

Uzmanlık Tezleri Serisi No: 218

REKABET KURUMU

REKABET HUKUKU
PERSPEKTİFİNDEN MOTORLU
TAŞITLAR SEKTÖRÜNDEKİ
İŞBİRLİKLERİ

ELİF SIDIKA SARI YILDIZ

**REKABET HUKUKU
PERSPEKTİFİNDEN MOTORLU
TAŞITLAR SEKTÖRÜNDEKİ
İŞBİRLİKLERİ**

ELİF SIDIKA SARI YILDIZ

Ekim 2022

©Bu eserin tüm telif hakları
Rekabet Kurumuna aittir. 2022

Baskı, Ekim 2022
Rekabet Kurumu-ANKARA

Bu kitapta öne sürülen fikirler eserin yazarına aittir;
Rekabet Kurumunun görüşlerini yansıtmaz.

Bu tez, Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı Ferhat TOPKAYA,
Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı Dr. Faik Metin TİRYAKİ, IV.
Denetim ve Uygulama Dairesi Başkanı Selvi KOCABAY, VI. Denetim ve
Uygulama Dairesi Başkanı Mehmet Ömür PAŞAOĞLU ve Dış İlişkiler
ve Rekabet Savunuculuğu Dairesi Başkanı Zeynep MADAN'dan oluşan
Tez Değerlendirme Heyeti tarafından 01.09.2021 tarihinde yürütülen Tez
Savunma Toplantısı sonucunda yeterli ve başarılı kabul edilmiştir.

Tez yazarı Elif Sıdıka SARI YILDIZ, 08.11.2021 tarihinde yazılı ve
03.12.2021 tarihinde sözlü olarak yapılan Yeterlik Sınavlarında başarılı
olmuş ve Başkanlık Makamının 03.12.2021 tarih ve 35535 sayılı onayı ile
Rekabet Uzmanı olarak atanmıştır.

YAYIN NO

402

Sevgili Eşime ve Aileme...

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iv
GİRİŞ	1

BÖLÜM 1

MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNÜN GENEL ÖZELLİKLERİ

1.1. MOTORLU TAŞITLARIN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	5
1.2. MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNÜN YAPISI.....	8
1.3. DÜNYADA MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ	12
1.4. TÜRKİYE’DE MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ.....	14
1.5. GENEL DEĞERLENDİRME	19

BÖLÜM 2

MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDEKİ YATAY İŞBİRLİKLERİNİN REKABET HUKUKU AÇISINDAN İNCELENMESİ

2.1. REKABETİN TANIMI VE REKABET HUKUKU UYGULAMALARINA GENEL BAKIŞ.....	22
2.2. YATAY İŞBİRLİĞİ ANLAŞMALAR VE ÇEŞİTLERİ	24
2.2.1. Yatay İşbirliği Anlaşmalarında Bilgi Değişimi.....	26
2.2.2. Ar-Ge Anlaşmaları.....	27
2.2.2.1. Ar-Ge Anlaşmalarının Rekabet Hukuku Çerçevesinde Değerlendirilmesi	28
2.2.3. Üretim Anlaşmaları	29
2.2.3.1. Üretim Anlaşmalarının Rekabet Hukuku Çerçevesinde Değerlendirilmesi	30
2.3. MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDEKİ BİLGİ DEĞİŞİMLERİNİN REKABET HUKUKU ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ	32
2.3.1. Dünya Uygulamaları	32
2.3.1.1. Beşli Grup Soruşturması	32
2.3.1.2. Çelik Kararı	33

2.3.1.3. Occupant Safety Systems Kararı	33
2.3.1.4. Carglass Kararı	34
2.3.2. Türkiye Uygulamaları	35
2.3.2.1. Otomotiv Distribütörlerine İlişkin Kararlar	35
2.3.2.2. Teşebbüs Birliklerinin Bilgi Paylaşımına İlişkin Kararlar.....	37
2.4. GENEL DEĞERLENDİRME.....	39

BÖLÜM 3

MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDE İNOVASYON VE YENİ İŞBİRLİĞİ MODELLERİ

3.1. MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN İŞBİRLİKLERİ VE İNOVASYON İLİŞKİSİ.....	42
3.1.1. İnovasyon Türleri	42
3.1.1.1. Ürün İnovasyonu	42
3.1.1.2. Süreç İnovasyonu	43
3.1.1.3. Pazarlama İnovasyonu	43
3.1.2. Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Ar-Ge Anlaşmalarının Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi	44
3.1.2.1. Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Ar-Ge ve Üretim Anlaşmalarının Dünyadaki Örnekleri	45
3.1.2.2. Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Ar-Ge ve Üretim Anlaşmalarının Türkiye'deki Örnekleri.....	47
3.2. MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDEKİ İNOVASYONA İLİŞKİN ÇALIŞMA: ELEKTRİKLİ ARAÇLAR.....	51
3.2.1. Elektrik Motorlu Araçların Tarihsel Gelişimi.....	51
3.2.1.1. Tesla, Inc.'nin Motorlu Taşıtlar Sektörüne Girişi.....	53
3.2.1.2. Volkswagen AG'nin Dizel Skandalı.....	54
3.2.2. Elektrikli Araç Türleri	55
3.2.2.1. Yakıt Pili Elektrikli Araçlar	55
3.2.2.2. Hibrit Elektrikli Araçlar.....	56
3.2.2.3. Bataryalı Elektrikli Araçlar (Tam Elektrikli Araçlar).....	56

3.2.3. Geleneksel Araçlar ile Elektrikli Araçların Kıyaslanması.....	56
3.2.3.1. Çevresel Faktörler	57
3.2.3.2. Sağlık Etkileri.....	57
3.2.3.3. Menzil.....	57
3.2.3.4. Yakıt Dolum ve Şarj Süreleri.....	58
3.2.3.5. Yakıt Tasarrufu	58
3.2.3.6. Satış Fiyatı.....	59
3.2.3.7. Bakım Ücretleri	59
3.2.3.8. Sessiz Çalışma.....	60
3.2.3.9. Hızlanma	60
3.2.3.10. Araç Üretim Maliyeti.....	60
3.2.3.11. Altyapı	60
3.2.3.12. Hava Şartları.....	60
3.2.4. Elektrikli Araçlara Yönelik İşbirlikleri.....	61
3.3. YENİ MODEL İŞBİRLİKLERİNİN REKABET HUKUKUNDAKİ YERİ.....	63
SONUÇ	65
ABSTRACT	68
KAYNAKÇA	69
ŞEKİL DİZİNİ	
Şekil 1: 2010-2020 Döneminde Türkiye’deki Binek ve Ticari Araç Satışları ...	15
Şekil 2: Toplam Binek Araç Satışlarına Göre 2020 Yılında Pazar Payı %5’in Üzerinde Olan Markalar	15
Şekil 3: Yerli Binek Araçların 2020 Yılı Pazar Payları Tablosu	16
Şekil 4: 2010-2020 Dönemi Türkiye’deki Ticari Araç Satışları	18
Şekil 5: Toplam Hafif Ticari Araç Satışlarına Göre 2020 Yılında Pazar Payı %5’in Üzerinde Olan Markalar	18
Şekil 6: Yerli Üretim Hafif Ticari Araçların 2020 Yılı Pazar Payları Tablosu...	19

KISALTMALAR

4054 sayılı Kanun	: 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
AB	: Avrupa Birliği
AB Kılavuzu	: Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın 101 maddesinin Yatay İşbirliği Anlaşmalarına Uygulanabilirliğine Dair Kılavuzu
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ABD Rekabet Kılavuzu	: Rakipler Arası İşbirlikleri İçin Antitröst Kılavuzu
ABİDA	: Avrupa Birliğinin İşleyişine Dair Anlaşma
AG	: Aktiengesellschaft
A.g.k.	: Adı geçen karar/kaynak
Ar-Ge	: Araştırma geliştirme
Ar-Ge Tebliğ:	: 2016/5 sayılı Araştırma ve Geliştirme Anlaşmalarına İlişkin Tebliğ
Bkz.	: Bakınız
Co.	: Corporation
Çin	: Çin Halk Cumhuriyeti
DOJ	: ABD Adalet Bakanlığı (United States Department of Justice)
FTC	: ABD Federal Ticaret Komisyonu (United States Federal Trade Commission)
Km	: Kilometre
Komisyon	: Avrupa Birliği Komisyonu
Kurul	: Rekabet Kurulu
Kurum	: Rekabet Kurumu
ODD	: Otomotiv Distribütörleri Derneği
OICA	: Uluslararası Motorlu Araç Üreticileri Organizasyonu (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers)
OSD	: Otomotiv Sanayii Derneği

ÖTV	: Özel Tüketim Vergisi
Para.	: Paragraf
TEHAD	: Türkiye Elektrikli ve Hibrit Araçlar Derneği
TL	: Türk Lirası
UNECE	: Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (United Nations Economic Commission for Europe)
Yatay Kılavuz	: Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz
Vb.	: Ve Benzeri
Vd.	: Ve Diğerleri

GİRİŞ

Motorlu taşıtlar, tüketici harcamaları içindeki payının büyüklüğü, başta otomobil üreticileri olmak üzere pazardaki oyuncuların elde ettikleri ciro, üretim için gerekli hammaddelerin çeşitliliği, satış sonrasında düzenli hizmetin gerekliliği gibi unsurlar dikkate alındığında günümüzde önemli bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Motorlu taşıtlar sektörü, motorlu kara taşıtlarının üretildiği ana sanayi ile bu ana sanayinin belirlediği koşullara uygun orijinal ya da eşdeğer aksam, parça ve sistem üreten yan sanayinin tümünü kapsayan bir sanayi dalıdır (Yılmaz 2016, 29).

Motorlu taşıtlar sektöründeki yatırım maliyetlerinin yüksek olması, ölçek ekonomilerinin varlığı, araştırma geliştirme (Ar-Ge) çalışmalarına ve reklamlara yapılan harcamaların yüksek olması nedeniyle küresel düzeyde araç üretimi faaliyetinde bulunan teşebbüs sayısı azdır (İldırar ve Kıral 2018, 165). Bununla birlikte sektördeki rekabetçi yapı ve maliyetlerin yüksekliği nedeniyle araç üretimi yapan teşebbüsler arasında birleşme ve devralmaların gerçekleştirildiği, motorlu taşıtlar sektöründeki teşebbüs sayısının azaldığı ve dolayısıyla yoğunlaşmanın arttığı söylenebilir.

Motorlu taşıtlar sektörünün mevcut yapısı ve Ar-Ge çalışmalarına ilişkin maliyetlerin yüksek olması, teşebbüsler arasında işbirliklerinin oluşmasına neden olmaktadır. Bu çerçevede özellikle araç üretimi faaliyetinde bulunan teşebbüsler arasında Ar-Ge ve üretim anlaşmalarının yapılabildiği gözlemlenmektedir. Bununla birlikte motorlu taşıtlar sektöründeki yeni gelişmeler ile birlikte rekabetçi gücünü korumak isteyen teşebbüslerin teknoloji alanında faaliyet gösteren teşebbüsler ile işbirliği yapabildikleri görülmektedir. Bu durumun en tipik ve güncel örneği ise araç üretimi yapan teşebbüslerin “elektrikli araçlarda kullanılmak üzere batarya

geliştirilmesi” amacıyla teknoloji alanında faaliyet gösteren teşebbüsler ile işbirlikleri yapmalarınıdır.¹

Değişen dünyanın gereksinimlerine göre gelişen motorlu taşıtlar sektöründe, fosil yakıt kaynaklarının kısıtlı olması ve sürdürülebilir enerji akımının yerleşmesi sonucunda içten yanmalı motorlardan, elektrikli araçlara doğru üretim ve talep kaymasının meydana geldiği söylenebilecektir.² Bu doğrultuda Türkiye’de TOGG markalı elektrikli araçların üretiminin planlanması motorlu taşıtlar sektöründeki bu değişimi ispatlar niteliktedir.

Motorlu taşıtlar sektöründeki değişim ile birlikte artan rekabet, hem üreticilerin kendi aralarındaki işbirliklerini, hem de farklı sektörler ile yapılan Ar-Ge işbirliklerini beraberinde getirmektedir. Ar-Ge çalışmalarının büyük önem taşıdığı motorlu taşıtlar sektöründe, çeşitli işbirliklerinin gündeme gelmesi de kaçınılmaz olmaktadır (Tekin vd. 2005, 189). Motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen işbirlikleri, aynı ürün pazarında faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasında yapılabildiği gibi motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüsler ile farklı sektörlerde faaliyette bulunan teşebbüsler arasında da gerçekleştirilebilmektedir. Bahsi geçen işbirliklerinin oluşması yenilikleri tetikleyici olabilse de rekabet hukuku açısından endişeleri de beraberinde getirebilmektedir. Dolayısıyla söz konusu işbirliklerinin rekabeti bozucu etkilere yol açıp açmadıklarının araştırılması gerekmektedir. Bu bağlamda motorlu taşıtlar sektöründe, hem rakipler arasında gerçekleştirilen yatay işbirliklerinin hem de farklı sektörlerde faaliyet gösteren teşebbüsler arasında yapılan işbirliklerinin getirebilecekleri muhtemel rekabet karşıtı etkiler değerlendirilecektir.

Bu çerçevede genel olarak bu çalışmanın amacı, motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen işbirliklerinin etki ve sonuçlarının rekabet hukuku kapsamında değerlendirilmesidir. İşbirlikleri rakipler arasında yapılan yatay işbirlikleri ve farklı sektörler ile yapılan genel işbirlikleri çerçevesinde ele alınacak olup, söz konusu işbirlikleri motorlu taşıtlar sektörünün inovasyon ile ilişkisi çerçevesinde ele alınacaktır.

¹ <https://www.togg.com.tr/Dosyalar/Press/togg-farasis-press-release.pdf>, Erişim Tarihi: 05.05.2021.

² <https://www.tebcetelem.com.tr/media/1352/observatory2019.pdf>, Erişim Tarihi: 05.05.2021.

Bu doğrultuda çalışmanın birinci bölümünde Türkiye ve dünyadaki motorlu taşıtlar sektörünün yapısı incelenecektir. Öncelikle motorlu taşıtların tarihsel gelişimi ve sektörün genel yapısı hakkında çeşitli göstergeler çerçevesinde bilgi verilecek, buna ilaveten Türkiye ve dünyadaki motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleşen satış hacimlerine, araç üretim faaliyetinde bulunan teşebbüs sayılarına, araçlara ilişkin kabul edilen sınıflandırmalara ve satışı en çok yapılan araç sınıflarına ilişkin bilgilere değinilecek; ardından motorlu taşıtlar sektöründeki işbirliklerinden kısaca bahsedilerek teşebbüs birlikleri tarafından yapılan bilgi paylaşımlarına, pazarın şeffaf ve rekabetçi yapısına ilişkin açıklamalara yer verilecektir.

İkinci bölümde öncelikle rekabet hukuku çerçevesinde değerlendirmelere yer verilerek, özellikle yatay işbirliği anlaşmalarına ilişkin tanımlamalara, yatay işbirliği anlaşmalarının türlerine ve bu anlaşmalar sonucunda oluşabilecek rekabetçi kaygılara değinilecektir. İkinci bölümde ayrıca, motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasında gerçekleştirilen bilgi değişimlerinin Türkiye ve dünyadaki uygulamalarına yer verilecektir. Her ne kadar tezin konusunu motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen işbirlikleri oluştursa da bilgi değişimi konusunun sektörde oluşabilecek rekabet karşıtı etkiler açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Nitekim motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen rekabete aykırı bilgi değişimleri nedeniyle, sektör küresel çapta yaptırımlar ile karşı karşıya gelmektedir (Vogel ve Vogel 2018, 263). Bu nedenle çalışmanın ikinci bölümünde motorlu taşıtlar sektöründe rakipler arasında gerçekleştirilen bilgi değişimlerinden kaynaklı etki ve sonuçların rekabet hukuku çerçevesinde değerlendirilmesine yer verilecektir. Ek olarak, motorlu taşıtlar sektöründeki teşebbüs birlikleri tarafından yapılan bilgi paylaşımları rekabet hukuku çerçevesinde incelenecektir. Son olarak motorlu taşıtlar sektöründe rakip teşebbüsler arasında gerçekleştirilen bilgi değişimlerinin rekabet hukuku bağlamında değerlendirilmesi yapılacaktır.

Çalışmanın son bölümünde ise, motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerin rekabet gücü açısından önem teşkil eden teknolojik gelişmelere yer verilecektir. Bu çerçevede sektörde gerçekleştirilen işbirliği anlaşmaları ile inovasyon arasındaki ilişki ele alınacaktır. İlgili bölümde, ilk olarak inovasyon kavramı açıklanarak inovasyon türlerinden bahsedilecektir. Ardından, motorlu

taşıtlar sektöründe rekabetçi bir güç olan ve aynı zamanda yoğun maliyet gerektiren Ar-Ge çalışmalarına ilişkin bilgilere yer verilecek ve bu kapsamda motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen Ar-Ge ve üretim anlaşmalarının Türkiye ve dünyadaki uygulamalarından bahsedilecektir. Son olarak, günümüzde motorlu taşıtlar sektöründeki en önemli teknolojik gelişme olarak kabul edilebilecek elektrikli araçların tarihsel gelişimi, elektrikli araç türleri ve elektrikli araçlar ile geleneksel araçlar arasındaki farklar ortaya konulup, motorlu taşıtlar sektöründeki gelişmelerin rekabetçi sürece etkisine yer verilecektir.

BÖLÜM 1

MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNÜN GENEL ÖZELLİKLERİ

Motorlu taşıtlar geniş anlamda, “*Karada, havada insan, hayvan ve eşya taşımaya yarayan ve makine kuvvetiyle hareket eden taşıtlardır.*” şeklinde tanımlanmaktadır.³ Motorlu karayolu taşıtları; yanmalı, patlamalı veya elektrikli motorla tahrik edilen, yük veya yolcu taşımak ve karayolu trafiğinde seyretmek üzere belirli teknik mevzuata göre üretilmiş dört veya daha fazla tekerlekli araçlardır.

Motorlu taşıtlar sektörü, ekonomik açıdan değere sahip olması ve hem ürünlerin hem de sektör yapısının sürekli gelişim ve değişim içerisinde olması nedenleriyle önemli bir sanayi dalı olarak karşımıza çıkmaktadır (Vogel ve Vogel 2018, 257-258). Motorlu taşıtlar sanayisi, tüm sanayileşmiş ülkelerde ekonominin lokomotif sektörlerinden biridir. Sektörün ekonomideki sürükleyici-lokomotif etkisinin nedeni, ekonominin diğer sektörleri ile olan çok yakın ilişkisidir. Otomotiv sanayi, demir-çelik, petro-kimya, lastik gibi temel sanayi dallarında başlıca alıcı ve bu sektörlerdeki teknolojik gelişmenin de sürükleyicisidir (İldırar ve Kıral 2018, 70).

