı verilmektedir. Anahtar vasıtasıyla kilitlerin içinde yer alan barel hareketlendirilmekte ve kilitleme işlemi gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle barel ve anahtar birbirleriyle uyumlu şekilde üretilmektedir.

dayanıklılık gerektiren, güvenliğin fazla önemli olmadığı alanlarda tercih edilmektedir. Dolayısıyla kullanıcı firmalar için ilk olarak kilitlerin fiyatı önemli olmakta; tüketiciler içinse kilitlerin markası önem arz etmemekte ve kapı üreticisinin tercihi onaylanmaktadır. Keza demir kapı kilitlerinin de apartman girişi, bahçe kapısı gibi demir kapı kullanılan alanlarda tercih edildiği göz önüne alındığında gerek nihai kullanıcı olan tüketici gerek anılan kapıların üreticileri gözünde birbiriyle ikame edilebilir olmadığı söylenebilmektedir.

- (14) Anılan dört grup kilit ve barellerin fiyatları bakımından da farklılaştığı görülmektedir. Çelik kapı kilitlerinin fiyatı 20 ila 150 TL arasında değişirken, genellikle ahşap dış kapılarda kullanılan silindirli kilitlerin fiyatı 23 ila 39 TL, silindirli tirajlı kilitlerin fiyatı 22 ila 96 TL arasında belirlenmektedir. Aynı şekilde PVC kapı kilitlerinin fiyatı 6 ila 17 TL, bağımsız olarak satılan barellerin fiyatı 7 ila 60 TL arasında değişmektedir².
- (15) Arz ikamesinden bahsedilebilmesi için; tedarikçilerin fiyatlarda meydana gelecek küçük ve kalıcı artışlar karşısında üretimlerini başka ürünlere kaydırabilmeleri ve bunları kısa dönemde kayda değer ek maliyetlere ve risklere katlanmak zorunda kalmadan gerçekleştirebilmeleri gerekmektedir.
- (16) Bu kapsamda, çelik kapı, ahşap kapı, demir kapı ve PVC kapı kilitlerinin üretim süreçlerinde farklı makine ve kalıplar kullanıldığı, birisinden diğerine geçiş anılan makine ve kalıpların değiştirilmesini gerektireceğinden geçiş maliyetinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Sektörde faaliyet gösteren diğer firmalardan elde edilen bilgiler de bu durumu teyit eder niteliktedir.
- (17) Diğer taraftan üretilen mekanik kilitlerin barelli olması durumunda barel üretimi için bir tesis ve montaj hattı kurmak gerekmekte ve anılan durum maliyetlerin artmasına neden olabilmektedir. Keza, barelin çalışmadığı hallerde ya da hırsızlık, anahtar kaybolması, ev değişikliği vb. gibi durumlarda kilitlerin tamamen değiştirilmesi yerine sadece barelin değiştirilmesiyle yetinildiği görülmektedir. Söz konusu ek kullanımlara olanak sağlamak için üreticiler tarafından da kilit yapımında kullanılan barellere ek olarak bağımsız barel üretimi ve satışı yapılmaktadır. Anılan nedenlerle yukarıda sayılan ürün grupları arasında arz ikamesinin de bulunmadığı düşünülmektedir.
- (18) Dosya mevcudu kapsamında elde edilen bilgi ve belgeler çerçevesinde, talep ve arz ikamesi bulunmadığı anlaşılan söz konusu ürün gruplarının her birinin ayrı bir pazar olarak ele alınması gerektiği sonucuna ulaşılmış ve ilgili ürün pazarları “*çelik kapı kilitleri pazarı*”, “*ahşap kapı kilitleri pazarı*”, “*demir kapı kilitleri pazarı*”, “*PVC kapı kilitleri pazarı*” ve “*barel pazarı*” olarak belirlenmiştir.

I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (19) İlgili ürün pazarında, ülkenin herhangi bir bölgesindeki rekabet koşullarının diğer bölgelerden farklılık göstermemesi, rekabet koşullarının ülkenin tamamında homojen bir yapı sergilemesi nedeniyle dosya kapsamında ilgili coğrafi pazar “*Türkiye*” olarak belirlenmiştir.

I.3. DEĞERLENDİRME

I.3.1. Hâkim Durum Değerlendirmesi

- (20) İnceleme konusu dosyada şikâyete temel olan iddia Kale Kilit’in, uygulamış olduğu bir takım fiyatlama ve münhasır satış politikaları ile hâkim durumunu kötüye kullandığı

² Fiyatlar KALE KİLİT’in 2012 yılı Fiyat Listesi’nden alınmıştır.

hususudur. Bu çerçevede yapılan değerlendirmede öncelikle Kale Kilit'in şikâyet konusu eylemlerinin kötüye kullanma olarak kabul edilip edilemeyeceği incelenmiş, ilerleyen bölümlerde yer verileceği üzere, söz konusu fiyatlama politikalarının ihlal niteliği taşımadığının tespit edilmiş olması nedeniyle bu dosya kapsamında Kale Kilit hakkında bir hâkim durum analizi yapılmasına gerek görülmemiştir.

- (21) Bu çerçevede değerlendirmenin bundan sonraki kısımlarında öncelikle yıkıcı fiyat teorisi üzerinde durulacak devamında ise Kale Kilit'in fiyatlama politikalarının ve iddia edilen münhasır satış sisteminin kötüye kullanma olup olmadığı hususu incelenecektir.

1.3.2. Yıkıcı Fiyat Teorisi

- (22) Rekabet hukukunda, tek taraflı davranışlar temel olarak dışlayıcı, ayrımcı ve sömürücü uygulamalar olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Birincil hat hasarı etkisi (*primary line injury/effect*) olarak da bilinen dışlayıcı uygulamalar hâkim durumdaki teşebbüs tarafından gerçekleştirilen tek taraflı davranışların söz konusu teşebbüs ile aynı pazarda bulunan rakipleri dışlayıcı (yatay) etkilerini; ikincil hat hasarı/etkisi (*secondary line injury*) olarak da bilinen ayrımcı uygulamalar ise, hâkim durumdaki teşebbüs tarafından gerçekleştirilen tek taraflı davranışların bu teşebbüs ile dikey ilişki içerisinde bulunan alıcıların bulunduğu pazarda, aynı durumdaki alıcılara farklı koşulların getirilmesi sonucu yarattığı ayrımcı etkileri ve sömürücü uygulamalar ise hâkim durumdaki teşebbüsün tüketicilerden tekel kârı elde etmesini ifade etmektedir.
- (23) Tek taraflı davranışları fiyatlamaya ilişkin ihlaller ve fiyatlama dışı ihlaller olarak sınıflandırmak da mümkündür. Yıkıcı fiyatlama, fiyat sıkılaştırması, aşırı fiyat, fiyat ayrımcılığı, bağlama/paket satış uygulamaları ve indirim sistemleri fiyatlamaya ilişkin kötüye kullanma hallerine; mal vermeyi reddetme, münhasırlık anlaşmaları ise fiyatlama dışı kötüye kullanma hallerine yönelik temel örneklerdir.
- (24) Dosya kapsamında esas itibarıyla, KALE KİLİT tarafından gerçekleştirilen indirim/prim sistemi ile yıl içindeki muhtelif kampanyalar incelemeye konu edilmiştir. Söz konusu uygulamaların, ilgili ürün ya da ürünlerin nihai fiyatlarında indirim yol açması nedeniyle her iki uygulama da nihai anlamda fiyatlama davranışları olarak kabul edilmektedir.
- (25) Yıkıcı fiyatlama, teşebbüsün, mevcut veya potansiyel rakiplerini pazar dışına çıkarabilmek ve özellikle disipline etmek gibi amaçlarla, belirli bir dönemde (kısa dönemde) maliyetinin altında satış fiyatı belirleyerek zarar etmeyi kabul ettiği rekabet karşıtı bir fiyatlama stratejisidir. Teşebbüsün yıkıcı fiyatlama yaparak belirli bir dönem için zarara katlanmasının, ancak bu davranışı sonucunda pazardaki konumunu devam ettirmeyi ya da daha fazla pazar gücü elde etmeyi tasarladığı zaman rasyonel/kârlı bir strateji haline dönüştüğü kabul edilmektedir.³
- (26) Bu çerçevede, yıkıcı fiyat uygulaması bakımından aşağıda yer verilen dört unsurun varlığından bahsedilebilecektir:
- İktisadi Üstünlük: Tekel gücü, hâkim durum gibi kavramlarla ifade edilen ve esasen özellikli bir pazar gücüne sahip olmak anlamındaki iktisadi üstünlük, yıkıcı fiyat uygulamasını gerçekleştiren teşebbüsün rakip ya da rakiplerine göre katlanılan zarara daha uzun süre dayanabilmesine olanak tanıyan finansal güce atıf yapmaktadır ve literatürde “derin cep” (*deep pocket*) olarak adlandırılmaktadır.

³ <http://www.rekabet.gov.tr/dosyalar/images/file/Ekonomi/rekabet.pdf>.

- **Olağandışı Düşük Fiyat:** Rakip ya da rakiplerin pazar dışına çıkarılması ya da marjinalize edilmesi ile sonuçlanabilecek bir yıkıcı fiyatlama, ilgili pazara ilişkin arz ve talep dengesinin işaret ettiği fiyata göre makul olmayacak derecede düşük düzeyde fiyatlama demektir. Bu anlamda maliyet altında belirlenen bir fiyat düzeyi, rekabeti verimlilik dışında, adil olmayan bir alana çektiği için böyle bir uygulamanın rekabet ihlali olarak nitelendirilmesi gerekebilecektir.
- **Niyet:** Uygulamanın pazar koşullarının zorlaması sonucu mu ortaya çıktığı yoksa rakibi etkisizleştirmeye yönelik sistematik bir plan dâhilinde mi gerçekleştiğinin ayırt edilebilmesi için maliyet altı satış ile amaçlananın gerçekte ne olduğunun tespiti önem arz etmektedir.
- **Hasat:** Hasat ile kısa dönemde katlanılan zarara yol açan yıkıcı fiyatlama sonrasında uzun dönemde elde edilen kazançların kastedildiği düşünüldüğünde, yıkıcı fiyatlamasının esasen getirisinin sonraki döneme bırakılan bir yatırım stratejisi olduğu söylenebilecektir.

(27) Bu çerçevede, yıkıcı fiyatlamasının iktisadi üstünlüğe sahip bir teşebbüsün, hasat yapma niyetiyle, maliyet altında satış yaparak rakiplerini etkisizleştirme girişimi olarak tanımlanması mümkündür.