1.1. MOTORLU TAŞITLARIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Motorlu taşıtlar, günümüzde otuz binden fazla parçadan oluşan, farklı motor tiplerini içeren, teknoloji ile bütünleşmiş karmaşık sistemlerden oluşmaktadır. Tarihsel süreçte taşıt motorları açısından önemli dönüm noktaları olarak; 1680 yılında Hollandalı bilim insanı Christiaan Huygens’in gerçekleştirdiği ve içten

³ Motorlu Taşıtlar Vergisi Kanunu, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.197.pdf>, Erişim Tarihi: 04.11.2020.

yanmalı motorların temeli olan ilk barut motoru denemesi⁴, 1769 yılında Nicolas Joseph Cugnot tarafından icat edilen *Fardier* isimli ilk buharlı otomobil⁵, Jean Joseph Etienne Lenoir tarafından 1858 yılında tasarlanan elektrikli ateşleme ve kömür gazı ile çalışan içten yanmalı motor (Ayres 1989, 30), Gottlieb Daimler tarafından 1885 yılında icat edilen ilk modern benzinli motor⁶ ve son olarak 1895 yılında Fransız bilim insanı Rudolf Diesel tarafından icat edilen dizel motor sistemi⁷ örnek gösterilebilir.

Motorlu araçların üretimi açısından ise en büyük gelişmelerde biri, 20. yüzyılın başında Henry Ford tarafından geliştirilen ve günümüzde Ford Üretim Sistemi olarak anılan montaj hattıdır. Hareketli bant sistemi üzerinde ilerleyen parçaların birleştirilmesine dayalı olan sistem, otomotiv sektörünün yanı sıra birçok sanayi kolunu etkilemiştir.⁸ Ford Üretim Sistemi öncesinde, çalışanlar tek başlarına birçok parçanın montajını yapmaktaydı. Dolayısıyla ürünün oluşturulması için harcanan süre fazlaydı. Ford montaj hattı ile birlikte üretimde etkinlik kazanımı sağlanmış, otomobiller daha kısa sürede hazırlanmaya başlanmıştır (Nyamwange ve Nyamwange 2014, 41). Bir üretim sistemi olarak başlayan uygulama, Fordizm olarak adlandırılan temel amacı standart, toplu ve kesintisiz üretim olan yeni bir akım ortaya çıkarmıştır.

Sanayileşmeyi ivmelendiren Ford Üretim Sistemi üretim sürecini hızlandırmış ve üretim mantığını değiştirmiştir. Seri ve ucuz üretim, uzmanlaşma ve iş bölümüne dayalı Fordizm ve bu mantığı hayata geçiren Ford fabrikası sanayileşme ve modernleşme sürecinin en belirgin özelliklerini yansıtmış (Sadatlou 2014, 3). Ford Üretim Sistemi'nin ilk ürünü ise Model T olmuştur (Jaafarnia ve Bass 2011, 9). 1913 yılında geliştirilen montaj hattı Model T'nin üretimini hızlandırmış ve maliyetini düşürmüştür. Model T'nin fiyatı 1908'de 850 dolar iken, montaj hattının etkisiyle 1916 yılında 360 dolara kadar inmiştir. Fiyatının düşmesiyle birlikte Model T gelir seviyesi yüksek gruplardan çıkarak orta sınıfın tüketimine

⁴ <https://www.brighthubengineering.com/machine-design/8251-history-and-development-of-huygens-gunpowder-engine/>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.

⁵ <http://lefardierdecugnot.fr/Historique1.htm>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.

⁶ <https://media.daimler.com/marsMediaSite/en/instance/ko/Automobile-with-two-wheels-on-29-August-1885-Gottlieb-Daimler-filed-a-patent-for-his-riding-car.xhtml?oid=9361841>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

⁷ https://dieselnet.com/tech/diesel_history.php, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

⁸ <https://dristikona.files.wordpress.com/2012/08/ch1.pdf>, Erişim Tarihi: 27.03.2021.

açılmıştır (McKenzie 2019, 210). 1908 yılında 6.000 adet civarındaki Model T üretimi 1914 yılına gelindiğinde 260.000 adede ulaşmıştır (Rae 1965, 61). Ford Üretim Sistemi motorlu taşıtlar sektörünün gelişimine büyük katkı sağlamış, maliyetlerin azalması sonucunda otomobillerin satış fiyatı düşmüş, artan otomobil talebi üretici sayısında artışa neden olmuştur. Bu çerçevede 1900 yılında Fransa ve Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) 9.500 adet olan araç üretimi, 15 yıl içerisinde bir milyon adedin üzerinde çıkmıştır (Bedir 2002, 3).

Birinci Dünya Savaşı motorlu taşıtlar sektörünün gelişimini hızlandırmış, tank ve zırhlı araçlar yanında kamyon ve savaş malzemelerine olan talep artmış, bunun bir sonucu olarak 1920'lerde ABD'de motorlu taşıtlar sektörü ülkenin en büyük sanayi kolu haline gelmiştir (Azacanlı 1995). İkinci Dünya Savaşı döneminde ise, otomobil üreticileri tarafından tüketicilere hitap eden binek otomobiller yerine askeri araçlar ve uçak motorları üretilmiştir. Savaşın bitimiyle küçük ve uygun fiyatlı araç üretimi artmıştır. Nitekim Volkswagen Aktiengesellschaft (AG) "halkın otomobili" sloganıyla Beetle modelini⁹, Fabbrica Italiana Automobili Torino ya da bilenen adıyla Fiat S.p.A. ise "herkes için otomobil" 500 A modelini¹⁰ üretmeye başlamıştır.

İlk etapta ABD'de gelişen otomotiv sektörü, İkinci Dünya Savaşı'nın bitmesiyle birlikte başta Almanya olmak üzere İngiltere, Fransa ve İtalya'da yeniden yapılanarak gelişimini sürdürmüştür. Avrupa kıtasının arkasından Japonya, Güney Kore gibi Uzak Doğu ülkeleri de otomotiv sektöründe yerlerini almışlardır (Yılmaz vd. 2017, 685). Bu çerçevede Japonya Esnek/Yalın Üretim Sistemi'ni geliştirerek, 1960 yılında dünya üretimi içerisinde %4,9 olan payını, 1980 yılında %28,6'ya çıkarmıştır (Bedir 2002, 14). Kısaca üretim sürecinde çıktı oluşturmayan gereğinden fazla kaynak kullanımı ortadan kaldırılması olarak tanımlanabilecek Esnek/Yalın Üretim Sistemi (Türkan 2010, 31), Ford Üretim Sistemi'nden sonra motorlu taşıtlar sektörünün dönüm noktası olmuştur.

Motorlu taşıtlar sektörü için en önemli tarihlerden biri de 15 Ekim 1973'tür. Bu tarihte OPEC üyesi devletlerin petrol üretimini düşürerek ABD ve Hollanda'ya ambargo uygulamasıyla petrol krizi ortaya çıkmıştır (Demir 2008, 236). Petrol kriziyle birlikte, ABD'de motor gücü ve benzin tüketimi yüksek olan araçlar yerine,

⁹ <https://www.volkswagen-newsroom.com/en/history-3693>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

¹⁰ <https://www.fiat.com/history>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

küçük ve benzin tüketimi az olan araçlar tercih edilmeye başlanmıştır.¹¹ Tam da bu dönemde yukarıda yer verilen Yalın/Esnek Üretim Sistemi ile Japonya tarafından üretilen benzin tasarrufu yüksek araçların satışı küresel çapta ivme kazanmıştır. Petrol krizinin, üçüncü bölümde yer verilen motorlu araçlar sektöründe alternatif yakıt arayışının ve akabinde elektrik motorlu araçların temelini oluşturduğu söylenebilecektir.

Dünyada yaşanan gelişmelere benzer şekilde Türkiye’de de motorlu taşıtlar sektörü zaman içerisinde ilerleme kaydetmiştir. 20. yüzyılın ortalarında ilk üretim örneği ile başlayan süreç, otomotiv firmalarının Türkiye’de üretim tesisi kurmaları ile hızlanmış ve Türk Otomotiv Endüstrisi, bir üretim üssü olma yoluna yönelmiştir (Görener ve Görener 2008, 310-314). Endüstrinin kurulduğu 1960’lı yıllarda yirmi bin adet civarında motorlu araç üretilirken, 2009 yılında yaklaşık bir milyon motorlu araç üretimi gerçekleştirilmiştir. Özellikle 01.01.1996 tarihinde Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ile oluşturulan Gümrük Birliği sonucunda piyasanın genişlemesi, endüstrinin dış ticaretinde de önemli gelişmeler oluşturmuştur (Altuntaş 2010, 3).

21. yüzyıla birlikte teknolojinin hayatın her alanında kullanılması, motorlu taşıtlar sektörüne bağlanabilirlik (*connectivity*)¹², otonom sürüş¹³ gibi hizmetlerle yansımıştır. Bununla birlikte günümüzde elektrik motorlu araç üretiminin artması motorlu taşıtlar sektöründeki gelişmeler açısından önem taşımaktadır. Bu çerçevede detaylı anlatım üçüncü bölümde yer almaktadır.

1.2. MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNÜN YAPISI

Motorlu taşıtlar sektörü, binek araçların küresel çapta üretimi bakımından 110’dan fazla marka¹⁴ ve bu markaların üretimini gerçekleştiren yaklaşık 18¹⁵

¹¹ <https://medium.com/hariciye/1973-petrol-krizi-etkileri-ve-sonu%C3%A7lar%C4%B1-7ec-1d90ad4a1>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

¹² Genel anlamda bağlanabilirlik (*connectivity*); bilgisayar, program, cihaz veya sistem arasındaki bağlantı kurma yeteneği olarak tanımlanabilecektir. Bağlanabilirlik özelliği ile birlikte araçlara sim kart takılarak aracın internete erişimi sağlanmaktadır.

¹³ Otonom sürüş, araçların otomatik kontrol sistem donanımları sayesinde insan faktörüne ihtiyaç duymadan yolu, trafik durumunu ve çevre şartlarını algılayarak gidebilmesini ifade etmek için kullanılan bir terimdir.

¹⁴ <https://tr.motor1.com/makes/>, Erişim Tarihi: 14.03.2021

¹⁵ <https://www.visualcapitalist.com/visualized-how-much-revenue-automakers-generate-every-second/>, Erişim Tarihi: 14.03.2021

ana teşebbüsten oluşmaktadır. Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (UNECE) tarafından kabul edilen motorlu araç sınıflandırması¹⁶ ve Avrupa Komisyonu (Komisyon) tarafından kabul edilen binek araç sınıflandırması¹⁷ kapsamında birçok farklı donanımda milyonlarca binek araç/otomobil üretilmektedir. Bu bakımdan ürün farklılaştırmasının önemli bir rekabetçi unsur olduğu motorlu taşıtlar sektöründe, tüketici tercihleri gözetilerek, farklı fiyat aralıklarında birçok donanım paketi sunulmaktadır. Ürün farklılaştırması bakımından heterojen bir yapılanma görülmekle birlikte, motorlu taşıtlar sektöründeki firmaların satış sürecinde birbirlerinin uyguladıkları stratejilere tepki göstermeleri sektörde anlaşmasız bir oligopol yapının olduğunu göstermektedir (Altuntaş 2010, 6).

Motorlu taşıtlar sektöründe araç üretimi faaliyeti gösteren teşebbüsler arasında sektörün ilk yıllarından günümüze kadar birleşme ve devralmalar yapıldığı görülmektedir. Teşebbüslerin birleşme ve devralmalara iten temel etkenler; dağıtım ve tedarik ağına ilişkin çözümler ve teknolojik bilgi birikimidir (Lin 2009, 296). Bu çerçevede motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren araç üreticileri arasındaki birleşmelerin en güncel örneği, Fiat Chrysler Automotive ile Peugeot S.A.'nın birleşmesi ile birlikte 15 otomobil markasının¹⁸ Stellantis N.V. çatısı altında toplanmasıdır.¹⁹ Bununla birlikte söz konusu birleşme işlemi Komisyon tarafından da değerlendirilmiş, belirli taahhütler karşılığında işlemini gerçekleştirilmesine izin verilmiştir.²⁰

Motorlu taşıtlar sektöründe faaliyetlerini uluslararası pazarlara genişletmek isteyen teşebbüslerin marka imajı oluşturma, satış ve servis ağı kurma konularında zorluklarla karşılaşabildikleri; teşebbüslerin bu zorluklarla mücadele etmeden uluslararası pazarlara giriş yapmalarında uygulayacakları en iyi yöntemin ülke dışındaki pazarlarda faaliyet gösteren rakip teşebbüsler ile işbirliğine gitmek

¹⁶ Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu tarafından kabul edilen motorlu araç sınıfları M1, M2, M3, N1, N2, N3, L, L6 ve L7 olmak üzere dokuz adetten oluşmaktadır.

¹⁷ Avrupa Komisyonu tarafından binek araçlar A, B, C, D, E, F, J, M ve S olmak üzere dokuz sınıfa ayrılmaktadır.

¹⁸ Fiat Chrysler ve Peugeot S.A.'nın birleşmesi sonucunda kurulan Stellantis'in bünyesinde bulunan otomobil markaları: Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Citroen, Dodge, DS Automobiles, Fiat, Fiat Professional, Jeep, Lancia, Maserati, Opel, Peugeot, RAM ve Vauxhall.

¹⁹ 30.12.2020 tarihli ve 20-57/794-354 sayılı Kurul kararı.

²⁰ Case M.9730, *FCA/PSA* (2020).

olduğu söylenebilecektir (Dolanay ve Oğuztürk 2018, 194). Bu noktada yerel bir teşebbüs tarafından üretilen araçlar, uluslararası pazarda faaliyet gösteren motorlu taşıt üreticisinin oluşturacağı yeni arma altında satılabilecektir. Bunun bir örneği, General Motors Company tarafından Güney Kore’de motorlu araç üretimi faaliyetinde bulunan Daewoo Motors Co.’nun %50 oranındaki hisselerinin devralınması²¹ sonrasında, Daewoo Motors Co. tarafından üretilen araçların ABD’de Pontiac arması ile General Motors Company’nin ağı kullanılarak satışının yapılmasıdır (Ravenhill 2005, 11). Benzer şekilde, 2003 yılında motorlu araç üretimi faaliyeti yürüten Faw Group Co. ve Toyota Motor Co. Çin’deki operasyonların geliştirilmesi, müşteri ihtiyaçlarının hızlı ve etkili bir biçimde belirlenmesi, satış politikalarında etkinliğin kazanılması adına birleşme kararı almışlardır.²²

Sektörde gerçekleşen devralmalara örnek olarak; General Motors Company, 1929 yılında Opel Automobile GmbH’i devralarak 2017 yılına kadar bünyesinde bulundurması, ardından 2017 yılında Opel Automobile GmbH’in Peugeot S.A. tarafından devralınması verilebilecektir. Söz konusu devralmaya ilişkin Rekabet Kurulu (Kurul) kararında²³ tarafların ve rakiplerinin yeni binek otomobil pazarındaki paylarının incelendiği, işlemin neticesinde Peugeot S.A.’nın ilgili pazarda, pazar payı açısından üçüncü sıraya yükseleceği bununla birlikte işlemin rekabetçi açıdan olumsuz bir etki oluşturmayacağı değerlendirildiği görülmektedir.

Benzer şekilde 1998 yılında Daimler-Benz AG ile Chrysler Co.’nun birleşmeleri örnek olarak gösterilebilecektir. Birleşmenin incelendiği Komisyon kararında²⁴, Daimler-Benz AG ile Chrysler Co.’nun binek araç üretimi faaliyetlerinin kesiştiği C, D, E, J ve S araç sınıflarına ilişkin değerlendirmeler yapıldığı görülmektedir.

Yukarıda yer verilen örneklerden fark edileceği üzere, motorlu taşıtlar sektörü birleşme ve devralmaların sık görüldüğü, teşebbüslerin rakipleriyle hisse

²¹ 01.08.2002 tarihli ve 02-46/562-228 sayılı Kurul kararı.

²² <https://global.toyota/en/detail/216814>, Erişim Tarihi: 09.03.2021.

²³ 01.06.2017 tarihli ve 17-18/269-115 sayılı Kurul kararı.

²⁴ Case IV/M.1204, *Daimler-Benz/Chrysler* (1998).

devri yaptıkları bir yapıdadır. Bununla birlikte araç üreticilerinin küresel çapta satış ağlarını geliştirmek adına hisse devri yaptıkları da anlaşılmaktadır. Sektörde gerçekleştirilen birleşme ve devralmalar neticesinde her ne kadar yoğunlaşma oranları artıyor olsa da söz konusu işlemlere hem Komisyon hem de Kurul tarafından izin verildiği görülmektedir.

Motorlu taşıtlar sektöründeki dağıtım ağı incelendiğinde; sektörde Seçici Dağıtım Sistemleri'nin²⁵ uygulandığı görülmektedir. Seçici Dağıtım Sistemleri, Nicel Seçici Dağıtım Sistemi²⁶ ve Nitel Seçici Dağıtım Sistemi²⁷ olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bununla birlikte, Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Grup Muafiyeti Tebliğini Açıklayıcı Kılavuz'da çoğu taşıt sağlayıcısının nitel seçici dağıtım sistemini benimsediği belirtilmektedir.²⁸

Sektördeki satış ve dağıtım ağı, bazı istisna uygulamalar dışında²⁹ üreticilerin veya distribütörlerin araçları bayilerine dağıtması ve bayilerin de nihai tüketiciye satışı şeklinde iki basamaklı bir yapıdan oluşmaktadır. Türkiye'de motorlu taşıtların satış ve dağıtım ağı, ithal edilen araç ve yerli üretim araç olmak üzere iki ayrı boyutta incelenmelidir. Bu çerçevede ithal edilen araçlarda Türkiye distribütörü, araçları üreticiden ithal ettikten sonra yetkili satıcısına dağıtımını yapmaktadır. Yetkili satıcı araçları nihai tüketiciye satışını gerçekleştirmektedir. Türkiye'de üretilen araçlarda ise distribütör, ithalat süreci yerine fabrika süreci sonucunda aracı yetkili satıcılarına dağıtmaktadır.

Motorlu taşıtlar sektörü ile ilgili gelişmelere bakıldığında; yayımlanan çalışmalarda, motorlu taşıtlar sektöründe üreticiler için Ar-Ge yatırımları açısından iki temel önceliğin hibrit/elektrikli araçlar ile bağlanabilirlik ve otonom

²⁵ Seçici Dağıtım Sistemleri: Sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri sadece belirlenmiş kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara doğrudan veya dolaylı olarak satmayı taahhüt ettiği, bu dağıtıcıların da söz konusu malları veya hizmetleri yetkilendirilmemiş dağıtıcılara satmamayı taahhüt ettiği dağıtım sistemleridir.

²⁶ Nicel Seçici Dağıtım Sistemi: Sağlayıcının, dağıtıcılarını seçerken doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcıların sayılarını sınırlandıracak kriterler kullandığı seçici dağıtım sistemidir.

²⁷ Sağlayıcının, dağıtıcılar için sadece nitel olan, anlaşma konusu mal veya hizmetlerin niteliğinin gerektirdiği, dağıtım sistemine katılmak için başvuran tüm aday teşebbüsler için aynı olacak şekilde belirlenen, ayrımcı bir biçimde uygulanmayan ve doğrudan ya da dolaylı olarak dağıtıcıların sayısını sınırlamayan kriterler kullandığı seçici dağıtım sistemidir.

²⁸ Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Grup Muafiyeti Tebliğini Açıklayıcı Kılavuz para. 7.