1.3.3. Fiyat-Maliyet Analizinde Kullanılacak Maliyet Ölçütünün Belirlenmesi

(28) Hâkim durumdaki teşebbüslerin tek taraflı davranışlarının rekabet karşıtı etkilerinin değerlendirilmesi bakımından açık, anlaşılır ve başarılı bir şekilde yürütülebilir bir testin geliştirilmesi ve bu testin uygun bir fiyat-maliyet karşılaştırması ekseninde uygulanması gerekmektedir. Bu çerçevede, eşit etkinlikteki rakip testinin (*efficient competitor test*) yasal fiyat rekabeti ile yıkıcı fiyatlama özelinde ihlal niteliğindeki fiyatlama uygulamalarını birbirinden mümkün olabilen en doğru şekilde ayırabilmesini teminen en uygun maliyet ölçütlerinin seçimi ve analizi büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, ilk olarak Ortalama Kaçınılabilir Maliyet (OKM) ve Uzun Dönem Ortalama Artan Maliyet (UDOAM)'e ilişkin açıklamalara, daha sonra söz konusu maliyet ölçütlerine ilişkin eksiklik değerlendirmeleri kapsamında kısaca muhasebe temelli maliyetlere yer verilecektir. Ancak söz konusu açıklamalara geçmeden önce, ikisi de birer artan maliyet⁴ olan OKM ve UDOAM'nin içeriklerinin anlaşılmasını sağlamak amacıyla aşağıda çeşitli maliyet türlerine yönelik bilgi verilmektedir:

- **Doğrudan İlişkilendirilebilir (Direkt) Maliyetler:** Belirli bir ürünün ya da ürün grubunun üretilmesinde katlanılan maliyetlerdir. Söz konusu maliyetler ilgili ürün ya da ürün grubunun üretiminin durdurulması halinde ortadan kalkan maliyetlerdir. Direkt maliyetler sabit (yalnızca bir ürüne özgü bir üretim tesisi inşası için katlanılan maliyetler gibi) veya değişken olabilir.
- **Ortak Maliyetler:** Bir ürün grubunun üretiminden kaynaklanan maliyetlerdir. Örneğin motorlu taşıtlar üreten bir teşebbüsün yalnızca otomobil üretimi için katlandığı fakat herhangi bir modelle doğrudan ilişkilendirilemeyen maliyetler ortak maliyet olarak değerlendirilmektedir.
- **Genel Maliyetler:** Bir teşebbüsün tüm ürünleri tarafından paylaşılan maliyetlerdir. Genel maliyetler, direkt maliyetlerin ve ortak maliyetlerin dışında kalan maliyet kalemlerini içerir. Muhasebe gibi destek hizmetleri için katlanılan

⁴ Artan maliyet (incremental cost), bir teşebbüsün belli bir ürün ya da ürün grubu dışındaki üretiminin sabit olduğu varsayımı altında, söz konusu ürün ya da ürün grubunun üretim miktarındaki artışın maliyetlerde yol açtığı değişiklik olarak tanımlanabilir.

maliyetler genel maliyetlere örnek olarak verilebilir.

- **Paylaşılan Maliyetler**: Ortak ve genel maliyetlerin toplamından oluşan maliyetlerdir. Bu maliyetler teşebbüs tarafından üretilen ürünlere keyfi bir yöntemle dağıtılabilir. Ancak paylaşılan maliyetler keyfilik içermeyen bir nedensellik ilişkisiyle dağıtılabilirse dolaylı ilişkilendirilebilir maliyetler olarak adlandırılır. Buna karşılık, paylaşılan maliyetler yalnızca keyfilik içeren bir yöntemle dağıtılabiliyorsa ilişkilendirilemeyen (endirekt) maliyetler olarak anılmaktadır.

Ortalama Kaçınılabılır Maliyet (OKM)

- (29) OKM bir teşebbüsün faaliyetlerine son vermesi halinde katlanmayacağı ya da tasarruf edeceği maliyetlerin, üretiminden vazgeçilen toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmektedir. OKM, bir teşebbüsün pazarda faaliyetine devam ederek üretimini artırdığında katlandığı (artan) maliyetler ile üretimini azaltması ya da pazardan çıkışı yapması halinde kaçındığı maliyetlerin karşılaştırılmasını içermektedir. Söz konusu maliyetlerden ilkinin diğerlerinden yüksek olduğu durumlarda rasyonel bir teşebbüs, cari fiyatlar üzerinden üretimini azaltma ya da durdurma yoluna gidecektir. Bu nedenle OKM, tüm değişken maliyetlerin yanı sıra batık olmayan, teşebbüsün pazardan çıkması halinde kaçınılabileceği sabit maliyetleri de içermektedir. Bu çerçevede OKM, ortak ve batık maliyetleri içermemekte, üretimle doğrudan ilişkilendirilebilir tüm değişken ve sabit maliyetleri içermektedir. Bu anlamda bir kısa dönem maliyet ölçütü olarak kabul edilebilecek OKM'nin kapsamını, hangi maliyetlerin kaçınılabılır olup olmadığı belirleyecektir. Bir maliyetin kaçınılabılır olup olmadığı ise incelemeye konu fiyatlamamanın geçerli olduğu dönemin uzunluğuna göre değişebilecek bir husustur. Kısa dönemde kaçınılabılır olmayan pek çok maliyet kalemi, daha uzun dönemde kaçınılabılır bir niteliğe kavuşacaktır. OKM'nin hesaplanacağı zaman dilimi incelenen fiyatların geçerli olduğu ya da geçerli olmasının beklendiği zaman dilimi olmalıdır.
- (30) Hâkim durumdaki teşebbüsün kendi OKM'si altında bir fiyatlamaya gitmesi, kısa dönemde eşit etkinlikteki bir rakibin zarara katlanmadan faaliyetlerine devam edemeyeceğine ve hâkim durumdaki teşebbüsün rakibini dışlama amacına işaret etmektedir.

Uzun Dönem Ortalama Artan Maliyet (UDOAM)

- (31) UDOAM, bir teşebbüsün toplam üretim maliyetinden, ilgili ürün üretilmeseydi gerçekleşecek toplam üretim maliyetinin çıkarılmasından sonra kalan maliyetin, ilgili ürüne ilişkin üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmektedir. Bir kısa dönem maliyet ölçütü olan OKM'nin fiyatlamaya ilişkin dışlama uygulamalarının belirlenmesinde birtakım eksiklikleri olduğu düşünülmektedir. Bir pazara girişe ve o pazarda kalarak faaliyete devam etmeye yönelik kararların yalnızca üretime ilişkin ivedi kararları etkileyen kısa dönem maliyetlerine bağlı olmadığı, aynı zamanda pazara giriş yapmanın ve pazarda kalmanın sermaye maliyeti de dâhil uzun dönem toplam maliyetlere bağlı olduğu; OKM'nin ODM gibi sabit – değişken maliyet ayrımı yapmamasına karşın OKM'nin aksine UDOAM'nin, ağ endüstrileri ya da fikri mülkiyet haklarının büyük önem arz ettiği endüstrilerde batık maliyetler de dâhil olmak üzere, özellikle uzun dönemlere yayılan, çok yüksek miktarlardaki ve kısa dönemde kaçınılabılır maliyet kalemi olarak görülemeyen maliyetleri kapsamına alabildiği ve UDOAM'nin ürüne özgü uzun dönem maliyet ölçütlerinin ortak maliyetlerin iki ya da daha fazla sayıdaki operasyon arasında dağıtımına ilişkin zorluğu ortadan kaldırdığı söz konusu eksikliklere dair ortaya konulan başlıca hususlardır. Bu çerçevede UDOAM, batık maliyet olsa bile ürüne özgü ar-ge maliyeti benzeri maliyetleri, faaliyet ve bakım maliyetlerini, üretimin artan bölümü için katlanılan sermaye maliyetlerini ve

artan (ürünle doğrudan ilişkilendirilebilir) endirekt maliyetleri de içermektedir.

- (32) Artan maliyetlerin hesap edilmesinde ortak ve genel maliyetler genellikle hesaba katılmamaktadır. Nitekim UDOAM'ye getirilen en büyük eleştiri, üretimin gerçekleşmesi nedeniyle ortaya çıkan ancak ilgili ürünün üretimiyle doğrudan ilişkilendirilemeyen ortak (ve genel) maliyetlerin hesaplama katılmamasıdır.
- (33) UDOAM'nin altında bir fiyatlamanın yıkıcı/dışlayıcı uygulamaya ilişkin tek başına yeterli kanıt oluşturmayabileceği de ifade edilmektedir. Zira teşebbüsler, pazara giriş yapıp üretim kararlarını etkilemeyen batık maliyetlere bir kere katlandıktan sonra, artık batık nitelikte olan bu maliyetleri göz ardı ederek dışlama niyetinde olmadan, ilgili pazarın koşulları gereği UDOAM'nin altında fiyatlama yapabilirler. Bu nedenle, yıkıcı fiyatlama bahsedilebilmesi için UDOAM'nin altındaki bir fiyatlamaya, eşit etkinlikteki bir rakibi dışlama niyetinin eşlik etmesi gerekmektedir. Tam da bu noktada, batık maliyetlerin hesaba katılmadığı, bir kısa dönem maliyet ölçütü olan OKM devreye girmektedir. Bu kapsamda yıkıcı fiyat uygulamalarının hem kısa dönemli bakış açısı sunan OKM hem de uzun dönemli bir bakış açısı sunan UDOAM çerçevesinde yapılmasının isabetli olacağından söz edilebilecektir.