²⁹ Toplu araç satışlarını içeren filo satışı uygulamaları.

sürüş olduğu belirtilmektedir.³⁰ Bu çerçevede teşebbüsler tarafından yapılan Ar-Ge ve üretim anlaşmalarına “Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Ar-Ge ve Üretim Anlaşmalarının Dünyadaki Örnekleri” ve “Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Ar-Ge ve Üretim Anlaşmalarının Türkiye’deki Örnekleri” bölümlerinde yer verilmektedir.

Son olarak motorlu taşıtlar sektörünün şeffaf yapısından bahsedilmesi gerekmektedir. Bilindiği üzere, motorlu taşıtlar sektöründe güncel araç satış fiyatları teşebbüslerin internet sitelerinde yer almaktadır. Bununla birlikte sektörde faaliyet gösteren teşebbüs birlikleri olan Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) ve Otomotiv Sanayii Derneği (OSD) tarafından düzenli olarak motorlu taşıtlar sektörü ile ilgili veriler ve raporlar paylaşılmaktadır. Bu çerçevede söz konusu veri paylaşımlarının sektörün yapısını şeffaflaştırdığı söylenebilecektir. ODD ve OSD tarafından paylaşılan verilere ilişkin Kurul kararlarına “ODD, OSD ve Distribütörlere İlişkin Kararlar” bölümünde incelenmektedir.

1.3. DÜNYADA MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ

Motorlu taşıt üreticileri tarafından 2020 yılında küresel çapta satılan binek araç adetleri baz alınarak sıralama yapıldığında; 9,21 milyon satış adedi ile Volkswagen Grubu ilk sırada, 8,90 milyon satış adedi ile Toyota Motor Co. ikinci, Renault Grubu-Nissan Motor Co. ortaklığı 7,95 milyon satış adedi ile üçüncü, hemen ardından Hyundai Motor Company-Kia Motors Co. ortaklığı 6,52 milyon satış adedi ile dördüncü, 6,26 milyon satış adedi ile General Motors Company beşinci, 4,50 milyon satış adedi ile Honda Motor Co. Ltd. altıncı, 4,15 milyon satış adedi ile Ford Motor Company yedinci, 3,90 milyon satış adedi ile Fiat Chrysler Automotive Company sekizinci, 2,91 milyon satış adedi ile Peugeot S.A. dokuzuncu ve son olarak 2,55 milyon satış adedi ile Daimler AG onuncu sırada yer almaktadır.³¹

2020 yılında dünya çapında en çok satılan ilk 10 markaya bakılacak olursa; ilk sırada 6,52 milyon satış adedi ile Toyota yer alırken, hemen ardından 5,97 milyon satış adedi ile Volkswagen markası gelmektedir. Listenin devamında Hyundai 4,10

³⁰ <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/manufacturing/deloitte-uk-battery-electric-vehicles.pdf>, Erişim Tarihi: 26.04.2021.

<https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/how-the-convergence-of-automotive-and-tech-will-create-a-new-ecosystem#>, Erişim Tarihi: 26.04.2021.

³¹ <https://www.focus2move.com/world-car-group-ranking/>, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

milyon satış adedi ile üçüncü, Ford 3,90 milyon satış adedi ile dördüncü, Honda 3,67 milyon satış adedi ile beşinci, Nissan satılan 3,23 milyon satış adedi ile altıncı, Chevrolet 2,96 milyon satış adedi ile yedinci, Kia 2,50 milyon satış adedi ile sekizinci, Mercedes-Benz 2,39 milyon adet araç satışı ile dokuzuncu ve son olarak BMW markası 2,03 milyon satış adedi ile onuncu sırada yer almaktadır.³²

Toplam otomobil/binek araç satışının 64 milyon adet gerçekleştiği³³ 2020 yılında, 56,8 milyon araç satışı yukarıda yer verilen 12 teşebbüs tarafından yapılmıştır. Buna göre yukarıda yer verilen otomobil üreticilerinin dünya çapında yapılan binek araç satışlarında yaklaşık %88'lik paya sahip oldukları söylenebilecektir. Bu da motorlu taşıtlar sektörünün mevcut oligopolist yapısını teyit eder niteliktedir.

Uluslararası Motorlu Araç Üreticileri Organizasyonu (OICA) tarafından yayımlanan 2019 yılında motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleşen üretim verilerine bakıldığında, Çin Halk Cumhuriyeti (Çin) 21 milyon adet binek araç ve 4,3 milyon adet ticari araç üreterek birinci sırayı almıştır. Çin'i 2,5 milyon adet binek ve 8,3 milyon adet ticari araç üretimi ile ABD takip etmektedir. ABD'nin ardından sırasıyla 8,3 milyon adet binek ve 1,3 milyon adet ticari araç üretimiyle Japonya ve 4,6 milyon binek araç üretimi ile Almanya gelmektedir.³⁴

2019 yılında toplam binek araç üretiminin 67 milyon adet gerçekleştiği dikkate alındığında, Çin'in binek araç üretiminde yaklaşık %31, en yakın rakibi ABD'nin ise yaklaşık %3,7 paya sahip olduğu, Çin'in binek araç pazarındaki üretiminin diğer ülkelerden oldukça yüksek seyrettiği görülmektedir. Bununla birlikte ticari araçlar açısından toplam üretimin 24,6 milyon gerçekleştiği, ABD'nin %33'lük pay ile ilk sırada olduğu, Çin'in ise %17'lik pay ile ABD'nin arkasında yer aldığı görülmektedir.

2019 yılında dünya çapında en çok satışı yapılan motorlu araç ise; C sınıfında yer alan Toyota'nın Corolla modelidir.³⁵ 1966'da üretilmeye başlanan ve 2018

³² <https://www.focus2move.com/world-cars-brand-ranking/>, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

³³ <https://www.statista.com/statistics/200002/international-car-sales-since-1990/#:~:text=World-wide%20car%20sales%20are%20expected,pandemic%20in%20all%20key%20economies>, Erişim Tarihi: 24.02.2021.

³⁴ <https://www.oica.net/category/production-statistics/2019-statistics/>, Erişim Tarihi: 24.02.2021.

³⁵ <https://tr.motor1.com/features/396901/2019-yilinda-en-cok-hangi-markalar-satti/>, Erişim Tarihi: 27.02.2021.

yılında 12. jenerasyonu piyasaya sürülen Toyota Corolla, 150'den fazla ülkede üç gövde tipinde (*sedan, hatchback ve station wagon*) satışa sunulmaktadır. Bununla birlikte Corolla modeli 2020 yılında motorlu taşıtlar içerisinde %1,6'lık paya sahip olmuştur.³⁶ İkinci sırada hafif ticari araçlar içerisinde değerlendirilen *pick-up* sınıfında yer alan Ford F-Series, üçüncü sırada ise J (SUV) sınıfında yer alan Toyota RAV4 modeli bulunmaktadır.³⁷

1.4. TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ

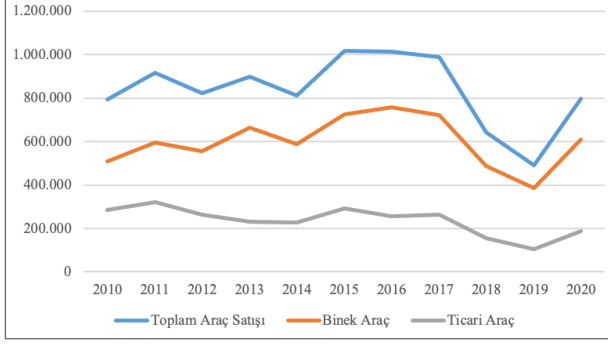
Türkiye'de motorlu araçların satışı distribütörler tarafından bağımsız olarak yürütülmektedir. Bu kapsamda binek ve/veya hafif ticari araçların içerisinde bulunduğu 44 markanın satışı ODD üyesi olan 26 araç distribütörü tarafından yapılmaktadır.³⁸ Tavsiye niteliğindeki güncel araç satış fiyatlarının markaların internet sitelerinde bulunması ve başta ODD olmak üzere teşebbüs birlikleri tarafından sektör ile ilgili detaylı bilgilerin her ay paylaşılması motorlu taşıtlar sektörünün şeffaf yapısını gösterir niteliktedir. Motorlu taşıtlar sektörü yapılan satışlar açısından incelendiğinde; OSD'nin 2020 yılı Aralık ayında yayınlanan Otomotiv Sektörü Aylık Değerlendirme Raporu'nda, 2020 yılında Türkiye'de toplam 796.200 adet araç satıldığı, satışların 610.109 adedinin binek araç, 186.091 adedinin ise ticari araç olduğu görülmektedir.³⁹ Türkiye'de toplam araç satışlarının genel seyrini gösterebilmek adına, 2010 yılında itibaren Türkiye'deki binek ve ticari araç satışlarını gösteren grafik aşağıda verilmiştir.

³⁶ <https://www.focus2move.com/world-best-selling-car/>, Erişim Tarihi: 27.02.2021.

³⁷ A.g.k.

³⁸ http://www.odd.org.tr/web_2837_1/sortial.aspx?sp_table=Tk_2837_Distributors&sp_primary=-distributor_id&sp_fields=.name.telephone.fax.web.address&sp_language=0&sp_table_extra, Erişim Tarihi: 27.02.2021.

³⁹ http://www.osd.org.tr/sites/1/upload/files/12-2020_OSD_Aylik_Degerlendirme_Raporu-5527.pdf, Erişim Tarihi: 27.02.2021.

Şekil 1: 2010-2020 Döneminde Türkiye’deki Binek ve Ticari Araç Satışları**Kaynak:** OSD⁴⁰

Sektördeki oyuncuların konumlarının anlaşılması adına, distribütörlerin binek araç satış adetleri bakımından 2020 yılı pazar payları incelenmiş, bu kapsamda pazar payı %5’ten büyük olan markalar, distribütör bilgileri ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Şekil 2: Toplam Binek Araç Satışlarına Göre 2020 Yılında Pazar Payı %5’in Üzerinde Olan Markalar

Marka	Distribütör	Pazar Payı (%)
Renault	Mais Motorlu Araçlar İmal ve Satış A.Ş.	16,21
Fiat	Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.	15,13
Volkswagen	Doğuş Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş.	8,64
Toyota	Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış A.Ş.	6,38
Peugeot	Groupe PSA Otomotiv Pazalama A.Ş.	5,99
Opel	Opel Türkiye Otomotiv Ltd. Şti.	5,11

Kaynak: ODD perakende satış verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

Yukarıda yer verilen tabloda görülebileceği üzere, 44 markanın satışının yapıldığı binek araçlar pazarında, 2020 yılında gerçekleşen toplam binek araç satışları baz alındığında sadece altı markanın pazar payı %5 seviyesinin üstünde yer almaktadır. Bununla birlikte Renault ve Fiat markalarının pazar paylarının diğer markalara nazaran yüksek olduğu görülmektedir. Söz konusu iki marka içerisinde satılan araçların neredeyse tamamının Türkiye’de üretildiği de göz önünde bulundurulmalıdır.

⁴⁰ A.g.k. s. 5, 6.

2020 yılında Türkiye’de toplam 249.659 adet yerli üretim binek araç satıldığı ve bu satışların içerisinde altı markanın bulunduğu görülmektedir.⁴¹ Bu çerçevede 2020 yılında gerçekleşen yerli üretim binek araçların toplam satış adedi baz alınarak hesaplanan altı markanın pazar payları, distribütör bilgileri ile birlikte aşağıda yer almaktadır.

Şekil 3: Yerli Binek Araçların 2020 Yılı Pazar Payları Tablosu

Marka	Distribütör	Pazar Payı (%)
Fiat	Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.	36,40
Renault	Mais Motorlu Araçlar İmal ve Satış A.Ş.	35,87
Toyota	Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış A.Ş.	14,79
Honda	Honda Türkiye A.Ş.	7,96
Hyundai	Hyundai Assan Otomotiv San. ve Tic. A.Ş.	3,40
Ford	Ford Otomotiv San. A.Ş.	1,48

Kaynak: ODD perakende satış verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

Türkiye’de 2020 yılı içerisinde satışı yapılan binek araçların sınıf dağılımı incelendiğinde, C sınıfının 384.457 adet araç satışıyla %63 payı, hemen arkasında gelen B sınıfının ise 146.821 adet araç satışı ile %24,1 payı bulunmaktadır.⁴² Buradan hareketle ülkemizde en çok satışı yapılan araç sınıfının C olduğu ve dolayısıyla teşebbüsler arasındaki rekabetin bu alanda yoğunlaştığı çıkarımı yapılabilecektir.

Motorlu taşıtlar sektörünün bir diğer ayağı olan ticari araçlar, OICA tarafından yük taşıma amacıyla kullanılan en az dört tekerlekli araçlar olarak tanımlanmaktadır.⁴³ Ticari araçlar OICA tarafından hafif ticari araçlar, ağır kamyonlar ve otobüsler olmak üzere üç sınıfa ayrılmaktadır. Bu kapsamda brüt ağırlığı 3,5 ton ile 7 ton arasında olan araçlar hafif ticari, brüt ağırlığı 7 tonun üstünde olan araçlar ağır kamyon, yolcu taşıma amacıyla kullanılan ağırlığı 7 tonu aşan en az 8 koltuklu araçlar otobüs sınıfında yer almaktadır.⁴⁴ Bununla birlikte, UNECE hafif ticari araçları, ağırlığı 3,5 tonu geçmeyen yük taşımaya yönelik araçlar

⁴¹ http://www.odd.org.tr/web_2837_1/neuralnetwork.aspx?type=36, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

⁴² <http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/2836/ODD%20Bas%c4%b1n%20Bulteni%206%20Aral%c4%b1k%202021.pdf>, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

⁴³ <https://www.oica.net/production-statistics/>, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

⁴⁴ <https://www.oica.net/wp-content/uploads/stats-definition1.pdf>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

olarak tanımlamaktadır. Komisyon'un *Volkswagen/Man*⁴⁵ ve *Nissan/Mitsubishi*⁴⁶ kararlarında ticari araçlar; hafif ticari araçlar, orta büyüklükteki kamyonlar ve ağır kamyonlar olmak üzere üçe ayrılırken, *Peugeot/Opel* kararında⁴⁷ ise hafif ticari araçlar bakımından alt sınıflandırmaya gidilerek brüt ağırlığı 0 ila 3,5 ton ve 3,5 ton ila 6 ton arasındaki araçlar hafif ticari araç sınıfında kabul edilmiştir.

Yukarıda verilen bilgilerden, ticari araçlar açısından kesin çizgilerle sınıf ayrımı yapılmadığı, araçların brüt ağırlığı üzerinden ayrıma gidildiği görülmektedir. Bununla birlikte ODD'nin 06.12.2020 tarihli Basın Bülteni'nde van, kamyonet, minibüs ve *pick-up* gövde tipine mensup araçların hafif ticari araçlar pazarı içerisinde değerlendirildiği görülmektedir.⁴⁸ OSD tarafından 2020 yılı Aralık ayında yayınlanan Otomotiv Sektörü Aylık Değerlendirme Raporu'nda 2019 ve 2020 yıllarında toplam araç üretimi bilgileri çerçevesinde, ticari araçların büyük kamyon, küçük kamyon, kamyonet/*pick-up*, otobüs, minibüs, midibüs şeklinde sınıflandırıldığı gözlemlenmektedir.⁴⁹ Yukarıda verilen bilgilerden, ticari araçlar bakımından binek araçlarda olduğu gibi genel kabul görmüş bir sınıf ayrımı olmadığı anlaşılmaktadır.

Ticari araçlar pazarının Türkiye'deki yapısı ile ilgili olarak, OSD'nin Otomotiv Sektörü Aralık Ayı Değerlendirme Raporu yer alan ticari araçların Türkiye'deki toplam üretim verileri incelendiğinde; 2019 yılında toplam 478.602 adet, 2020 yılında ise toplam 442.811 adet ticari araç üretimi gerçekleştiği görülmektedir. Bununla birlikte ticari araç satışları içerisinde 162.679 adedin hafif ticari araç olduğu görülmektedir.⁵⁰

⁴⁵ COMP/M.6267, *Volkswagen/Man* (2010), para. 8.

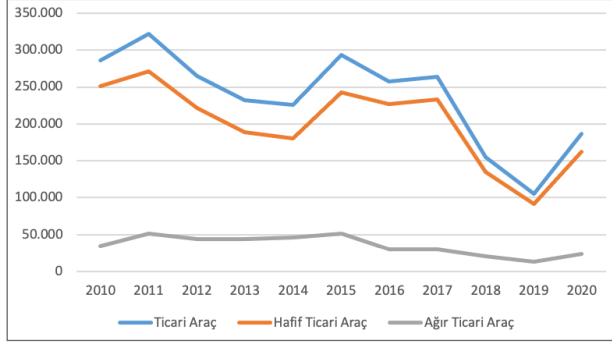
⁴⁶ Case M.8099, *Nissan/Mitsubishi* (2016), para. 17.

⁴⁷ Case M.8449, *Peugeot/Opel* (2017), para. 17-18.

⁴⁸ <http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/2836/ODD%20Bas%C4%B1n%20Bulteni%206%20Aral%C4%B1k%202021.pdf>, Erişim Tarihi: 18.04.2021.

⁴⁹ http://www.osd.org.tr/sites/1/upload/files/12-2020_ODS_Aylık_Degerlendirme_Raporu-5527.pdf, Erişim Tarihi: 18.04.2021.

⁵⁰ A.g.k.

Şekil 4: 2010-2020 Dönemi Türkiye’deki Ticari Araç Satışları

Kaynak: OSD⁵¹

Türkiye’de hafif ticari araç satışı yapan teşebbüslerin konumlarının anlaşılması adına, distribütörlerin hafif ticari araç satış adetleri bakımından 2020 yılı pazar payları incelenmiş, bu kapsamda pazar payı %5’ten büyük olan markalar, distribütör bilgileri ile birlikte aşağıda verilmiştir.

Şekil 5: Toplam Hafif Ticari Araç Satışlarına Göre 2020 Yılında Pazar Payı %5’in Üzerinde Olan Markalar

Marka	Distribütör	Pazar Payı (%)
Ford	Ford Otomotiv San. A.Ş.	39,88
Fiat	Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.	27,63
Volkswagen	Doğuş Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş.	7,39

Kaynak: ODD perakende satış verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

ODD tarafından yayımlanan satış verilerinde, 2020 yılı içerisinde hafif ticari araçlar pazarında satışı yapılan toplam 18 markanın bulunduğu, bu markaların satış adetleri ve 2020 yılında gerçekleşen toplam hafif ticari araç satışları baz alınarak hesaplanan pazar payı verilerinde sadece Fiat, Ford ve Volkswagen markalarının pazar payının %5 seviyesinin üstünde yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte Fiat ve Ford marka hafif ticari araçların neredeyse tamamının Türkiye’de üretildiği de göz önünde bulundurulmalıdır.

⁵¹ A.g.k.

ODD tarafından yayınlanan satış verilerinden; 2020 yılında Türkiye’de toplam 103.677 adet yerli üretim hafif ticari araç satıldığı ve bu satışların dört marka tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir.⁵² Bu çerçevede 2020 yılında gerçekleşen yerli üretim hafif ticari araçların toplam satış adedi baz alınarak hesaplanan dört markanın pazar payları, distribütör bilgileri ile birlikte aşağıda yer almaktadır.

Şekil 6: Yerli Üretim Hafif Ticari Araçların 2020 Yılı Pazar Payları Tablosu

Marka	Distribütör	Pazar Payı (%)
Ford	Ford Otomotiv San. A.Ş.	59,66
Fiat	Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.	39,64
Karsan	Karsan Otomotiv Sanayii ve Tic. A.Ş.	0,38
Isuzu	Anadolu Isuzu Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.	0,30

Kaynak: ODD perakende satış verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

Yukarıda yer alan tablodan görülebileceği üzere; yerli üretim hafif ticari araçlar açısından Ford ve Fiat markalarının pazar paylarının toplamı %99,3 olup yerli üretim hafif ticari araç pazarının neredeyse tamamını söz konusu iki marka oluşturmaktadır. Bu noktada Ford ile Fiat markalarının üreticileri arasında gerçekleştirilecek bir işbirliği anlaşmasının rekabetçi endişeler taşıyabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

1.5. GENEL DEĞERLENDİRME

Motorlu taşıtlar sektöründe üretilen araçlar incelendiğinde geçmişten günümüze çok değişiklik olmadığı; araçlarda bulunan içten yanmalı motorun, çelik şasesinin, kauçuk lastiklerin, şanzımanın ve elektrikli sistemlerin standart olduğu görülmektedir (Holweg 2008, 24). Öte yandan, yıllar içerisinde tasarım ve teknik özellikler açısından araçların değişim gösterdiği söylenebilecektir. Bununla birlikte, motorlu taşıtlar sektörünün binek ve ticari araçlar olmak üzere temelde ikiye ayrıldığı ve aracın kullanım amacı, araç uzunluğu, aracın ağırlığı, koltuk sayısı gibi birçok faktör gözetilerek sınıflandırma yapıldığı anlaşılmaktadır.

⁵² http://www.odd.org.tr/web_2837_1/neuralnetwork.aspx?type=36, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

Motorlu taşıtlar sektörünün yapısı ile ilgili olarak; gerek ülkemizde gerekse de küresel anlamda motorlu taşıtlar sektörü az sayıda üretici firma tarafından kontrol edilen araç markalarından ve ürün farklılaştırmasının yoğun olduğu birçok model ve donanımdan oluştuğu ifade edilebilecektir. 2020 yılında binek araç üretimi bakımından ilk sırada Çin gelirken, ticari araç bakımından ABD'nin lider olduğu görülmektedir.

Türkiye'de ise, 44 adet markanın satışının yapıldığı binek araçlar pazarında, 2020 yılında gerçekleşen toplam binek araç satışları baz alındığında sadece iki adet markanın⁵³ pazar payının %10 seviyesinin üstünde yer aldığı, 2020 yılında gerçekleşen yerli üretim binek araçların toplam satış adedi baz alındığında ise sadece üç adet markanın⁵⁴ pazar payının %10 seviyesinin üstünde yer aldığı görülmektedir. Türkiye'de hafif ticari araçlar pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar payları incelendiğinde; 2020 yılı içerisinde hafif ticari araçlar pazarında satışı yapılan toplam 18 adet markanın bulunduğu, bu markaların satış adetleri ve 2020 yılında gerçekleşen toplam hafif ticari araç satışları baz alınarak hesaplanan pazar payı verilerinde sadece Fiat ve Ford markalarının %10 seviyesinin üstünde yer aldığı, bununla birlikte 2020 yılında Türkiye'deki yerli üretim hafif ticari araçlar açısından Ford ve Fiat markalarının pazar paylarının toplamının %99,3 olduğu ve yerli üretim hafif ticari araç pazarının neredeyse tamamını söz konusu iki markanın oluşturduğu görülmektedir. Dolayısıyla bahsi geçen teşebbüsler arasında olası bir bilgi değişiminin rekabetçi açıdan endişelere yol açabileceği düşünülmektedir.

Bununla birlikte, hem dünya hem de Türkiye'de en çok satışı yapılan araç sınıfının C olduğu; Türkiye'deki binek ve ticari araç satışlarının 2017 yılında düşme trendine girdiği ancak bu düşüşün 2019 yılında son bularak araç satışlarının tekrar yükseldiği görülmektedir.

Kişi başına düşen araç sayıları incelendiğinde; 2016 yılında AB'de 100 kişiye 50,5 otomobil düşerken, aynı dönemde Türkiye'de 100 kişiye 14,2 otomobil düştüğü görülmektedir.⁵⁵ Türkiye'de kişi başına düşen araç sayısının Avrupa

⁵³ Renault ve Fiat.

⁵⁴ Renault, Fiat ve Toyota.

⁵⁵ <https://tr.euronews.com/2019/12/30/turkiye-de-100-kisiye-dusen-arac-say-s-28-ab-de-ise-51>, Erişim Tarihi: 04.05.2021.

ülkelerine göre oldukça az olduğu göz önünde bulundurulduğunda; motorlu taşıtlar sektörünün, ihracatın yanı sıra iç piyasa tüketim açısından da potansiyeli olan bir sektör olduğu söylenebilecektir (Atik ve Ünal 2010, 1).

Motorlu taşıtlar sektörü marka farklılaştırmasının önem teşkil ettiği, az sayıda araç üreticisinin birden fazla markayı bünyesinde bulundurduğu, motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüs birlikleri tarafından düzenli olarak yayınlanan ve marka bazlı satış adetlerini içeren raporların pazardaki şeffaflığı arttırdığı düşünülmektedir. Ek olarak, motorlu taşıtlar sektöründeki teşebbüslerin yoğun bir rekabet ortamında faaliyette bulunduğu ifade edilebilecektir (Tekin vd. 2005,198).

Motorlu taşıtlar sektöründe teşebbüslerin rekabet güçlerini koruyabilmeleri açısından teknolojik gelişmelerin önem taşıdığı görülmektedir. Teknolojik gelişmelerin maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle sektörde faaliyet gösteren teşebbüsler arasında Ar-Ge anlaşmaları, üretim anlaşmaları ve teknoloji transferi yapıldığı söylenebilecektir. Bu çerçevede çalışmanın ilerleyen bölümlerinde öncelikle yatay işbirliklerinin tanımlanması ve türlerinden bahsedilmesi, ardından konu ile ilgili uygulamalara yer verilmesi planlanmaktadır.

Bununla birlikte günümüzde elektrik motorlu araçların, sektördeki teknolojik gelişmelerin başında geldiği düşünüldüğünde, sektördeki gelişmelerin inovasyon bağlamında anlatılmasında fayda olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın üçüncü bölümünde inovasyonun tanımı ve türlerine, elektrik motorlu araçların gelişimine ve sektördeki Ar-Ge anlaşmalarına yer verilmesi planlanmaktadır.

BÖLÜM 2

MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDEKİ YATAY İŞBİRLİKLERİNİN REKABET HUKUKU AÇISINDAN İNCELENMESİ

2.1. REKABETİN TANIMI VE REKABET HUKUKU UYGULAMALARINA GENEL BAKIŞ

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) Genel Gereğesi'nde rekabet, “*kar, satış miktarı ve pazar payı gibi belirli iktisadi hedeflere ulaşmak amacıyla ekonomik birimler arasında ortaya çıkan bir yarış veya karşılık şeklindeki ilişkiler süreci*” olarak tanımlanırken, Whish ve Bailey (2012, 3) tarafından pazarda faaliyet gösteren firmalar arasında müşteri kazanmak amacıyla sürdürülen üstünlük mücadelesi şeklinde tanımlamaktadır. Seyidoğlu (1992, 720) tarafından ise rekabet, “*başkasına veya başkalarına karşı üstünlük, kazanç veya başarı sağlama mücadelesi*” olarak ifade edilmektedir. Tanımlardan da anlaşıldığı üzere rekabet birçok farklı şekilde ifade edilmekte olup rekabetin temelde teşebbüslerin piyasadaki mücadelesi olduğu söylenebilecektir.

Rekabeti bozucu davranışlar çeşitli şekillerde karşımıza çıkabilmektedir. Bu çerçevede teşebbüsler arasında gerçekleştirilecek gizli veya açık anlaşmalar, uyumlu davranışlar ve bununla birlikte teşebbüs birliklerinin kararları ile rekabeti sınırlandırabilecek etkilerin oluşması mümkündür. Nitekim 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yer verilen;

“Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.”

hükmünden⁵⁶ anlaşıldığı üzere rekabeti sınırlandırmaya yönelik gerçekleşen teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin kararları yasaklanmıştır. Türkiye'deki mevzuatın yanı sıra ABD ve AB'deki rekabet kurallarından bahsedilmesi faydalı olacaktır.

ABD Adalet Bakanlığı (DOJ) ve ABD Federal Ticaret Komisyonu (FTC) tarafından yayımlanan Rakipler Arası İşbirlikleri İçin Antitröst Kılavuzu'nda (ABD Rekabet Kılavuzu) rakipler arası anlaşmalarda rekabetin kısıtlanıp kısıtlanmadığının tespiti için ABD Yüksek Mahkemesi tarafından *per se*⁵⁷ ve *rule of reason*⁵⁸ olmak üzere iki çeşit analiz yönteminin kullanıldığı belirtilmektedir. Bu çerçevede ABD'de rakiplerin fiyat veya arz miktarını belirleme, bölge veya müşteri paylaşımı yapma amaçlarıyla anlaşma yapmaları *per se* ihlal olarak kabul edilmekte, bu durumda ilgili anlaşmanın getirdiği olumlu etkilere bakılmadığı da belirtilmektedir. Rakipler arası anlaşmaların *rule of reason* kapsamında değerlendirilmesinde ise, anlaşmaya konu ilgili ürün pazarının belirlendiği, bu çerçevede anlaşma taraflarının pazar paylarının incelendiği ve anlaşma neticesinde tarafların mevcut pazar gücünde artış olup olmadığı araştırıldığı ifade edilmektedir.

Türkiye ve ABD'deki rekabet mevzuatlarına benzer şekilde, AB'nin İşleyişine Dair Anlaşma'da (ABİDA) rekabeti kısıtlama amacıyla yapılan veya rekabeti olumsuz etkileyen anlaşma, teşebbüs birliği kararları ve uyumlu eylemler yasaklanmıştır. Bu çerçevede yasaklanan eylemler arasında, doğrudan veya dolaylı olarak fiyat belirlenmesi, arz kısıtlanması, pazar paylaşımı yapılması, teşebbüslere zarar vermek amacıyla piyasadan dışlayıcı veya faaliyetleri zorlaştırıcı uygulamalarda bulunulması yer almaktadır.

Rekabet hukuku literatüründe teşebbüsler arası anlaşmalar çoğunlukla yatay ve dikey olmak üzere iki kategoride incelenmektedir (Aslan vd. 2006, 29). Tezin konusu gereği motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen yatay işbirliği

⁵⁶ Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Mevzuat/4054-sayili-kanun>, Erişim Tarihi: 13.05.2021.

⁵⁷ *Per se* ihlal olarak nitelendirilen anlaşmalar, "her zaman veya neredeyse her zaman fiyatları artırma veya çıktıyı azaltma eğilimi gösteren anlaşmalar" olarak nitelendirilmektedir (ABD Rekabet Kılavuzu, 3).

⁵⁸ *Rule of reason* analizi ise "per se ihlali olarak nitelendirilemeyecek anlaşmaların net rekabetçi etkisini belirleyebilmek için yapılan bir analiz"dir (ABD Rekabet Kılavuzu, 4).

anlaşmalarına odaklanılmaktadır. Bu nedenle sektörde gerçekleştirilen dikey anlaşmalar detaylı bir şekilde incelenmeyecektir.

Çalışmanın devamında öncelikle yatay işbirliği anlaşmaları tanımlanarak, motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren rakip teşebbüslerin çeşitli eylemler ile piyasadaki rekabeti sınırlandırdıklarına ilişkin kararlara, teşebbüsler tarafından gerçekleştirilen yatay işbirliklerine ilişkin kararlara, ardından motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüs birlikleri ile ilgili alınan kararlara yer verilecektir.

2.2. YATAY İŞBİRLİĞİ ANLAŞMALARI VE ÇEŞİTLERİ

Yatay işbirliği anlaşmaları, ekonomik yarar sağlamak adına rakipler arasında yapılan anlaşmaları ifade etmektedir (Aslan vd. 2006, 259). Üretim veya dağıtım açısından aynı seviyede faaliyet gösteren teşebbüsler arasında gerçekleştirilen yatay işbirliği anlaşmaları fiyat tespiti, pazar paylaşımı gibi unsurları içerecek şekilde uygulandığında pazardaki rekabet seviyesinin azaltılabilecektir (Ezrachi 2018, 456).

Yatay işbirliği anlaşmaları, ABD Rekabet Kılavuzu'nda, *“birleşmelerden farklı olarak, rakipler arasında bir ekonomik faaliyeti yerine getirmek için yapılan bir ya da birden fazla anlaşma”* şeklinde tanımlanmaktadır.⁵⁹

Komisyon tarafından 2010 yılında yayımlanan ABİDA'nın 101. maddesinin Yatay İşbirliği Anlaşmalarına Uygulanabilirliğine Dair Kılavuzu'nda (AB Kılavuzu) yatay işbirliği anlaşması yapan teşebbüslerin tamamlayıcı faaliyetlerini, becerilerini veya varlıklarını birleştirdikleri takdirde önemli ekonomik faydalar sağlayabilecekleri belirtilmektedir.⁶⁰ Bununla birlikte yatay işbirliklerinin risk paylaşma, maliyet tasarrufu yapma, yatırımları arttırma, *know-how* havuzu oluşturma, ürün kalitesini ve ürün çeşitliliğini arttırma ve daha hızlı inovasyon yapabilme amaçlarını taşıdığı ifade edilmektedir. Dolayısıyla AB Kılavuzu'nda, ABD Rekabet Kılavuzu'nda olduğu gibi rakipler arasında gerçekleştirilecek anlaşmalarda ekonomik faaliyetlerin önem teşkil ettiği anlaşılmaktadır.

⁵⁹ ABD Rekabet Kılavuzu (2000, 6).

⁶⁰ AB Kılavuzu (2011,4).

Rekabet Kurumu (Kurum) tarafından yayınlanan Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz'da (Yatay Kılavuz) yatay işbirliği "*Mevcut ya da potansiyel rakipler arasında yapılan bir anlaşma söz konusu ise, işbirliği 'yatay' bir niteliğe sahiptir.*" şeklinde tanımlanmakta⁶¹, yatay işbirliği anlaşmalarının yapılmasındaki amaçlar arasında; "*risk paylaşmak, maliyet tasarrufu yapmak, yatırımları artırmak, know-how havuzu oluşturmak, ürün kalitesi ile ürün çeşitliliğini artırmak ve daha hızlı yenilik yapmak*" gerekçelerinin olduğu ifade edilmektedir.⁶²

Özetle yatay işbirliği anlaşmaları ile ilgili AB, ABD ve Türkiye'deki rekabet hukuku mevzuatlarına bakıldığında; üçünde de anlaşmalardaki ekonomik faaliyetlerin önemini taşıyan benzer anlayışın kabul edildiği görülmektedir.

Yatay işbirliği anlaşmaları çeşitli ekonomik amaçlar ile yapılabilmektedir. Bu çerçevede, Ezrachi (2018, 456) tarafından yatay işbirliği anlaşmaları sonucunda teşebbüslerin Ar-Ge, üretim, satın alma, ticarileştirme, standardizasyon, ve çevresel faktörlerde verimlilik sağlayabilecekleri belirtilmektedir. Ezrachi ile benzer şekilde Aslan (2006, 259) tarafından yatay işbirliği anlaşmalarına örnek olarak "*Ar-Ge anlaşmaları, uzmanlaşma anlaşmaları, satın alma anlaşmaları, ticarileştirme anlaşmaları, standartla ilgili anlaşmalar, çevre koruma anlaşmaları*" verilmektedir.

Yukarıda yer verilen bilgilerden görülebileceği üzere, faaliyet alanlarına göre yatay işbirliği anlaşmaları genel olarak Ar-Ge, üretim, pazarlama, ticarileştirme, dağıtım, satış, alım, standardizasyon ve çevre koruma ile ilgili anlaşmalardan oluşmaktadır. Yatay Kılavuz'da yatay işbirliği anlaşmaları, Ar-Ge anlaşmaları, üretim anlaşmaları, ortak alım anlaşmaları, ticarileştirme anlaşmaları, standardizasyon anlaşmaları olmak üzere beş alt gruba ayrılmaktadır. Bununla birlikte bilgi değişiminin de yatay işbirliği anlaşmaları kapsamında incelendiği görülmektedir. Motorlu taşıtlar sektöründeki yatay işbirliği anlaşmalarına geçilmeden önce yatay işbirliği türlerinden ve bilgi değişiminden bahsetmekte fayda vardır. Bu kapsamda bölümün devamında motorlu taşıtlar sektöründe sık rastlanan Ar-Ge ve üretim anlaşmalarına, bununla birlikte bilgi değişimine yer verilecektir.

⁶¹ Yatay Kılavuz (2013,1).

⁶² Yatay Kılavuz (2013,1).

2.2.1. Yatay İşbirliği Anlaşmalarında Bilgi Değişimi

Rakip teşebbüsler arasında gerçekleştirilen işbirliği anlaşmaları sonucunda, sektörde olumlu etkilerin yanı sıra, çeşitli rekabetçi endişeler ortaya çıkabilmektedir. Olumlu etkilerin başında bilgi değişimi⁶³ sonrasında etkinlik kazanımları gelmektedir. Örnek olarak, teşebbüsler etkinlik kazanımı amacıyla birbirlerinin uygulamalarını bilgi değişimi yaparak karşılaştırabileceklerdir. Bununla birlikte, arz ve talep arasındaki uyumsuzluğun ortadan kaldırılması ve kaynakların en iyi şekilde tahsis edilmesi amacıyla bilgi değişimi yapılabilecektir (Whish ve Bailey 2012, 546).

Bilgi değişimlerinin tüketiciler üzerinde de olumlu etkileri oluşabilecektir. Bu kapsamda, bilgi değişimindeki artış kamuya açık bilginin artmasına neden olarak pazarın şeffaflığını arttıracığından, tüketicilerin ürünlere ilişkin fiyat, nitelik gibi unsurlar ile ilgili bilgi edinmelerini kolaylaştıracaktır (Whish ve Bailey 2012, 546).

Yatay işbirliği anlaşmalarından kaynaklı bilgi değişimlerinin rekabetçi açıdan olumsuz etki doğurabilmesi için, bilgi değişiminin rekabete hassas içerikte olması kabul edilmektedir. Rakipler arasında gerçekleştirilen bilgi değişimlerinin genel bilgi içermesi, standardizasyon veya yeni teknoloji geliştirme amacıyla yapılması durumunda rekabetçi endişe doğurmayacak, öte yandan pazardaki belirsizliği ortadan kaldıracaktır (Ezrachi 2019, 463). Buradan rekabet hukuku açısından teşebbüsler arasında paylaşılan bilginin niteliğinin önem taşıdığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda geçmiş veya cari fiyat, satış, maliyet ile ilgili bilgiler; teşebbüslerin ileri tarihli davranışlarına ilişkin fikir verebileceğinden, piyasadaki belirsizliğin giderilmesine dolayısıyla rakip teşebbüsler arasında ortak anlayış geliştirilmesine yardımcı olabilecektir (Pişmaf 2012, 12). Bununla birlikte motorlu taşıtlar sektöründeki işbirlikleri; taraflar arasında gerçekleştirilen bilgi birikimi aktarımının⁶⁴ pazar payları üzerindeki etkisi bakımından önem taşımaktadır (Contractor ve Lorange, 2002).