I.3.4. Yıkıcı Fiyata İlişkin Değerlendirme

- (34) Teorik çerçevenin özetlendiği yukarıdaki bölümde yer verildiği üzere, yıkıcı fiyat uygulaması bakımından dört unsurdan bahsedilebilecektir. Her ne kadar dosya kapsamında yapılan yıkıcı fiyat analizi çerçevesinde bu unsurlardan ilki olan iktisadi üstünlük kapsamında KALE KİLİT'in hakim durumda olduğuna dair bir değerlendirme yapılmasına gerek görülmemişse de, bu unsurun mevcut olduğu varsayılarak Kanun kapsamında herhangi bir ihlalin söz konusu olup olmadığı değerlendirilecektir. Bu çerçevede, öncelikle yıkıcı fiyat analizinin ikinci asli unsuru olan olağandışı düşük fiyat bağlamında maliyet altı fiyatlamanın varlığı incelenecektir.
- (35) Yukarıda yer verildiği üzere, hâkim durumdaki teşebbüsün tek taraflı davranışları bakımından yasal fiyat rekabeti ile yıkıcı fiyatlama özelinde ihlal niteliğindeki fiyatlama uygulamalarının birbirinden ayrılmasına ilişkin analizin açık, anlaşılabilir ve öngörülebilir bir şekilde tesis edilmesini teminen eşit etkinlikteki rakip testi benimsenmektedir. Bu çerçevede, maliyet altı fiyatlama analizlerinde KALE KİLİT'in (fiyat ve) maliyetleri esas alınmıştır.
- (36) OKM'nin altındaki fiyatlamanın hâkim durumdaki teşebbüsün kısa dönemdeki kârdan feragat ettiğini ve eşit etkinlikteki rakibin zarara katlanmadan müşterilere hizmet sunamayacağını gösterdiği; UDOAM altındaki fiyatlamanın da, hâkim durumdaki teşebbüsün ilgili ürün ya da hizmeti üretmek için katlandığı doğrudan ilişkilendirilebilir sabit maliyetlerin tamamını karşılayamadığını ve dolayısıyla eşit etkinlikteki rakibin pazardan dışlanabileceğini gösterdiği belirtilmektedir. UDOAM, ağ endüstrileri ya da fikri mülkiyet haklarının büyük önem arz ettiği endüstrilerde batık maliyetler de dâhil olmak üzere, özellikle uzun dönemlere yayılan, çok yüksek miktarlardaki ve kısa dönemde kaçınılabilir maliyet kalemi olarak görülemeyen maliyetleri kapsamına aldığı göz önünde bulundurulduğunda, incelemeye konu pazarların niteliği gereği her ikisi de birer artan maliyet ölçütü olan OKM ile UDOAM arasında bir ayrım yapılmamıştır.
- (37) Bununla birlikte, artan maliyet ölçütlerinin ürünle doğrudan ilişkilendirilebilir sabit ve değişken maliyet kalemlerini dikkate aldığı; ortak ve genel maliyet kalemlerini maliyet hesaplamasında dikkate almadığı bilinmektedir. Ürünün üretiminden kaynaklandığı halde ilgili ürünle doğrudan ilişkilendirilemeyen ortak ve genel maliyetlerin maliyet hesaplamasında kapsam dışı bırakılmasının nedeni, ürünler ile dağıtımına konu maliyetler arasında bir nedensellik bağı kuramamasıdır. Ancak ortak ve genel

maliyetler keyfilik içermeyen bir nedensellik ilişkisiyle ürünlerin maliyetlerine dağıtılabilirse dolaylı ilişkilendirilebilir maliyetler olarak adlandırılmaktadır. Böyle bir durumda, faaliyet tabanlı maliyetleme yönteminin öngördüğü üzere, ortak ve genel maliyetler öncelikle faaliyetlere yüklenerek faaliyetlerin maliyeti belirlenmekte; daha sonra faaliyetlerin maliyetleri, her bir faaliyete özgü maliyet sürücüleri (ilgili dağıtım kıstasları) aracılığıyla her bir ürünün söz konusu faaliyetten yararlanma derecelerine göre o ürüne dağıtılmaktadır.

- (38) KALE KİLİT tarafından her bir ilgili ürün pazarına yönelik olarak gönderilen maliyet kalemlerine üst başlıklar şeklinde aşağıda yer verilmektedir.

- A. Değişken Giderler
 - (Direkt) Malzeme
 - Direkt Ücret ve Giderler
 - Endirekt Ücret ve Giderler
 - Muhtelif İşletme Giderleri
 - Enerji Giderleri
 - Tamir Bakım Giderleri
 - Diğer Giderler
- B. Sabit Giderler
 - Amortisman Giderleri
 - Kira Giderleri
 - Diğer Giderler
- C. Zahiri Finansman Maliyeti

- (39) Yıkıcı fiyat analizine konu KALE KİLİT ürün gruplarına ilişkin artan maliyet ölçütlerinin kapsamına esasen, yukarıda yer verilen maliyet kalemleri arasından, doğrudan ilişkilendirilebilir maliyet kalemleri olarak direkt malzeme ve direkt ücret ve giderler girmektedir.
- (40) Bununla birlikte, KALE KİLİT tarafından maliyet kalemlerinin nasıl hesaplandığı sorusuna ilişkin olarak;

(TİCARİ SIR)

açıklamalarında bulunulmuştur.

- (41) Yukarıda yer verilen açıklamalardan, fiyat-maliyet analizine konu KALE KİLİT ürün gruplarına ilişkin ortak ve genel maliyetlerin, ilgili ürün gruplarına keyfi bir yöntemle değil, anlamlı maliyet sürücüleri (dağıtım kıstasları) aracılığıyla dağıtıldığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, söz konusu fiyat-maliyet analizlerinde, doğrudan ilişkilendirilebilir maliyetlerin yanında, dolaylı ilişkilendirilebilir maliyet olarak kabul edilebilecek ortak ve genel maliyetler de maliyet hesaplaması kapsamı içine alınmıştır. Bu anlamda, KALE KİLİT ürün gruplarına ilişkin yürütülen fiyat-maliyet analizlerinde temel alınan maliyet ölçütünün kapsamı mümkün olabildiğince geniş tutulmuştur.
- (42) Bu bilgiler ışığında eşit etkinlikteki rakip testi doğrultusunda KALE KİLİT'in Ocak 2008 – Mart 2012 arasındaki dönemde, her bir ilgili pazara ilişkin fiyat-maliyet analizleri incelendiğinde; Ocak 2008 – Mart 2012 arası dönemde, KALE KİLİT'in tüm ilgili

pazarlarda ürün gruplarına ilişkin birim fiyatlarının, söz konusu ürün gruplarına ilişkin ortak ve genel maliyetleri de içeren birim maliyetlerin üzerinde bulunduğu açık bir şekilde görülmüştür. Sadece demir kapı kilitleri pazarında, noktasal bazda birkaç kez birim fiyatların, ortak ve genel maliyetleri de içeren birim maliyetlerin altına düştüğü görülmekle birlikte, söz konusu düşüşlerin incelemeye konu dönemdeki maliyet üstü fiyatlandırma şeklindeki genel seyri yansıtmadığı ve arızı bir nitelik arz ettiği anlaşılmıştır.

- (43) Bu çerçevede, KALE KİLİT tarafından gerçekleştirilen indirim/prim sistemi ile yıl içindeki muhtelif kampanyaların belirlediği ilgili pazarlardaki ürün gruplarına ilişkin nihai birim fiyatların, söz konusu ürün gruplarına ilişkin ortak ve genel maliyetleri de içeren birim maliyetlerin üzerinde olduğu görülmüştür. Kampanya döneminde, KALE KİLİT'in her bir ilgili pazardaki toplam gelirinin, toplam maliyetinin üzerinde olduğu açık bir şekilde görülmüştür. Bu nedenle, KALE KİLİT tarafından gerçekleştirilen fiyatlama davranışlarının kendisi [bu analiz bazında hâkim durumda olduğu varsayılan teşebbüs] kadar etkin olduğu kabul edilen rakiplerden kaynaklanan rekabeti engelleyici nitelikte olmadığı anlaşılmaktadır.
- (44) KALE KİLİT tarafından ilgili pazarlardaki ürün gruplarına ilişkin gerçekleştirilen fiyatlama uygulamaların eşit etkinlikteki rakipleri dışlayıcı nitelikte olmadığı tespitine ek olarak Ocak 2008 – Mart 2012 arası dönemde, her bir ilgili pazara ilişkin KALE KİLİT birim fiyatları ile İTO KİLİT ve DAF KİLİT'in birim maliyetlerinin karşılaştırmalı seyri incelendiğinde ise; KALE KİLİT'in tüm ilgili pazarlardaki birim fiyatlarının (.....)'in birim maliyetlerinin oldukça üzerinde olduğu görülmektedir. KALE KİLİT'in çelik kapı ve ahşap kapı kilitleri pazarındaki birim fiyatlarının Nisan 2011 dönemine kadar noktasal bazdaki bir iki dönem dışında, (.....)'in birim maliyetlerinin üzerinde bulunduğu; KALE KİLİT'in fiyatlarında kampanyalar yapmak suretiyle indirime gittiği Temmuz 2011 dönemini de kapsayan Nisan 2011 sonrasında ise çelik kapı kilitleri pazarında zaman zaman, ahşap kapı kilitleri pazarında ise görece daha belirgin biçimde (.....)'in birim maliyetlerinin altına düştüğü görülmektedir. Yapılan analizlerden ayrıca, ahşap kapı kilitleri pazarındaki duruma ilişkin olarak Nisan 2011 sonrasında KALE KİLİT'in birim fiyatlarındaki düşüşten ziyade (.....)'in birim maliyetlerindeki yükseliş dikkat çekmektedir. KALE KİLİT birim fiyatları – (.....) birim maliyetlerinin Nisan 2011 sonrasında nispeten birbirine yakın olduğu ve dalgalı şekilde birbirlerinin altında ve üstünde bulunduğu çelik kapı kilitleri pazarında ise (.....)'in maliyetlerinde ahşap kapı kilitleri pazarındakine benzer bir artış görülmemektedir. PVC kapı kilitleri pazarında yine noktasal bazda birkaç dönem dışında olmak üzere, demir kapı ve PVC kapı kilitleri ile barel pazarlarında KALE KİLİT birim fiyatları (.....)'in birim maliyetlerinin üzerinde bulunmaktadır.
- (45) Bu çerçevede, KALE KİLİT'in ilgili pazarlardaki birim fiyatlarının sadece kendisi kadar etkin olduğu kabul edilen rakiplerinin değil, aynı zamanda rekabetçi kabul edilebilecek iki önemli rakibinden birisinin inceleme konusu dönemin tamamında birim maliyetlerinin üzerinde olduğu, diğerinin ise sadece fiyatlarında kampanyaya gittiği dönemde çelik ve ahşap kapı kilitleri pazarlarındaki birim maliyetlerinin altına düştüğü, bu durumda söz konusu rakibin maliyetlerindeki artışın da önemli bir payı olduğu anlaşılmaktadır.
- (46) Son olarak ilgili pazarlarda faaliyet gösteren kayda değer büyüklükteki diğer oyuncuların birim fiyatlarının karşılaştırması dikkate alındığında; KALE KİLİT'in ilgili pazarların tamamında birim fiyatlarının, esasen pazarın yüksek güvenli ürünler segmentini oluşturan ürünler satan ve dolayısıyla ürünlerinin fiyatları pazardaki diğer tüm ürünlerden oldukça yüksek düzeyde olan (.....) dışındaki teşebbüslerin birim

fiyatlarının üzerinde bulunduğu görülmüştür.