⁶³ Rekabet Terimleri Sözlüğü'nde bilgi değişimi, "iki veya daha fazla rakip teşebbüsün, rekabete ilişkin kararları etkileyebilecek nitelikte hassas ticari bilgileri birbirleri ile paylaşmaları" şeklinde tanımlanmaktadır.

⁶⁴ Literatürde *inter-partner learning* olarak ifade edilen kavram, işbirliği tarafları arasında bilgi birikimi aktarımı şeklinde ifade edilebileceği düşünülmektedir.

Bu çerçevede yatay işbirliği anlaşmaları değerlendirilirken, anlaşma taraflarının fiyat veya miktar tespiti, pazar paylaşımı konularında anlaşmaları durumunda oluşabilecek rekabetçi açıdan olumsuz etkilerin göz önünde bulundurulması gerektiği anlaşılmaktadır. Motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen işbirlikleri kapsamında, işbirliği taraflarının anlaşmaya konu ana unsur dışında fiyat, maliyet, stok bilgisi gibi veriler ile ilgili bilgi değişimi yapmaları piyasadaki rekabeti olumsuz etkileyebilecektir. Bu durumda yatay işbirliği anlaşmalarına izin verilen tarafların rekabete hassas bilgi paylaşımı yapıp yapmadıklarının kontrolünün sağlanması gerekmektedir.

2.2.2. Ar-Ge Anlaşmaları

Ar-Ge anlaşmaları, Ar-Ge faaliyetlerinin üçüncü teşebbüslere yaptırılması, mevcut teknolojinin ortaklaşa iyileştirilmesi veya tamamen yeni ürünlere yönelik araştırma, geliştirme ve pazarlama konusunda işbirliğine kadar uzanan çeşitli şekil ve kapsamlarda yapılabilmektedir. Bu çerçevede Ar-Ge anlaşmaları, işbirliği anlaşması yapılması veya ortak kontrole tabi bir teşebbüsün kurulması şeklinde gerçekleşebilmektedir.⁶⁵

Türkiye uygulamalarında, teşebbüsler arasında yapılan Ar-Ge anlaşmalarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi hükümlerinin uygulanmasından grup olarak muaf tutulmasının koşulları 2016/5 sayılı Araştırma ve Geliştirme Anlaşmalarına İlişkin Tebliğ (Ar-Ge Tebliğ) kapsamında belirlenmektedir.

Ar-Ge anlaşmaları rekabetçi açıdan salt mevcut pazardaki rekabeti değil, inovasyon ve yeni ürün pazarlarındaki rekabeti de etkileyebilmektedir. Bu çerçevede Yatay Kılavuz'da⁶⁶ sektördeki inovasyon sürecinin özelliklerine göre iki ayrı yol izlenebileceği belirtilmektedir. Rakip teşebbüslerin Ar-Ge çalışmaları yaptıkları ilk durumda anlaşma sonrasında yeterli sayıda rakip Ar-Ge çalışması kalıp kalmayacağı analiz edilmektedir. Rakip teşebbüsler tarafından yapılan Ar-Ge çalışmalarının değerinin ölçülmesi kapsamında, çalışmalarının niteliği, kapsamı ve boyutu; mali kaynaklara, insan kaynaklarına, *know-how* ve patentlere veya diğer bazı varlıklara erişim imkânları; zamanlamaları ve olası sonuçlardan yararlanma kabiliyeti gibi unsurlar dikkate alınmaktadır. Rakip teşebbüsler tarafından yapılan

⁶⁵ Yatay Kılavuz para. 91.

⁶⁶ Yatay Kılavuz para. 99.

Ar-Ge çalışmalarının tespit edilememesini içeren ikinci durumda ise, Ar-Ge anlaşmasının inovasyon üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi mevcut ürün veya teknoloji pazarları kapsamında yapılabilecektir.

ABD Rekabet Kılavuzu'nda ise teşebbüslerin; yüksek maliyetli inovasyon çalışmalarını finanse etmek, faaliyetlerini uluslararası pazarlara genişletmek, üretim ve diğer çeşitli maliyetlerini azaltmak amaçlarıyla rakipleriyle işbirlikleri yaptıkları ifade edilmektedir.⁶⁷ Bu noktada teşebbüslerin yüksek maliyetli inovasyon çalışmalarını finanse etmek amacıyla Ar-Ge anlaşmaları yaptıkları çıkarımı yapılabilecektir.

2.2.2.1. Ar-Ge Anlaşmalarının Rekabet Hukuku Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Yatay Kılavuz'da Ar-Ge anlaşmalarının *“inovasyonu azaltarak veya yavaşlatarak, daha az miktarda ya da daha düşük kaliteli ürünlerin pazara girmesine sebep olabileceği”* belirtilmektedir.⁶⁸ Bununla birlikte Ar-Ge anlaşmalarının;

“ürün veya teknoloji pazarlarında anlaşmanın tarafı olmayan teşebbüsler arasındaki rekabeti önemli ölçüde azaltarak ya da bu pazarlardaki rekabetçi davranışların koordinasyonunu mümkün hale getirerek fiyatlarda artışa neden olabileceği”

ifade edilmektedir.⁶⁹ Bu noktada Ar-Ge anlaşması gibi görünen ancak Ar-Ge çalışmaları yerine fiyat veya miktar tespiti ya da pazar paylaşımı amaçların taşıyan anlaşmaların rekabeti kısıtlama amacı taşıdığı söylenebilecektir.

Motorlu taşıtlar sektöründe yoğun Ar-Ge çalışmalarının, maliyet kalemleri arasında önemli bir yere sahip olması nedeniyle rakipler arasında çeşitli işbirliklerinin oluşturulması doğaldır. Ancak yatay işbirliklerinden kaynaklı rekabet karşıtı etkiler de oluşabilmektedir. Oluşabilecek rekabet karşıtı etkiler Yatay Kılavuz'da aşağıdaki şekilde örneklendirilmiştir:

“Tarafların fiyat, üretim, dağıtım veya arz miktarlarını belirlemek üzere anlaşması ya da işbirliğinin, tarafların pazar gücü elde etmesi, pazar gücünü koruması ya da artırmasına ve böylelikle, fiyat, üretim miktarı, ürün kalitesi, ürün çeşitliliği ya da inovasyon bakımından pazarda olumsuz etkilerin ortaya çıkmasına yol açması bu duruma örnek olarak verilebilir.”⁷⁰

⁶⁷ ABD Rekabet Kılavuzu (2000, 1).

⁶⁸ Yatay Kılavuz para. 106.

⁶⁹ A.g.k.

⁷⁰ Yatay Kılavuz para. 4.

Bununla birlikte Yatay Kılavuz'da Ar-Ge anlaşmaları neticesinde uzun vadede yarar elde edilmesi durumunda, Ar-Ge anlaşmalarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmeyeceği belirtilmektedir. Ek olarak anlaşma taraflarının Ar-Ge yapabilecek teknik imkanlarının veya sermayelerinin bulunmaması durumunda Ar-Ge anlaşmalarının rekabeti sınırlamayacağı ifade edilmektedir. Nitekim bu durumu gösteren kararlara çalışmanın "Motorlu Taşıtlar Sektöründe Gerçekleştirilen İşbirlikleri ve İnovasyon İlişkisi" başlıklı bölümünde yer verilmektedir.

Rakipler arasında gerçekleştirilecek Ar-Ge çalışmalarına yönelik işbirliklerinin rekabetçi açıdan değerlendirilmesinde; anlaşma taraflarının sektörde sahip oldukları konum, yoğunlaşma oranları, pazarda faaliyet gösteren ve/veya inovasyon yapan oyuncuların sayısı, pazara giriş koşulları göz önünde bulundurulmaktadır. Bu çerçevede yukarıda belirtildiği üzere Ar-Ge anlaşmalarına ilişkin değerlendirme yapılırken pazarın mevcut yapısı ve inovasyon üzerindeki etki göz önünde bulundurulmaktadır.

Bununla birlikte Ar-Ge anlaşmaları sonucunda gerçekleşebilecek rekabetçi etkiler arasında; fiyat artışının veya üretim miktarı, ürün kalitesi, ürün çeşitliliği ve inovasyonda azalışın gerçekleşmesi sayılabilecektir. Bu kapsamda inovasyon bakımından, gelişmenin yavaşlaması şeklinde rekabeti kısıtlayıcı etkiler söz konusu olabilmektedir.

Özetle yatay işbirliği anlaşmaları kapsamında değerlendirilen Ar-Ge anlaşmaları sonucunda, çoğunlukla rekabetçi endişeye neden olabilecek bir etkinin ortaya çıkmadığı, bununla birlikte ilk etapta salt Ar-Ge amacıyla yapılmış gibi görünen bir anlaşmanın gerçekte rekabeti kısıtlama amacına hizmet edebilme olasılığının var olduğu anlaşılmaktadır. Ar-Ge anlaşmaları ile ilgili örnek uygulamalara çalışmanın "Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Ar-Ge Anlaşmalarının Rekabetçi Açısından Değerlendirilmesi" başlıklı bölümünde yer verilecektir.

2.2.3. Üretim Anlaşmaları

Yatay Kılavuz'da üretim anlaşmalarının "üretimin bir veya daha fazla teşebbüs tarafından gerçekleştirilmesini sağlamak" amacıyla yapıldıkları ifade edilmekte ve bununla birlikte, teşebbüsler tarafından ortak kontrol edilen bir ortak

girişim şirketinin bir veya daha fazla sayıda üretim tesisi işletmesi yoluyla veya taraflardan birinin, diğer tarafa bir ürünün üretimini yaptırmasını içeren fason üretim anlaşmaları yöntemiyle üretimin gerçekleştirilebileceği belirtilmektedir.⁷¹ Bununla birlikte çalışmanın konusu açısından fason üretim anlaşmalarının anlatımı yapılmayacak, ortak üretim anlaşmalarına odaklanılacaktır.

2.2.3.1. Üretim Anlaşmalarının Rekabet Hukuku Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Yatay Kılavuz'un 136. paragrafında, üretim anlaşmalarına ilişkin rekabetçi kaygılarla ilgili olarak; özellikle üretim ortak girişimlerinin, tarafların üretim miktarını, ürün kalitesini, fiyatını ve rekabet açısından önemli diğer parametreleri uyumlaştırmasına yol açarak rekabetin kısıtlanmasına sebep olabileceği belirtilmektedir.

Dolayısıyla, ortak üretim anlaşmalarındaki temel rekabetçi kaygıların; üretim miktarı, ürün fiyat ve kalitesi gibi rekabet açısından önemli parametrelerin uyumlaştırılması, tarafların tedarikçi olarak rekabetçi davranışlarını koordine etmeleri sonucunda fiyatların yükselmesi ya da üretim miktarının, ürün kalitesinin, ürün çeşitliliğinin ve inovasyonun azalması olduğu söylenebilecektir. Ayrıca tarafların pazar gücüne ve pazarın koordinasyona elverişli olup olmadığına bağlı olarak, üretim anlaşmasının, işbirlikçi sonuca imkân verecek ölçüde tarafların değişken maliyetlerini benzer hale getirmesi ya da rekabete duyarlı bilgilerin paylaşılması, üst pazarda ortak üretim faaliyeti içinde olan tarafların pazarı rakiplerine kapamaları ya da ürün fiyatının rekabetçi seviyenin üzerinde tutularak tüketicilerin olumsuz etkilenilmeleri sonuçlarını doğurabileceği söylenebilecektir. Öte yandan Yatay Kılavuz'un 139. paragrafında yer alan;

"Üretim anlaşmaları bağlamında aşağıdaki durumlarda rekabeti kısıtlama amacı söz konusu değildir:

- *Diğer rekabet parametrelerinin ortadan kaldırılmaması kaydıyla, tarafların üretim anlaşmasının doğrudan ilgilendirdiği (bir ortak girişimin kapasite ve üretim hacmi ya da üçüncü kişilere ürettirilecek ürünlerin miktarı gibi) unsurlar üzerinde anlaşması,*
- *Tarafların ortaklaşa üretim yapmak üzere anlaşması için mutlaka gerekli olması kaydıyla, işbirliği sonucunda üretilen ürünlerin ortaklaşa dağıtımını da öngören bir üretim anlaşmasında, söz konusu ürünlerin satış fiyatlarının ortaklaşa belirlenmesi."*

⁷¹ Yatay Kılavuz para. 129.

ifadelerinden ortak üretim anlaşması yapan teşebbüslerin kapasite ve üretim hacmi konularında anlaşmasının ve üretilen ürünlerin ortaklaşa dağıtımının da öngörüldüğü üretim anlaşmalarında ürünlerin satış fiyatının ortaklaşa belirlenmesinin rekabeti kısıtlama amacıyla yapılmadığının değerlendirildiği görülmektedir.

Bununla birlikte üretim anlaşmalarının işbirlikçi sonuç ortaya çıkararak rekabeti kısıtlayıcı etki doğurabileceği ve anlaşmanın, tarafların maliyetlerinde benzerliğe veya bilgi değişimine yol açması durumunda işbirlikçi sonucun meydana gelebileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Kurul'un *Türkiye'nin Otomobili* kararında⁷², yatay işbirliği anlaşması kapsamında değerlendirilebilen Ar-Ge ve üretim anlaşmalarının genel olarak; teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri pazarlarda rekabet güçlerini artırabilmek ya da tek başlarına gerçekleştirmeleri zor olan faaliyetleri yürütmek amacıyla hayata geçirdikleri refah artışı yaratabilecek anlaşmalar oldukları, bununla birlikte önemli ekonomik faydalar ortaya çıkarabilen işbirliği anlaşmalarının aynı zamanda çeşitli rekabet sorunlarına da yol açabildikleri belirtilmektedir.

Özetle, yatay işbirliği anlaşmalarına ilişkin başlıca endişelerin; tarafların fiyat, üretim, dağıtım veya arz miktarlarını birlikte belirlemesine ya da işbirliğinin, tarafların pazar gücü elde etmesine, pazar gücünü korumasına ya da artırmasına ve böylelikle, fiyat, üretim miktarı, ürün kalitesi, ürün çeşitliliği ya da inovasyon bakımından pazarda olumsuz etkilerin ortaya çıkmasına yol açması olduğu söylenebilecektir. Yatay işbirliği anlaşmalarının gizli bir karteli oluşturmak veya danişıklı hareketler için kolaylaştırıcı unsur olarak kullanılabilmesi ve rakiplerin çıkarlarının ve motivasyonlarının değiştirilerek önceden var olan bir kartelin sürdürülmesine, yeni bir kartel oluşturulmasına veya açık anlaşmalar olmaksızın uyumlu eylemlere neden olabilmesi açısından rekabete aykırı eylemlerde bir araç olarak kullanılabilmesi düşünülmektedir.

Çalışmanın önceki bölümlerinde bahsedildiği üzere, motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasında gerçekleştirilen bilgi değişimleri, küresel çapta rekabet hukukunun konusu olmaktadır.⁷³ Bu nedenle rakip teşebbüsler arasında gerçekleştirilen bilgi değişimlerinin ve teşebbüs

⁷² 26.09.2018 tarihli ve 18-34/566-279 sayılı Kurul kararı.

⁷³ Bu konuda ayrıntılı bir literatür taraması için bkz. Vogel ve Vogel (2018).

birlikleri tarafından yapılan bilgi paylaşımlarının motorlu taşıtlar sektörü açısından önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu doğrultuda her ne kadar çalışmanın konusunu motorlu taşıtlar sektöründeki işbirlikleri oluştursa da ilerleyen bölümlerde ilk olarak motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen bilgi değişimleri ve bilgi paylaşımlarının, ardından sektörde gerçekleştirilen işbirliklerinin rekabet hukuku çerçevesinde değerlendirilmesi örnek uygulamalarla birlikte verilecektir.

2.3. MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDEKİ BİLGİ DEĞİŞİMLERİNİN REKABET HUKUKU ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüsler piyasadaki üstünlüklerini tesis etmek amacıyla, rakipleriyle veya başka sektörde faaliyet gösteren teşebbüsler ile çeşitli işbirliklerine gidebilmektedirler. Sektörde faaliyet gösteren araç üreticileri; ürün geliştirmek, ortak üretim faaliyeti gerçekleştirmek, Ar-Ge çalışması yapmak amacıyla yatay işbirliği anlaşmaları yapabilmektedir.

Teşebbüsler arasındaki işbirliklerinin, inovasyonu geliştirme ve tüketiciye yarar sağlama açısından olumlu etkileri olabilmektedir. Bununla birlikte sektör oyuncularının rakipleri arasında rekabete hassas bilgi değişimi gerçekleştirmeleri neticesinde piyasadaki rekabeti kısıtlayabildikleri de görülmektedir. Bu kapsamda motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerin bilgi değişimi vasıtasıyla rekabeti bozma ve/veya kısıtlamalarına ilişkin örnek uygulamalara sonraki bölümde yer verilmektedir.

2.3.1. Dünya Uygulamaları

2.3.1.1. Beşli Grup Soruşturması

Yatay Kılavuz'da yer alan örneklendirmeye benzer nitelikte inovasyon bakımından pazarda oluşabilecek rekabetçi açıdan olumsuz etkilere ilişkin olarak, *“araç üretimi seviyesinde gerçekleştirdikleri bilgi değişimi ile inovasyonu kısıtladıkları”* gerekçesiyle Komisyon tarafından BMW Grubu, Daimler AG, ve Volkswagen AG hakkında soruşturma başlatılması örnek gösterilebilecektir. Komisyon'un yayınladığı 05.04.2019 tarihli bültenden⁷⁴, ürün geliştirmek

⁷⁴ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_2008, Erişim Tarihi: 15.03.2021.

adına teşebbüslerin işbirliklerine gidebildikleri, bununla birlikte teşebbüslerin ürün geliştirme veya ürünün kalitesi açısından rekabetin engellenmesi amacıyla işbirliğine gitmelerinin Komisyon tarafından yasaklandığı, bu kapsamda BMW Grubu, Daimler AG ve Volkswagen AG tarafından tüketicilere sunulan araçlarda teknolojik açıdan erişebilecek faydanın engellenmiş olabileceği anlaşılmaktadır. Soruşturma kapsamında değerlendirilen ana unsurun araç emisyonu olduğu, bu bakımdan tarafların emisyon sistemlerinde inovasyonu ve dolayısıyla tüketicilerin düşük emisyon salınımına sahip araç alma seçeneklerini engelledikleri şüphesi incelenmektedir. Bu dosyada dikkat çekilecek unsur, motorlu taşıtlar sektöründeki rakipler arası işbirliği ve bilgi değişiminin yanı sıra, çevresel faktörlerin de incelenmesidir.

Küresel ısınmanın etkisiyle çevresel faktörlerin dünya çapında önem kazandığı bir ortamda, motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen gerek teşebbüsler arası işbirlikleri gerek teşebbüslerin kendi faaliyetleri rekabet hukuku çerçevesinde değerlendirilirken çevresel faktörlerin göz önünde bulundurulup bulundurulmayacağı yukarıda yer verilen ve buna benzer kararlar neticesinde anlam kazanacaktır.

2.3.1.2. Çelik Kararı

BMW Grubu, Daimler AG ve Volkswagen AG arasında rekabeti sınırlandırma amacıyla işbirliği yapıldığına ilişkin Almanya Rekabet Otoritesi Federal Kartel Dairesi *Bundeskartellamt*'ın 21.11.2019 tarihli kararında⁷⁵ ise, araç üretimi faaliyetinde bulunan üç teşebbüsün araç üretiminde kullanılan uzun çelik materyalinin alımına ilişkin olarak çelik üreticileri ile toplantılar yaptıkları, çelik alım fiyatlarını kanuna aykırı şekilde belirledikleri ve rekabete hassas bilgi değişiminde buldukları gerekçeleriyle rekabet ihlali yaptıkları belirtilmektedir.

2.3.1.3. Occupant Safety Systems Kararı

Motorlu taşıtlar sektöründeki diğer bir örnek, araçlarda kullanılan ve yolcu taşıma güvenliği sistemleri içerisinde yer alan emniyet kemeri, hava yastığı ve direksiyon parçalarının küresel çapta satışı faaliyetinde bulunan teşebbüsler

⁷⁵ https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilung/2019/21_11_2019_Bussgeld_Stahl.html?nn=3591568, Erişim Tarihi: 17.03.2021.

arasında gerçekleştirilen anlaşmadır. Komisyon'un *Occupant Safety Systems (II) supplied to the Volkswagen Group and the BMW Group*⁷⁶ kararında yolcu güvenlik sistemleri satışı faaliyetinde bulunan Autoliv, Inc./Autoliv B.V. & Co. KG, Takata Co./Takata AG ve ZF TRW Automotive Holdings Corp./TRW Automotive Safety Systems GmbH/TRW Automotive GmbH'nin araç üreticisi konumunda bulunan Volkswagen Grubu ve BMW Grubu'na yolcu güvenlik sistemi satışları esnasında rekabete hassas bilgi paylaşımı yaptıkları ve birlikte fiyat belirledikleri gerekçesiyle rekabeti sınırladıkları değerlendirilmiştir. Karardaki önemli noktalardan biri yolcu güvenlik sistemleri üretimi ve satışı konusunda rekabet ihlali yapan üç teşebbüs arasından bulunan Takata Co./Takata AG'nin pişmanlık başvurusunda bulunarak söz konusu karteli açığa çıkarmasıdır.

2.3.1.4. Carglass Kararı

Araç üretiminde kullanılan parçalara ilişkin bir başka rekabet ihlali örneği ise, Komisyon'un araç camı üreticileri hakkındaki 12.11.2008 tarihli *Carglass*⁷⁷ kararıdır. İlgili kararda araçlar için cam üretimi ve satışı faaliyetlerinde bulunan dört teşebbüsün 1998 yılından 2003'e kadar rekabete hassas bilgi paylaşımı ile birlikte pazar paylaşımı yaptıkları gerekçesiyle rekabeti sınırladıkları değerlendirilmiştir. İlgili kararda ayrıca, ihlal tespiti yapılan dört teşebbüsün Avrupa Ekonomik Alanı içerisindeki araç camının %90'lık kısmını kontrol ettikleri tespit edilmiştir. Karara ilişkin Komisyon üyesi Neelie Kroes tarafından "*ilgili teşebbüslerin motorlu araç sektörünü ve araç alıcılarını aldattıkları*"⁷⁸ ifade edilmiştir.⁷⁹ Bu çerçevede motorlu taşıtlar sektöründe araç parçası üreticilerinin rekabete aykırı davranışlarının araç üreticilerini ve dolaylı olarak araç satın alan tüketicileri de etkilediği anlaşılmaktadır.

Rekabet otoriteleri tarafından motorlu taşıtlar sektöründeki ihlal tespiti yapılan kararlara bakıldığında, hem araç üreticilerinin hammadde alımına ilişkin gerçekleştirdikleri bilgi değişimi açısından, hem de araç üreticilerine hammadde satışı yapan teşebbüsler arasındaki işbirlikleri bakımından kartel tespiti yapıldığı görülmektedir. Her iki durumda da vuku bulan rakip teşebbüsler arası rekabeti

⁷⁶ Case AT.40481, *Occupant Safety Systems (II) supplied to the Volkswagen Group and the BMW Group* (2019).

⁷⁷ Case COMP/39.125, *Carglass* (2008).

⁷⁸ İlgili ifadenin aslı şu şekildedir: "*These companies cheated the car industry and car buyers...*"

⁷⁹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_08_1685, Erişim Tarihi: 22.03.2021.

sınırlandırıcı faaliyetlerin araç fiyatlarına yansiyebileceği ve bu yönüyle nihai tüketiciyi olumsuz etkileyebileceği olasıdır. Nitekim *Occupant Safety Systems (II) supplied to the Volkswagen Group and the BMW Group* kararına ilişkin 05.03.2019 tarihli bültende;

“Avrupa’da satın alınan her on arabadan yaklaşık üçünün Volkswagen Grubu ve BMW Grubu tarafından satıldığı göz önünde bulundurulduğunda, kartelin Avrupalı müşteriler üzerinde önemli bir etkisi olması muhtemeldir.”⁸⁰

ifadelerine yer verilmektedir.

2.3.2. Türkiye Uygulamaları

2.3.2.1. Otomotiv Distribütörlerine İlişkin Kararlar

Ülkemizde motorlu araçların bağımsız distribütörler tarafından ithal edilerek, bayiler aracılığıyla nihai tüketiciye satıldığı bilgisine ilk bölümde yer verilmiştir. Bu kapsamda son dönemde Kurum bünyesinde araç distribütörleri hakkında yürütülmüş önaraştırma ve soruşturmalar mevcuttur. Örnek olarak ODD, OSD ve 19 otomotiv distribütörü hakkında yürütülen önaraştırmada, ÖTV indirimi⁸¹ sonrasında 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesine aykırı hareket edip etmedikleri incelenmiştir. Önaraştırma sonrasında alınan Kurul kararına⁸² bakıldığında, taraflar arasında rekabete hassas bilgi değişimi olup olmadığının ve bununla birlikte, önaraştırma taraflarınca B ve C araç sınıflarında en çok satışı yapılan araç modellerinin 2016 Aralık’tan 2018 Aralık’a kadarki satış fiyatlarının incelendiği, sınıf ayırımının yanı sıra benzin ve dizel olmak üzere araçlarda kullanılan yakıt türlerinin ayrıca değerlendirildiği görülmektedir. Çalışmanın önceki bölümlerinde motorlu taşıtlar sektöründe hem dünyada hem de Türkiye’de en çok satılan araç sınıfının C olduğu bilgisine yer verilmektedir.⁸³ Bu çerçevede, ilgili kararda B ve C araç sınıflarının incelenmesi Kurum’un motorlu taşıtlar sektöründe rekabetin yoğun olduğu sınıfa ilişkin anlayışını gösterir niteliktedir. Dolayısıyla C araç sınıfına ilişkin pazar payı yüksek olan rakiplerin yatay işbirliği anlaşması yapması

⁸⁰ İlgili ifadenin aslı şu şekildedir: “*The cartel is likely to have had a significant effect on European customers, since the customers affected by the cartel, the Volkswagen Group and the BMW Group sell around three of every ten cars bought in Europe.*”

⁸¹ 31.10.2018 tarihli ve 287 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı kapsamında, 01.11.2018 tarihinden itibaren uygulanmaya başlanan ÖTV indirimi.

⁸² 28.02.2019 tarihli ve 19-10/115-46 sayılı Kurul kararı.

⁸³ Bkz. “1.3. Dünyada Motorlu Taşıtlar Sektörü” ve “1.4. Türkiye’de Motorlu Taşıtlar Sektörü” başlıklı bölümler.

veyahut rekabete hassas bilgi değişiminde bulunması sonucunda rekabet karşıtı etkilerin oluşabileceği söylenebilecektir. Bununla birlikte ilgili kararda rekabete hassas bilgi değişimine ilişkin herhangi bir bulguya rastlanmadığı görölmektedir.⁸⁴

Distribütörler hakkında alınan bir başka Kurul kararında⁸⁵ ise, motorlu taşıtlar pazarında faaliyet gösteren 23 teşebbüsün ÖTV indirimi ve Avro kurundaki dalgalanmalar gibi sektörün genelini etkileyen değişiklikler sonrasında çeşitli toplantılarda bir araya gelerek ticari sır niteliğindeki stok, hedef ve satış stratejisine ve toplantı ve/veya kişisel iletişim yoluyla fiyat stratejisine ilişkin bilgilerin paylaşımına yönelik görüşmelerinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiği iddiası incelenmiştir. Kararda teşebbüslerin önemli bir kısmının geleceğe yönelik fiyat politikası, hedef, stok ve satış stratejisine ilişkin olarak gerek toplantı gerekse kişisel iletişim yollarıyla görüşmeler yaptıkları, söz konusu görüşmelerdeki esas amacın rakiplerin davranışlarının öngörülemezliğinden doğan riski ortadan kaldırmak olduğu, teşebbüslerin hedef, stok ve satış stratejisine yönelik yaptıkları görüşmelerin fiyat politikasına yönelik görüşmeleri tamamlayıcı nitelikte olduğu değerlendirilmektedir. Bununla birlikte oligopolist yapıya sahip motorlu taşıtlar sektöründe teşebbüsler arasında gerçekleştirilen bilgi değişimlerinin pazarın şeffaflaşmasına neden olacağı ve koordinasyon riskini arttıracığı söylenebilecektir.

Sonuç olarak, yukarıda yer verilen kararlarda motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen rakipler arası geleceğe yönelik, fiyat, stok, maliyet vb. rekabete hassas bilgi değişimlerinin tarafların ilgili pazarda fiyatları artırma veya kalite, hizmet, inovasyonu azaltma eylemlerini gerçekleştirme güdülerini tetikleyerek rekabete ve tüketicilere zarar verebildiği görölmektedir.

2.3.2.2. Teşebbüs Birliklerinin Bilgi Paylaşımına İlişkin Kararlar

Bahsedilmesi gereken bir diğer konu sektördeki teşebbüs birlikleri tarafından sektöre ilişkin bilgilerin kamuoyu ile düzenli olarak paylaşılmasının rekabetçi açıdan etkisidir. Motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüs birlikleri arasında yer alan ODD ve OSD tarafından sektör oyuncularından elde edilen çeşitli verilerin derneklerin üyeleri ve kamuoyu ile paylaşılmasına çeşitli Kurul kararları

⁸⁴ 28.02.2019 tarihli ve 19-10/115-46 sayılı Kurul kararı para. 79.

⁸⁵ 18.04.2011 tarihli ve 11-24/464-139 sayılı Kurul kararı.

ile izin verilmiştir. ODD ve OSD tarafından paylaşılan bilgilerin incelendiği Kurul kararlarına aşağıda yer verilmektedir.

Bu çerçevede, ODD tarafından kurulan ve Türkiye motorlu taşıt piyasasına ilişkin istatistiki bilgilerin yer aldığı internet sitesinin, hem pazarın ve ürünün nitelikleri gereği hem de sitede yer verilen bilgilerin niteliği gereği rakipler arasında rekabeti koordine edici davranışların ortaya çıkmasına yol açmayacağı gerekçesiyle Kurul tarafından menfi tespit verilmesine karar⁸⁶ verilmiştir. Söz konusu Kurul kararında fiyatın yanında kalite, etkin bir pazarlama, değişen talebe hızlı yanıt verme, yeni model geliştirme yeteneği, ürün çeşitliliği, servis ağının yaygınlığı gibi etkenlerin motorlu araçlar sektöründeki rekabet açısından büyük önem taşıdığı değerlendirilmiştir.

Bir başka Kurul kararında⁸⁷ ise, ODD'nin internet sitesinde yayınlanan muhtelif zamanlarda markaların şebekelerindeki personel sayısı, yetkili satıcı ve servis adetlerine ilişkin bilgi paylaşımına 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi uyarınca menfi tespit belgesi verilmesine, öte yandan ODD internet sitesinde paylaşılan; toplam binek ve ticari araç satışlarının illere göre dağılımını gösterir üçer aylık veriler, üçer aylık dönemlerde yayımlanmak üzere markaların yeni modellerine ilişkin kesin olmayan takvim çalışmaları (lansman), binek ve hafif ticari araçların filo satışlarında markaların devlet, kiralama şirketleri, taksiler, leasing ve özel satış olarak sınıflandırılan alıcı gruplarına yönelik satışlardaki payı bakımından bilgi paylaşımına ilişkin olarak menfi tespit belgesi verilemeyeceğine, ancak; il bazındaki verilerin marka, model ve alt kırılım ayrıştırması içermemesi, lansmana ilişkin paylaşımların; uygulanacak tavsiye veya nihai satış fiyatları, satış stratejisi, hedef, arz miktarı gibi koordinasyon doğurucu etkisi bulunan bilgileri içermemesi, filo satış rakamlarının alıcı grupları bakımından ayrıştırılmasında alıcıların unvanlarına ilişkin bilgilerin yer almaması koşuluyla söz konusu bilgilerin paylaşımına 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca bireysel muafiyet tanınabileceğine karar verilmiştir. Bu noktada, Kurul'un ODD ile ilgili almış olduğu ve yukarıda yer verilen ilk karardan farklı olarak il bazında ayrıştırılmış veriler, lansman bilgileri ve markaların filo satış rakamlarının paylaşılması hususlarında, sözü edilen verilerin kapsamının geniş tespit edilmesi halinde

⁸⁶ 15.04.2004 tarihli ve 04-26/287-65 sayılı Kurul kararı.

⁸⁷ 14.07.2011 tarihli ve 11-43/916-285 sayılı Kurul kararı.

koordinasyon riskinin ortaya çıkabileceği dikkate alınarak; sözü edilen bilgilerde bireysel muafiyet verilebilmesi için hangi bilgilerin paylaşılacağına ilişkin kısıtlar getirdiği görülmektedir.

ODD'nin veri paylaşımına değinilecek olan bir başka Kurul kararında⁸⁸ ise, ODD internet sitesi, veri tabanı ve ODD tarafından hazırlanan raporlarda paylaşılan bilgilere ek olarak, ODD veri tabanında araçların donanım özelliklerine, fiyatlarına ve promosyonlara yönelik bilgilerin paylaşılmasına 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi kapsamında menfi tespit verilmiştir.

Yukarıda yer verilen Kurul kararlarına ek olarak, ODD'nin internet sitesinde Türkiye'de gerçekleşen binek ve hafif ticari araçlara ilişkin toplam (yerli ve ithal) satış miktarlarını ve pazar paylarını içerecek şekilde ülkedeki bölgeler/iller bazında ayrıntılı istatistiki bilgilerin paylaşıldığı, bununla birlikte yerli/ithal, binek/hafif ticari araçların perakende satış adetlerine ilişkin verilerin 2004-2009 döneminde yıllık olarak, 2010-2020 döneminde ise aylık olarak paylaşıldığı görülmektedir.⁸⁹ Bu bakımdan, söz konusu bilgiler daha önce yıllık olarak yayımlanmaktayken aylığa dönmesiyle birlikte bilgi paylaşımının sıklığının arttığı ve paylaşılan en son bilgilerin bir önceki aya ilişkin olacak şekilde aylık olarak yayımlandığı dikkate alındığında bu bilgilerin güncel nitelikte olduğu söylenebilecektir.

ODD ile benzer şekilde, OSD'de tarafından binek, hafif ticari ve ağır ticari araçlar ile traktörlerin üretim ve satışına ilişkin birtakım verilerin üyeleri ve kamuoyu ile paylaşılmasına Kurul kararları ile izin verilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerin her bir alt model bazında aylık üretim adetleri, hammadde ve yan sanayiye yaptıkları ödemeler ile ödedikleri vergi ve ücretlere ilişkin bilgi değişiminin ticari sır olarak nitelenebilecek bilgiler içermesi ve teşebbüsler arasında koordinasyona yol açabilecek nitelikte olması nedeniyle bu paylaşımlara 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi uyarınca menfi tespit belgesi verilemeyeceğine, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde öngörülen koşulların sağlanmaması nedeniyle, üretim verilerinin teşebbüs ve model bazında paylaşılmasına, otomotiv sanayi teşebbüslerinin yan sanayiye ve hammaddeye yaptıkları ödemeler ile ödenen vergi ve ücretlerin teşebbüs bazında paylaşılmasına muafiyet tanınmamasına karar verilmiştir.⁹⁰

⁸⁸ 09.07.2015 tarihli ve 15-29/428-124 sayılı Kurul kararı.

⁸⁹ http://www.odd.org.tr/web_2837_1/neuralnetwork.aspx?type=35, Erişim Tarihi: 27.03.2021

⁹⁰ 20.09.2012 tarihli ve 12-44/1350-455 sayılı Kurul kararı.

OSD tarafından veri paylaşımına ilişkin alınan sonraki Kurul kararında⁹¹ ise, bir ay öncesine ait alt kırılım ve model bilgisi içermeyen teşebbüs/marka bazındaki üretim ve fabrika satış bilgilerinin paylaşılmasına bireysel muafiyet tanınmıştır.

Bu çerçevede, motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren distribütörlerin güncel araç satış fiyatlarını internet sitelerinde paylaşmaları, ODD ve OSD tarafından sektör oyuncularından elde edilen verilerin raporlanarak düzenli olarak paylaşılması gibi unsurlar sektörün şeffaf bir yapıda olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda teşebbüsler arasında rekabet karşıtı bir uygulamanın oluşturulmasının ve kontrol edilmesinin pazarın şeffaf yapısı ile birlikte kolaylaşabileceği söylenebilecektir. Bununla birlikte yukarıda yer verilen Kurul kararlarından, teşebbüs birlikleri tarafından yapılan sektöre ilişkin bilgi paylaşımının belirli koşullar altında rekabeti olumsuz etkileyebilecek unsurları barındırmağı anlaşılmaktadır.

2.4. GENEL DEĞERLENDİRME

Motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen yatay işbirliklerinin ele alındığı bu bölümde, sektör oyuncuları tarafından gerçekleştirilen bilgi değişiminin rekabetçi açıdan değerlendirilmesine yer vermeye çalışılmıştır. Bu kapsamda dünyada ve Türkiye’de alınan kararlara yer verilmiştir. İlgili kararlarda, rakipler arasında gerçekleştirilen bilgi değişimlerinin alım fiyatı, satış fiyatı ile geleceğe dönük rekabete duyarlı bilgileri içermesi durumunda ihlal tespiti yapıldığı görülmektedir.

Bununla birlikte Türkiye uygulamalarına bakıldığında; motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüs birliklerinin sektör ile ilgili bilgi paylaşımı yapmalarına belirli koşullar altında izin verilebildiği görülmektedir. Bu çerçevede teşebbüs birliklerinin sektör oyuncularından aldıkları verileri düzenli olarak paylaşmalarının pazardaki şeffaflığı ve öngörülebilirliği arttırdığı söylenebilecektir.