I.3.5. KALE KİLİT İndirim Sistemlerinin Değerlendirilmesi

- (47) Öncelikle, raportörler tarafından gerek KALE KİLİT'te gerek bayilerinde yapılan yerinde incelemeler esnasında KALE KİLİT ürünlerinin münhasıran satıldığını gösteren herhangi bir bilgi veya belgeye rastlanılmadığının belirtilmesinde fayda görülmektedir.
- (48) KALE KİLİT tarafından bayilere uygulanan indirim/prim sistemleri, dosya kapsamında rekabet karşıtı dışlamaya yol açıp açmadıkları bağlamında bağımsız olarak değerlendirilmemektedir. Söz konusu yöntemin benimsenmesinin asıl nedeni, KALE KİLİT'in indirim/prim sistemlerine muhatap bayilerin ilgili pazarlardaki konumundan kaynaklanmaktadır. Şöyle ki, bahse konu bayiler ilgili pazarlarda faaliyet gösteren kilit üreticilerinin ürünlerinin dağıtımında alternatifi olmayan, rakiplerin erişimine açılması zorunlu bir nitelik taşımamaktadır.
- (49) Rekabet hukuku incelemesine konu olan pek çok indirim sistemi, nihai tüketicilere değil aracı konumundaki profesyonel alıcılara yöneliktir. Bu açıdan bakıldığında, rakibin dışlanması ya da maliyetlerinin artırılması, temel olarak indirim konu ürün pazarının dışındaki bir pazarda; dağıtım, perakende satış hizmetleri ya da bu ürünü tamamlayıcı nitelikteki herhangi başka bir girdi pazarında pazar gücünün elde edilmesini gerektirmektedir.
- (50) Bu çerçevede, KALE KİLİT indirim/prim sistemlerine muhatap bayiler, alternatifi olmayan dağıtım kanalı niteliği taşımamakta; diğer bir deyişle, ilgili pazarlarda faaliyet göstermek için girilmesi zorunlu nitelik arz eden tamamlayıcı ürün pazarı birimlerini oluşturmamaktadır. Zira söz konusu bayiler, ilgili pazardaki ürünlerin nihai tüketicilere ulaştırılmasını sağlayan son satış noktalarını değil, son satış noktalarına veya onlardan önceki yeniden satış noktalarına ürünlerin ulaştırılmasına aracılık eden, toptancı niteliğindeki birimlerdir.
- (51) Bahse konu bayilerin, sektörde cereyan eden işlem hacmi bakımından belli bir ağırlıklarının olduğundan bahsedilmesi gerekmele birlikte; bu durum, ilgili pazarlarda faaliyet göstermek için, söz konusu bayilerin rakiplerin erişimine açılması gerektiği anlamına gelmemektedir. Kaldı ki, sektörde özellikle belli büyüklükteki bayilerin belli markalar ile kısmen özdeşleştiğinden⁵ bahsedilebilecekse de, KALE KİLİT indirim/prim sistemine muhatap bayilerin hiçbirinde, rakip oyuncuların ürünlerinin satılmaması gibi bir durum da söz konusu değildir.
- (52) Rakip oyuncular, ürünlerini son satış noktalarına benzer ya da farklı dağıtıcıları/dağıtım kanallarını kullanarak erişebilmektedirler. Nitekim bu durum rakiplerin bizzat kendileri tarafından da ifade edilmektedir.
- (53) Son olarak belirtilmesinde fayda görülen bir diğer husus da ilgili pazarlarda KALE KİLİT dışında İTO KİLİT ve DAF KİLİT'in de bayilerine yönelik olarak indirim/prim sistemi uygulamakta olduğudur.
- (54) Öte yandan, dosya kapsamında KALE KİLİT tarafından uygulanan indirim/prim sistemlerinin dışlayıcı etkileri değerlendirilmektedir. Şöyle ki, söz konusu indirim/prim sistemleri, KALE KİLİT tarafından yıl içinde, ilgili pazarlardaki ürün ya da ürün gruplarına yönelik düzenlenen kampanyalar ile birlikte ilgili ürün ya da ürünlerin

⁵ Örneğin İTO KİLİT'le münhasır çalışan bayiler de bulunmaktadır.

bayilerce nihai alım fiyatlarında indirim yol açması nedeniyle, her iki uygulama da son tahlilde fiyatlama davranışları olarak değerlendirilmiş ve bu nedenle KALE KİLİT indirim/prim sistemleri, söz konusu kampanyalar ile birlikte, maliyet altı satış yapılıp yapılmadığının tespitini teminen yıkıcı fiyat analizi altında incelenmiştir.