Bu bölümde yatay işbirliği tanımı ve türleri kapsamında bilgi değişiminin yanı sıra Ar-Ge ve üretim anlaşmaları ele alınmıştır. Bu kapsamda motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüsler ve teşebbüs birlikleri tarafından gerçekleştirilen bilgi değişimleri ve bilgi paylaşımının rekabet hukuku çerçevesinde değerlendirilmesine yer verilmiştir. Yatay işbirliği türleri arasında yer

⁹¹ 26.06.2013 tarihli ve 13-40/522-231 sayılı Kurul kararı.

alan Ar-Ge ve üretim anlaşmalarına ilişkin uygulamalara ise bir sonraki bölümde yer verilecektir. Motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen işbirliklerinin amaçları arasında yer alan ürün geliştirme, maliyet azaltma, Ar-Ge çalışmaları yapma gibi unsurların inovasyon kavramı ile çok yakından ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bu çerçevede sonraki bölümde inovasyon kavramı ve türlerinden bahsedilerek, motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen işbirliklerine yer verilecektir.

BÖLÜM 3

MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDE İNOVASYON VE YENİ İŞBİRLİĞİ MODELLERİ

Çalışmanın bu bölümünde motorlu taşıtlar sektöründeki teknolojik gelişmelerin rekabetçi sürece etkisi ele alınmaktadır. Motorlu taşıtlar sektöründe hem ürün hem de yapı itibarıyla 17. yüzyıldan günümüze kadar çeşitli gelişimler meydana gelmiştir. Motorlu taşıtlar sektörü, hem ekonomi hem de teknoloji üzerindeki etkisi açısından önemli bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır (Vaz vd. 2017, 2). Dolayısıyla motorlu taşıtlar sektöründeki rekabetin, inovasyon ile yakından ilişkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüsler açısından, inovasyon yapma veya teknoloji geliştirme, rekabetçi güç elde edilebilmesi bakımından önem teşkil etmektedir. Motorlu araçlara olan talebin artması sonucunda, teşebbüsler küresel çapta rekabet gücü elde etme amacıyla Ar-Ge faaliyetlerine ağırlık vermektedirler (Samsunlu ve Akdemir 2007, 131). Sektörde yüksek maliyetli inovasyon çalışmalarının karşılanamadığı durumlarda teşebbüsler Ar-Ge ve üretim işbirliklerine gidebilmektedir (Samsunlu ve Akdemir 2007, 124). Bu çerçevede inovasyonun motorlu taşıtlar sektöründe önemli olduğu, inovasyondaki gelişmelere paralel olarak sektörde yeni sayılabilecek işbirliklerinin ortaya çıktığı, bu konunun ayrıntılı olarak irdelenmesine ihtiyaç duyulduğu, bu nedenle “inovasyon ve işbirlikleri ilişkisine” ayrı bir bölüm olarak yer verilmektedir.

Bu bölümde teşebbüsler tarafından inovasyon amacıyla yapılan işbirliklerinin rekabetçi sürece etkisi ve bu işbirliklerinin rekabet hukuku açısından sonuçları incelenecektir. Bu kapsamda ilk olarak motorlu taşıtlar sektöründeki işbirliklerinin inovasyon ile ilişkisine ve motorlu taşıtlar sektöründeki Ar-Ge ve üretim anlaşmalarının rekabetçi açıdan değerlendirilmesine yer verilecektir. Ardından motorlu taşıtlar sektöründe ürün inovasyonu olarak nitelendirilebilecek elektrik

motorlu araçların gelişiminden ve elektrik motorlu araçlara yönelik yapılan işbirliklerinden bahsedilmesi planlanmaktadır.

3.1. MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN İŞBİRLİKLERİ VE İNOVASYON İLİŞKİSİ

Hovenkamp (2005, 13) tarafından rekabet, “*fiyatların firmaların maliyetlerini karşılamaya yetecek kadar düşük, ya da aşırı olmayacak bir seviyede olduğu, firmaların inovasyon yapmaları için sağlanan doğru teşviklerin bulunduğu bir durum*” olarak tanımlanmaktadır. Yapılan bu tanımlamada inovasyonun rekabet ile doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir. Nitekim inovasyonun ekonomik büyüme içerisindeki payının, artan fiyat rekabetine kıyasla daha büyük olduğu düşünülmektedir (Hovenkamp 2008, 104). Bu çerçevede motorlu taşıtlar sektöründeki inovasyonun gelişiminde teşebbüslerin uyguladıkları yöntemlere geçilmeden önce inovasyon ve türlerinin açıklanması yerinde olacaktır.

İnovasyon kelime anlamı itibariyle, tamamen yeni bir ürünün geliştirilmesi ya da bir sürecin iyileştirilmesi olarak tanımlanabilecektir (Erdim ve Taşkın 2019, 1). Joseph Schumpeter ise inovasyonu, ekonomik kalkınmanın temeli olarak kabul etmektedir (Croitoru 2017, 68). İnovasyon; ürün, süreç, organizasyonel, pazarlama, radikal, artırimsal, yıkıcı, açık ve süresiz olmak üzere sekiz farklı türe ayrıştırılmıştır (Erdim ve Taşkın 2019, 5). Bu çalışmada motorlu taşıtlar sektöründeki gelişmeler anlatılırken inovasyon türleri arasından ürün, süreç ve pazarlama inovasyonları üzerinde durulacaktır.

3.1.1. İnovasyon Türleri

3.1.1.1. Ürün İnovasyonu

Ürün inovasyonu, yeni bir ürün ortaya çıkarılması veya var olan bir üründe önemli derecede geliştirilme yapılmasıdır (Bloch 2007, 29). Ürün inovasyonuna örnek olarak, elektrikli araçlarda kullanılmak üzere geliştirilen lityum-iyon bataryalar, motorlu araçlardaki otonom sürüşün bir parçası olan taşıt takip sistemi⁹² ve bağlanabilirlik özelliği verilebilecektir.

⁹² Araç takip sistemi en temel tanımı ile araçların GPS uyduları sayesinde 7 gün 24 saat internete bağlı bir bilgisayar, akıllı telefon, tablet vb. üzerinden takip ve kontrol edilmesini sağlayan sistemlerdir. Araç takip sistemleri ile araçların hızları, izlemiş oldukları rotalar, duraklama yaptıkları yerler, rölanti süreleri gibi çok sayıda bilgi, haritalar üzerinden anlık ve geçmişe dönük olarak izlenebilir, anlık ve geçmişe dönük raporlar ile, kayıt ve kontrol altına alınabilir.

3.1.1.2. Süreç İnovasyonu

Süreç inovasyonu, kalite ve maliyet tasarrufu sağlama amacıyla geleneksel olarak farklı şekilde elde edilen bir ürünün yeni yöntemler kullanılarak üretilmesi şeklinde tanımlanabilmektedir. Süreç inovasyonu aşamasında ürünün nihai haline müdahale edilmemekte, ürünün üretim şekli yeni teknik ve donanımlar kullanılarak değiştirilmektedir (Erdim ve Taşkın 2019, 11-13). Motorlu taşıtlar sektörünün tarihsel gelişimine ilişkin bölümde bahsi geçen, Ford Üretim Sistemi ile Yalın/Esnek Üretim Sistemi de süreç inovasyonuna örnek gösterilebilecektir. Her iki sistemin uygulanması sonucunda üretim sürecindeki maliyetlerin azaldığı ve süreç inovasyonunu gerçekleştiren teşebbüslerin rakipleri karşısında rekabetçi açıdan avantaj elde ettiği görülmektedir.

3.1.1.3. Pazarlama İnovasyonu

Ürün veya hizmet satışında yeni pazarlama süreçleri geliştirme olarak tanımlanabilecek pazarlama inovasyonu, genellikle küçük veya orta ölçekli daha büyük işletmelerle rekabet edebilmelerini sağlamaktadır (Erdim ve Taşkın 2019, 18-19). Buradan hareketle motorlu taşıtlar sektöründe pazarına giriş yapan bir teşebbüsün pazarlama inovasyonu ile fark yaratabileceği söylenebilecektir. Nitekim 2003 yılında kurulan ve otomobil/binek araçlar pazarında faaliyet gösteren Tesla, Inc. pazarlama inovasyonunu başarılı şekilde uygulamış, 2010 yılında halka açılmasının ardından 17 ABD Doları olan hisse değeri, 2021 yılının başında yaklaşık 729 ABD Doları seviyesine ulaşarak hisse değeri açısından otomobil üreticileri arasında ilk sırada yer almıştır.⁹³ Tesla, Inc.'nin söz konusu başarısının salt pazarlama inovasyonuna bağlanamayacağı açık olmakla birlikte, etkisinin olmadığı da düşünülemez.

Pazarlama inovasyonunun asıl odak noktasının, müşteri ihtiyaçlarının tanımlama sürecini geliştirmek ve müşteri memnuniyetini arttırmak olduğu, bununla birlikte pazarlama inovasyonunun yeni pazarlara girme, ürünün pazardaki konumu iyileştirme, büyük ölçekli satışlara ulaşma hedeflerini gerçekleştirmek için kullanılan bir yöntem olduğu görüşü de mevcuttur (Erdim ve Taşkın 2019, 19). Pazarlama inovasyonunun rekabetçi açıdan avantaj olarak kullanılabileceği görüşünde ise dört ana faktörden bahsedilmektedir. Bunlar;

⁹³ <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55483534>, Erişim Tarih: 08.03.2021.

üründe gerçekleştirilecek önemli seviyede tasarım gelişimi, fiyat stratejilerinde yenilik, dağıtım kanallarının sıfırdan oluşturulması ve yeni tanıtım projelerinin uygulanmasıdır (Ilic vd. 2014, 35-36).

3.1.2. Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Ar-Ge Anlaşmalarının Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi

Motorlu taşıtlar sektörü içerisinde Ar-Ge çalışmaları büyük önem taşımaktadır. İlk bölümde bahsedilen satış adedinin fazla olduğu araç sınıflarında, teşebbüsler rakipleri karşısında üstünlük sağlamak amacıyla, gerek üretim safhasında gerekse de ürünün özellikleri bakımından çeşitli inovasyonlara gitme zorunluluğu altındadır. Yoğun rekabetin olduğu motorlu taşıtlar sektöründe Ar-Ge çalışması sonucunda fark yaratabilecek bir ürünün ortaya konması araç üreticisini rakiplerinin önüne geçirebilecektir.

Bilindiği üzere Ar-Ge çalışmaları yoğun sermaye gerektirmektedir. Nitekim otomotiv endüstrisinde gerçekleştirilen Ar-Ge çalışmalarına 2019 yılında dünya genelinde 103 milyar ABD Doları sermaye ayrıldığı görülmektedir.⁹⁴ Bu durumda, teşebbüslerin Ar-Ge çalışmalarına ilişkin maliyetlerini azaltmak adına belirli yöntemler geliştirmeleri hayatın olağan akışına uygun karşılanacaktır. Bu kapsamda, araç üreticileri Ar-Ge maliyetlerini azaltmak ve sektördeki rekabet güçlerini arttırmak amacıyla en yaygın olarak birleşme, devralma ve işbirliklerine başvurabilmektedirler (Lin 2009, 296).

Motorlu taşıtlar sektöründe ortaya çıkan rakipler arası işbirlikleri, dış kaynak kullanımı ve ürün farklılaştırması açısından etki doğurmaktadır (Dorf ve Byers 2005). Uluslararası şirketler, yatay işbirlikleri ile maliyetlerin azaltılması, ürün değerinin artırılması, fiyat rekabetinden kaçınılması, pazarlık gücünün artırılması, inovasyon geliştirilmesi gibi sonuçları hedeflemektedir (Burgelman vd. 2004).

İşbirliklerinin temel amaçları arasında, ürün çeşitliliğinin artırılması, ürün geliştirme maliyetlerinin azaltılması, üretim kapasitesinde optimizasyonun sağlanması, ürünlerin pazara sunulma sürelerinin azaltılması, yüksek Ar-Ge

⁹⁴ <https://www.statista.com/statistics/1102932/global-research-and-development-spending-automotive/#:~:text=Total%20R%26D%20spending%20on%20automotive%20worldwide%202017%2D2019&text=Global%20R%26D%20spending%20in%20the,global%20investment%20in%20this%20sector>, Erişim Tarihi: 08.03.2021.

maliyetlerinin bölüşülmesi ve bilgi birikiminden faydalanılması yer almaktadır (Samsunlu ve Akdemir 2007, 125). Benzer şekilde, ABD Rekabet Kılavuzu'nda da yatay işbirliği türlerinden olan üretim anlaşmalarının genellikle rekabeti olumlu etkilediğinin kabul edildiği görülmektedir.⁹⁵ Bu tür anlaşmalarda tarafların tamamlayıcı teknolojiler, *know-how* gibi unsurları kullanarak bir teşebbüsün tek başına üretmeyeceği bir ürünü ortaya çıkarmaları veya mevcut üründen daha verimli bir ürün elde etmeleri söz konusu olabilmektedir.

3.1.2.1. Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Ar-Ge ve Üretim Anlaşmalarının Dünyadaki Örnekleri

İlk bölümde değinildiği üzere, günümüzde motorlu araç denildiğinde gözümüzde canlanan nesne, birçok farklı çalışma sonucunda elde edilen bilgi birikiminin bütünleşmesi ile meydana gelmiştir. Yaklaşık otuz bin parçadan oluşan bir motorlu aracın üretimi düşünüldüğünde, araç üreticileri arasında gerçekleşen yatay işbirliklerinin yanı sıra, doğal olarak farklı sektörlerde faaliyet gösteren teşebbüslerle de işbirliklerinin oluşturulması söz konusu olabilmektedir.

21. yüzyıl ile birlikte bilişim teknolojileri⁹⁶ sektöründeki artan teknolojik gelişmeler de inovasyonun yıkıcı tarafının açık ve net bir şekilde görülmesini sağlamaktadır (Erdim ve Taşkın 2019, 28). Motorlu taşıtlar sektörü ile bilişim teknolojileri sektörünün iç içe geçtiği, araçların hem üretiminde hem de kullanımında bilgisayar yazılımlarının büyük önem taşıdığı da bir gerçektir. Yazılım teknolojilerinin inovasyon ile bağlantısına ilişkin bir diğer husus da Erdim ve Taşkın (2019, 29) tarafından aşağıdaki şekilde belirtilmiştir:

“Gelecekte inovasyon dalgalarına öncülük edecek olan ‘yıkıcı teknolojileri’ listesine, eğitim, bilgi, bilişsel bilim, robotik, yapay zeka, ilaçlar ve genetik mühendisliği dahil olmak üzere nano ve biyoteknoloji gibi alanlar dahil edilmiştir.”

Yukarı yer verilen unsurlardan özellikle robotik ve yapay zekanın motorlu araçlar sektöründeki inovasyon açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Nitekim araç üretiminin robotik sistemler ve bilgisayar yazılımları ile yapılması da bu durumu doğrular niteliktedir. 21. yüzyılda artan dijitalleşme ile özellikle teknoloji firmaları ile motorlu araç üreticileri arasında işbirliklerinin oluştuğu

⁹⁵ ABD Rekabet Kılavuzu (2000, 6).

⁹⁶ *Information technologies*.

görülmektedir. Bu çerçevede, General Motors Company ile Hitachi, Ltd. arasında binek araçlara elektronik parçalar geliştirmek üzere teknolojik işbirliği yapılması, Daimler Chrysler AG ile American Millenium Cell tarafından yakıt bor olan araç üretimi amacıyla teknolojik işbirliği gerçekleştirilmesi örnek olarak gösterilebilecektir (Tekin vd. 2005, 3).

Motorlu taşıtlar sektöründe bu kapsamda gerçekleştirilen işbirliklerine örnek olarak, 1999 yılından günümüze devam eden ve dokuz markanın⁹⁷ üretimini yaptığı Renault Grubu, Nissan Motor Co., Ltd. ve Mitsubishi Motors Co. ortaklığı verilebilecektir. Bununla birlikte General Motors Company ile Toyota Motor Co.'nun, Ford Motor Company ile Mazda Motor Co.'nun, Daimler Chrysler AG ile Mitsubishi Motors Co.'nun gerçekleştirdikleri stratejik işbirlikleri örnekler arasında sayılabilecektir (Camuffo ve Volpato, 2002). Bununla birlikte, General Motors Company ile Shanghai Automotive Industry Co. arasında hafif ticari araç ve otobüs üretimi üzerine stratejik işbirliği sağlanarak Wuling Company kurulmuştur (Samsunlu ve Akdemir 2007, 2). Benzer şekilde 2001 yılında General Motors Company'nin Alfa Romeo markalı bir modeli üretmek amacıyla Fiat Automobiles S.p.A. ile işbirliği yapması örnekler arasında gösterilebilecektir (Tekin vd. 2005, 3).

Komisyon'un *Volvo/Daimler/JV* kararında⁹⁸, Daimler AG ile Aktiebolaget Volvo arasında ağır hizmet kamyonları için yakıt hücresi geliştirilmesi, üretilmesi, satışının yapılması amacıyla ortak girişim kurulmasına izin verilmiştir. Benzer şekilde ilgili teşebbüsler arasında ortak girişim kurulmasına ilişkin işleme Kurul tarafından da izin verilmiştir.⁹⁹

Komisyon'un *Ionity* kararında¹⁰⁰, Bayerische Motoren Werke AG, Daimler AG, Ford Motor Company, Porsche AG ve Hyundai Motor Company tarafından Avrupa Ekonomik Alanı içerisindeki otoyollar ve anayollarda bataryalı elektrikli araçlara yönelik olarak yüksek güçlü şarj ağı altyapısının kurulması ve işletilmesi faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla ortak girişim kurulması işlemine izin verilmiştir.

⁹⁷ Renault-Nissan-Mitsubishi ortaklığı altında bulunan markalar: Renault, Nissan, Mitsubishi, Dacia, Renault-Samsung, Lada, Alpine, Infiniti, Venucia ve Datsun.

⁹⁸ Case M.9857, *Volvo/Daimler/JV* (2021).

⁹⁹ 30.12.2020 tarihli ve 20-57/793-353 sayılı Kurul kararı.

¹⁰⁰ Case M.9572, *BMW/Daimler/Ford/Porsche/Hyundai/Kia/Ionity* (2020).

Elektrikli araç üretimine ilişkin kurulan bir başka işbirliği de, Daimler AG ile Zhejiang Geely Holding Group Co. Ltd. arasında oluşturulmuştur. Smart markalı tam elektrikli araçların üretimi, geliştirilmesi ve dağıtımını amacıyla oluşturulan ortak girişimin incelendiği kararda¹⁰¹, belirlenen ilgili pazarların arasında tam elektrikli araç alt sınıfının¹⁰² yer aldığı görülmektedir.

Bir diğer örnek, Fiat S.p.A ile General Motors Corporation tarafından Avrupa ve Latin Amerika’da binek ve hafif ticari araçlar bakımından stratejik işbirliği yapılmasıdır. Komisyon’un ilgili kararından söz konusu işbirliğinin temel gayesinin güç aktarım sistemlerinde¹⁰³ maliyet tasarrufu elde etmek olduğu belirtilmektedir.¹⁰⁴

Küreselleşen ekonomi, rekabetçi açıdan üstünlüğün sağlanması adına çeşitli avantajlar getirmektedir. Yukarıda yer verilen örneklerden de görülebileceği üzere ulusal veya uluslararası çapta stratejik işbirliklerine giden teşebbüs sayılarında artış yaşanmaktadır. İşbirlikleri, teşebbüslerin müşterilerine sundukları hizmet kalitesinin artırılmasına izin vermektedir (Samsunlu ve Akdemir 2007, 2). Küreselleşmenin getirdiği rekabetçi ortamda üstünlük sağlamak isteyen araç üreticileri tarafından geliştirilen çözümler arasında; ‘satılan yerde üretim’¹⁰⁵ stratejisinin uygulanması, farklı talepleri karşılayabilmek adına ürün çeşitliliğine gidilmesi, yeni pazar fırsatlarından yararlanılması, satın alma ve üretim maliyetlerinin azaltılması, iş bölümüne gidilerek organizasyonel riskin azaltılması gibi unsurlar yer almaktadır (Camuffo ve Volpato 2002, 3). Nihayetinde araç üreticilerinin büyük bir kısmı rekabetçi baskı ile mücadele edebilmek için işbirliğine gitmektedirler.