I.3.6. Yıkıcı Niyet Değerlendirmesi

- (55) Yıkıcı fiyatlamamanın unsurları arasında kabul edilen dışlama niyetinin varlığı doğrudan ya da dolaylı şekilde ortaya konulabilmektedir. Yıkıcı fiyat teorisi kısmında yer verildiği üzere, UDOAM'nin altında bir fiyatlamamanın yıkıcı/dışlayıcı uygulamaya ilişkin tek başına yeterli kanıt oluşturmayabileceği de ifade edilmektedir. Zira teşebbüsler, pazara giriş yapıp üretim kararlarını etkilemeyen batık maliyetlere bir kere katlandıktan sonra, artık batık nitelikte olan bu maliyetleri göz ardı ederek dışlama niyetinde olmadan, ilgili pazarın koşulları gereği UDOAM'nin altındaki bir düzeyde fiyatlama yapabilirler. Bu nedenle, yıkıcı fiyatlamadan bahsedilebilmesi için UDOAM'nin altındaki bir fiyatlamaya eşit etkinlikteki bir rakibi dışlama niyetinin eşlik etmesi gerekmektedir. Tam da bu noktada, batık maliyetlerin hesaba katılmadığı, bir kısa dönem maliyet ölçütü olan OKM devreye girmektedir. Nitekim OKM'nin altındaki fiyatlama hâkim durumdaki teşebbüsün kısa dönemdeki kârdan feragat ettiği ve eşit etkinlikteki rakibin zarara katlanmadan müşterilere hizmet sunamayacağını göstermekte; daha sonra UDOAM altındaki fiyatlama da, hâkim durumdaki teşebbüsün ilgili ürün ya da hizmeti üretmek için katlandığı doğrudan ilişkilendirilebilir sabit maliyetlerin tamamını karşılayamadığına ve dolayısıyla eşit etkinlikteki rakibin pazardan dışlanabileceğine işaret etmektedir.
- (56) Bu çerçevede, dışlama niyetini ortaya koyan içsel dokümanlar, hâkim durumdaki teşebbüsün rakiplerini dışlama niyetinin varlığına yönelik doğrudan delil niteliğindedir. Bununla birlikte, OKM'nin altındaki fiyatlama da hâkim durumdaki teşebbüsün açık dışlama niyetinin varlığına yönelik dolaylı delil niteliğindedir.
- (57) Bir önceki bölümde yer verilen ve esasen yıkıcı fiyatlamamanın ilgili pazarlarda etki göstermesi için gerekli olan maliyet altı fiyatlamamanın KALE KİLİT bakımından geçerli olmadığı, KALE KİLİT'in ilgili pazarlardaki birim fiyatlarının sadece doğrudan ilişkilendirilebilir sabit ve değişken maliyetleri içeren OKM'sinin değil, söz konusu maliyetlerin yanı sıra ortak ve genel maliyetleri (zahiri finansman maliyeti dâhil olmak üzere) de içeren birim maliyetlerinin de üzerinde olduğu ortaya konulmuştur. Bunun yanında, gerek KALE KİLİT'te gerek bayilerinde yapılan yerinde incelemelerde elde edilen bilgi ve belgelerden, KALE KİLİT'in ilgili pazardan rakiplerini dışlama niyetini ortaya koyan herhangi bir içsel dokümana da rastlanılmamıştır.
- (58) Yerinde incelemelerde elde edilen belgelerden, KALE KİLİT'in bölge ziyaretlerine yönelik ajanda notları, her ay düzenli olarak bölge temsilcileri tarafından tutulan bölge değerlendirme raporları ve rakiplerin fiyatlama uygulamalarına yönelik yazışmalardan, KALE KİLİT'in düzenli olarak Türkiye çapında bölge bölge bayilerin, müşterilerin ve rakiplerin durumlarını sıkı bir şekilde izlediği, yapılan tespitlere göre bölgelerin aylık durumlarına ilişkin tespitler yaptığı ve getirilen öneriler doğrultusunda yeniden pozisyon aldığı ve rakiplerin fiyat konusundaki rekabetçi hamlelerine karşılık verdiği anlaşılmaktadır.
- (59) Yukarıda yer verildiği üzere, KALE KİLİT'in ilgili ürün pazarlarındaki fiyatlama düzeyi sahip olduğu marka imajı ve itibarı, bilinirlik ve kaliteli ürün gamı ile pazar ortalamalarının üzerinde seyretmekte; rakipler de ilgili pazarlardaki fiyatlama davranışlarını hâkim durumdaki KALE KİLİT'in fiyatlama kararlarını dikkate alarak,

belli bir marj aşağıda olacak şekilde belirlemektedirler. Nitekim bu husus rakipler tarafından da ifade edilmektedir.

- (60) Bu bağlamda, KALE KİLİT tarafından son dönemlerde, ilgili pazarlarda yaşanan pazar payı dalgalanmalarına tepki olarak gerçekleştirilen görece alışılmadık düzeydeki fiyat indirimlerinin, ilgili pazarların alışageldiği KALE KİLİT fiyat düzeyi – diğer teşebbüslerin fiyat düzeyi ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda, ilgili pazarlarda gerek rakipler gerek bayiler nezdinde kayda değer yansımalarının olduğu anlaşılabilecektir. Ancak yapılan fiyat maliyet analizlerinin incelenmesi neticesinde, KALE KİLİT'in soruşturmaya konu fiyatlama ve satış uygulamalarının 4054 sayılı Kanun kapsamında, yıkıcı fiyatlama özelinde rekabet karşıtı dışlayıcı nitelikte olmadığı ve yasal fiyat rekabeti olarak kabul edilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak bütün bu açıklama ve değerlendirmeler çerçevesinde, KALE KİLİT tarafından gerçekleştirilen indirim/prim sistemi ile yıl içindeki muhtelif kampanyaların belirlediği ilgili pazarlardaki ürün gruplarına ilişkin nihai birim fiyatların, hem KALE KİLİT'in kendisi kadar etkin olduğu kabul edilen rakiplerden hem de ilgili pazarlarda faaliyet gösteren rekabetçi öneme sahip olduğu kabul edilen mevcut rakiplerden kaynaklanan rekabeti engelleyici nitelikte olmadığı kanaatine varılmıştır.

J. SONUÇ

- (61) Rekabet Kurulunun 17.08.2011 tarih ve 11-45/1032-M sayılı kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara, sözlü savunma toplantısında yapılan açıklamalara ve incelenen dosya kapsamına göre; KALE Kilit ve Kalıp Sanayi A.Ş. tarafından gerçekleştirilen indirim/prim sistemi ile yıl içindeki muhtelif kampanyalar bağlamında ilgili pazarlardaki fiyatlama uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında ihlal niteliği taşımadığına ve dolayısıyla adı geçen teşebbüs hakkında aynı Kanun'un 16. maddesi uyarınca idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına OYBİRLİĞİ ile Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere karar verilmiştir.