3.1.2.2. Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Ar-Ge ve Üretim Anlaşmalarının Türkiye’deki Örnekleri

Motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen işbirlikleri ile ilgili Türkiye’deki uygulamalara bakıldığında, Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş., Fiat Auto S.p.A. ve Peugeot Citroen Automobiles S.A. arasında imzalanan Ürün Geliştirme ve

¹⁰¹ Case M.9360, *Daimler/Geely/JV* (2019).

¹⁰² *Sub-segment of pure battery electric vehicles*.

¹⁰³ Güç aktarım sistemi (*powertrain*), motorun gücünü harekete dönüştüren her bileşenlerin genel adıdır.

¹⁰⁴ Case COMP/37.889 *Fiat SpA/General Motors Corporation* (2000).

¹⁰⁵ “*produce-where-you-sell*” stratejisi.

İmalat Anlaşması'na 08.07.2005¹⁰⁶ ve 31.01.2013 tarihli¹⁰⁷ Kurul kararları ile muafiyet tanındığı ve kararlarda ilgili anlaşmanın, rakipler arası yatay işbirliği anlaşması olarak değerlendirildiği görülmektedir. 08.07.2005 tarihli kararda anlaşma amacının mini kargo araçları olarak tanımlanan küçük boyuttaki hafif ticari aracın *cargo, combi* ve binek versiyonlarının Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. tarafından üretilmesi ve geliştirilmesi olduğu, söz konusu anlaşmanın 2003/2 sayılı “Araştırma ve Geliştirme Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği” çerçevesinde incelendiği ve ilgili anlaşmaya muafiyet tanındığı görülmektedir.

31.01.2013 tarihli Kurul kararında ise, Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş., Fiat Auto S.p.A. ve Peugeot Citroen Automobiles S.A. arasında imzalanan Ürün Geliştirme ve İmalat Anlaşması'nın konusunun Ar-Ge ve ortak üretim faaliyetleri olduğu, anlaşma taraflarının ortak Ar-Ge çalışmaları sonucunda, geliştirdikleri hafif ticari araçlar pazarında yer alan ürünün Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. tarafından üretilmesi ve Fiat, Peugeot, Citroen markaları altında satışının yapılması değerlendirilmiştir. Kararda söz konusu anlaşma ile tarafların ortak Ar-Ge faaliyeti yürütmek suretiyle yeni bir ürün geliştirdikleri, bu durumda hem yeni bir ürün pazara sürülürken hem de ortak çalışma neticesinde Ar-Ge maliyetlerinden tasarruf edildiği, geliştirilen Fiat Fiorino, Peugeot Bipper ve Citroen Nemo ürünlerinin üç marka altında ayrı ayrı satışa sunulması ve bu markaların hafif ticari araçlar pazarında birbirleri ile rekabet etmeleri değerlendirilmiş, bu kapsamda anlaşmaya taraf olan teşebbüslerin ve rakiplerinin hafif ticari araçlar pazarındaki payları ve üretime konu üç modelin pazardaki konumları incelenmiştir.

Bölümün başında motorlu araçlar sektöründeki Ar-Ge çalışmalarının yoğun sermaye gerektirdiğinden ve sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin maliyetleri bölüşmek amacıyla işbirlikleri yapmalarına değinilmiştir. Nitekim Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş., Fiat Auto S.p.A. ve Peugeot Citroen Automobiles S.A. arasında kurulan yatay işbirliği hakkındaki kararda yer alan;

“Otomotiv sektörü için geçerli olan başlıca giriş engellerinin, ölçek ekonomileri ve sermaye sorunu olarak ifade edilmesi mümkündür. Bir aracın pazara sürülmesi, Ar-Ge aşamasından başlamak üzere önemli bir mali yük getirmektedir. Bu mali yük genel olarak otomotiv pazarına girişi etkileyen en önemli faktördür.”

¹⁰⁶ 08.07.2005 tarihli ve 05-44/628-161 sayılı Kurul kararı.

¹⁰⁷ 31.01.2013 tarihli ve 13-08/93-54 sayılı Kurul kararı.

ifadelerinin de maliyetleri bölüşmek amacıyla işbirliği yapılmasının önemini/ gerekliliğini ortaya koyan nitelikte olduğu söylenebilecektir. Son olarak, kararda ilgili anlaşmaya süresi boyunca muafiyet tanındığı görülmektedir.

Yukarıda yer verilen kararlara benzer şekilde, Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. tarafından Peugeot S.A.'ya hafif ticari araç tedarik edilmesini içeren anlaşmaya Kurul tarafından muafiyet verilmesine karar verilmiştir.¹⁰⁸ İlgili kararda anlaşmanın aynı ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler, bir başka deyişle mevcut rakipler, arasında yapılmış olan bir yatay işbirliği anlaşması niteliği taşıdığına değerlendirildiği ve bu çerçevede tarafların satışını yaptığı hafif ticari araç modellerinin fiyatlarının, üretim maliyetlerinin araç fiyatları içerisindeki payının incelendiği görülmektedir. İlgili kararda anlaşma taraflarının markalarının¹⁰⁹ pazar paylarının toplamının 2015 yılının Ocak-Kasım döneminde %34,29 olduğu ifade edilmektedir. Kurul tarafından 01.01.2016 tarihinden itibaren iki yıl süre ile verilen muafiyet kararının söz konusu markaların pazar paylarını ve satış adetlerini ne şekilde etkilediğine cevaben markaların 2017 yılının Ocak-Kasım ayında gerçekleşen pazar payları ve satış verileri verilebilecektir. Bu çerçevede 2017 yılının Ocak-Kasım döneminde hafif ticari araç toplam satış adedinin 2015 yılının aynı dönemine göre %16,37 oranında artış gösterirken; Citroen, Fiat ve Peugeot markalarının pazar payları toplamının %34,29'dan %33,02'ye düştüğü görülmektedir.¹¹⁰ Hafif ticari araç pazarında gerçekleştirilen toplam satış adedi ve markaların satış adetleri baz alınarak yapılan çalışma neticesinde, muafiyete konu anlaşmanın tarafların satış adedi ve pazar payı açısından artışa neden olmadığı söylenebilecektir.

Yukarıda yer verilen kararlarda, motorlu taşıtlar sektöründeki rakip teşebbüsler arasında gerçekleştirilen Ar-Ge ve üretim anlaşmalarına Kurul tarafından muafiyet tanındığı, tanınan muafiyetlerin süresinin anlaşma süresi boyunca olduğu görülmektedir. Bu çerçevede motorlu taşıtlar sektöründeki Ar-Ge ve üretim anlaşmalarına Kurul'un olumlu yaklaşım içerisinde olduğu söylenebilecektir.

¹⁰⁸ 24.12.2015 tarihli ve 15-45/755-277 sayılı Kurul kararı.

¹⁰⁹ Karar'da Peugeot, Citroen ve Fiat markalarının pazar payları incelenmiştir.

¹¹⁰ 2017 yılının Ocak-Kasım dönemine ilişkin hesaplamalar ODD'nin internet sitesinde yayımlanan verilerden yola çıkılarak yapılmıştır. Nitekim ilgili kararda da ODD verileri kullanılmıştır. http://www.odd.org.tr/web_2837_1/sortial.aspx?linkpos=5&target=categorial1&type=36&primary_id=&detail=single&sp_table=&sp_primary=&sp_fields=&sp_language=&sp_table_extra=&extracriteria=&language_id=1&search_fields=&search_values, Erişim Tarihi: 09.04.2021

Günümüzde motorlu araç sektörünün geleneksel yapıdan çıkıp, teknoloji ile iç içe geçtiği çalışmanın farklı bölümlerinde dile getirilmiştir. İnovasyon çalışmaları ile birlikte sektörde sunulan çeşitli mobilite hizmetlerinin geliştirildiği ve bu tür ek hizmetlerin kullanımının yaygınlaştığı söylenebilecektir. Bu çerçevede Bayerische Motoren Werke AG ve Daimler AG tarafından otomobil paylaşım hizmetleri¹¹¹, yolculuk paylaşım hizmetleri¹¹², park hizmetleri, şarj hizmetlerini içeren mobilite hizmetlerine ilişkin ortak girişim kurulmasına Kurul kararı¹¹³ ile izin verilmiştir. Bu çerçevede, Bayerische Motoren Werke AG ve Daimler AG bünyesinde faaliyet gösteren ve yukarıda sayılan hizmetlerin sunulmasını sağlayan teşebbüsler kurulan ortak girişim altında birleştirilmektedir.

Ayrıca, Hutchinson SA ve Bantboru Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından, kamyon, kamyonet ve otomotiv piyasalarına yönelik Hutchinson SA'nın ürettiği akışkan transfer sistemleri için hortum, boru ve parça üretmek ve bunların parçalarını birleştirmek amacıyla Türkiye'de bir ortak girişim kurulması işlemine izin verilmesi kararı alınmıştır.¹¹⁴

Bir başka Kurul kararında ise, elektrik teknolojileri, araba ve otobüs üretimi ve geliştirilmesi faaliyetlerinde bulunan Toyota Motor Co. ile otomobil, elektronik, araç parçası tedariki alanlarında faaliyet gösteren Sumitomo Co. tarafından araç kiralama pazarında faaliyet gösterecek iki ortak girişim şirketi kurulması işlemine izin verildiği görülmektedir.¹¹⁵

Teşebbüsleri işbirliği yapmaya iten faktörler arasında bilgi birikimine erişim de yer almaktadır. İşbirlikleri ile birlikte teşebbüsler pazarda faaliyet gösteren başkaca teşebbüslerden teknoloji transferi yapabilmektedirler. Nitekim motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren Bozankaya Otomotiv Makina İmalat İthalat ve İhracat A.Ş.'nin ürün gamında yer alan 10,5 metre ila 25 metre arasındaki elektrikli otobüslere ilişkin teknoloji ile marka hakları hariç olmak üzere fikri ve sınai mülkiyet haklarının Karsan Otomotiv Sanayi ve Ticaret

¹¹¹ Otomobil veya araç paylaşım hizmetleri kullanıcıların saatlik olarak kısa süreler için araba kiraladıkları bir araç kiralama modeli olarak tanımlanabilecektir.

¹¹² Yolculuk paylaşım hizmetleri, kullanıcıların yolculuk yapma amacıyla aynı aracı kullanarak masrafları paylaştıkları hizmet modelidir.

¹¹³ 05.07.2018 tarihli ve 18-22/380-187 sayılı Kurul kararı.

¹¹⁴ 23.06.2016 tarihli ve 16-21/364-170 sayılı Kurul kararı.

¹¹⁵ 20.12.2018 tarihli ve 18-48/750-363 sayılı Kurul kararı.

A.Ş.’ye devredilmesi işlemine Kurul tarafından izin verilmiştir.¹¹⁶ Kararda tarafların faaliyetleri göz önünde bulundurularak etkilenen pazar ‘*şehir içi toplu taşımada kullanılan otobüsler*’ şeklinde belirlenmiş, tarafların ve rakiplerinin ilgili pazardaki payları incelenmiştir. Kararda ayrıca söz konusu işlem ile ilgili “*yenilikçi olarak nitelendirilebilecek elektrikli otobüs üretim teknolojisinin pazarın rekabetçi dinamiklerini tetikleyebileceği ve ürün kalitesini arttırabileceği*” değerlendirilmesine yer verilmiştir.

3.2. MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDEKİ İNOVASYONA İLİŞKİN ÇALIŞMA: ELEKTRİKLİ ARAÇLAR

Motorlu taşıtların yaşamımıza girmesi ulaşım açısından büyük kolaylıklar sağlamış, ancak zaman içerisinde taşıt sayısının artması, hava kirliliğini de beraberinde getirmiştir. İçten yanmalı motorlar oluşturdukları emisyonlar (azot oksit, karbon monoksit vb.) ile küresel ısınmanın tetikçisi olmuştur. Artan taşıt sayısına bağlı olarak gerçekleşen iklim değişikliği sorunları çevre dostu yakıtların kullanılmasını gündeme getirmiştir (Nieuwenhuis ve Wells 2000, 82). Elektrik motorlu araçların tekrar gündeme gelmesi de bu şekilde gerçekleşmiştir.

Motorlu taşıtlar sektöründeki gelişmeleri içeren bu bölümde öncelikle elektrikli araçların tarihsel gelişiminden, ardından elektrikli araç türlerinden ve son olarak elektrik motorlu araçlar ile içten yanmalı motorlu araçların farklılıklarından bahsedilecektir.

3.2.1. Elektrik Motorlu Araçların Tarihsel Gelişimi

Araçlarda elektrik enerjisinin kullanımı 19. yüzyıldan başlamaktadır. İlk elektrik motorlu araç 1835 yılında Sibrandus Stratingh tarafından icat edilmiştir. Sibrandus’un aracı tam dolu şarj ile 20 dakika yol kat edebilmekteydi.¹¹⁷ Aynı yıllarda ABD’de Thomas Davenport tarafından ticari anlamda başarılı ilk elektrik motorlu araç geliştirilmiştir.¹¹⁸ Davenport tarafından tasarlanan araç üç tekerlekli ve şarj edilmeyen bataryalarla tahrik edilmekteydi. İlk elektrik motorlu araçlarda

¹¹⁶ 18.06.2020 tarihli ve 20-29/368-165 sayılı Kurul kararı.

¹¹⁷ <https://www.rug.nl/university-museum/collections/collection-stories/wagentje-van-stratingh?-lang=en>, Erişim Tarihi: 27.01.2021.

¹¹⁸ <https://www.britannica.com/biography/Thomas-Davenport>, Erişim Tarihi: 27.01.2021.

kullanılan şarj edilemeyen bataryalara çözüm olarak, 1859 yılında Fransız fizikçi Gaston Planté tarafından kurşun-asit¹¹⁹ bataryalar geliştirilmiştir (Pavlov 2017, 4).

Elektrik motorlu araçların bir teşebbüs çatısı altında üretilmesi ise 19. yüzyılın sonlarına doğru gerçekleşmeye başlamıştır. Bu kapsamda 1895 yılında ABD merkezli Electric Carriage & Wagon Company tarafından *electrobats* isimli elektrikli otomobil geliştirilmiştir (Georgano 1996, 7). Daha sonra adı Electric Vehicle Company olarak değiştirilen teşebbüs tarafından ABD, İngiltere ve Fransa’da elektrikli araçlardan oluşan bir taksi işletmesi kurulmuştur (Kirsch ve Mom 2002, 75). Bununla birlikte, 1897 yılında İngiltere’de “Londra Elektrikli Taksi Şirketi” (*London Electrical Cab Company*) tarafından 15 adet elektrik motorlu taksinin kullanılması elektrikli araç kullanımının arttığına örnek oluşturmaktadır (Ünlü vd. 2003, 17).

20. yüzyılda elektrikli araçların en büyük problemi olan menzilin arttırılması için çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu çerçevede batarya ile çalışan elektrikli araçlar yerine, yakıtın elektriğe dönüştürülmesi yoluyla güç elde eden araçlar üretilmeye başlanmıştır. Hibrit motorlu olarak tanımlanan bu araçlar ilk olarak 1899 yılında Ferdinand Porsche tarafından tasarlanmıştır.¹²⁰ Söz konusu araçta elektrikli ve benzinli motor bir arada kullanılmıştır. Porsche’nin ikili motor sistemine sahip hibrit aracı, elektrikli araçların menzil problemini çözmüş; bu gelişme ile birlikte araç üreticileri, elektrikli motorun yanına içten yanmalı motoru da ekleyerek üretim yapmaya başlamışlardır.

1920’lerin ortasından 1960 yıllara dek içten yanmalı motorlara sahip araçlar elektrikli araçlar karşısında tüm dünyada üstünlük kurmuşlardır. 1960’lı yıllarda elektrik motorlu araçlara duyulan ilgi yeniden artmaya başlamıştır. İçten yanmalı motorların emisyon salınımından kaynaklanan hava kirliliği elektrikli araç üretimine geçiş düşüncesini oluşturmuş ve bazı küçük üreticiler hava kirliliğine karşı elektrikli araç üretimine geçmiştir (Santini 2011, 49-50). Bu dönemde üretilen çoğu elektrikli araç, geleneksel araçların elektrikli hale dönüştürülmüş şekli olarak

¹¹⁹ Kurşun-asit bataryalar şarj edilebilir bataryaların ilk örneği olup, enerji yoğunlukları sonradan geliştirilmiş yeni teknoloji bataryalara göre düşük olsa da, maliyet açısından oldukça ucuz olması nedeniyle günümüzde kullanımı devam etmektedir (Pavlov 2017, 23).

¹²⁰ <https://www.carsdirect.com/green-cars/a-brief-history-of-hybrid-cars>, Erişim Tarihi: 09.04.2021.

karşımıza çıkmaktadır. Örneğin 1960'da Illinois'deki Eureka Williams Şirketi 4 kapılı Renault Dauphine'i elektrikli versiyona dönüştürmüştür.¹²¹

20. yüzyılın başında itibaren ağırlık güç oranının düşük olması ve yakıt olarak petrolün enerji yoğunluğunun yüksek olması nedeniyle içten yanmalı motorlar daha çok tercih edilmiştir. Ancak 15 Ekim 1973 tarihinde OPEC ülkeleri tarafından uygulanan ambargo sonucunda gerçekleşen petrol krizi ile birlikte petrol fiyatlarında yaşanan artış elektrikli araçları yeniden gündeme getirmiştir (Ünlü vd. 2003, 6). 1980'li yıllarda elektrikli araçların kullanılmasını teşvik etmek amacıyla devletler tarafından çalışmalar yürütülmüştür (Kerem 2014, 3).

1990 yılından itibaren gelişen batarya teknolojileri ile birlikte birçok araç üreticisi tarafından elektrikli araç üretimi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Ford Think City, Toyota RAV4 ve Peugeot 106 Electric modelleri örnek verilebilecektir (Ünlü vd. 2003, 22).

Elektrik motorlu araçların içten yanmalı motora sahip araçlar karşısında rekabetçi güç kazanmalarında iki önemli dönüm noktası olduğu düşünülmektedir. İlki Tesla, Inc.'nin sektöre girişi, ikincisi ise Volkswagen AG'nin Dizel Skandalı'dır.

3.2.1.1. Tesla, Inc.'nin Motorlu Taşıtlar Sektörüne Girişi

Motorlu taşıtlar sektörünün giriş ve çıkış engellerinin yüksek olduğu yapısı göz önünde bulundurulduğunda, Tesla, Inc.'nin sektöre girmesindeki en büyük etkenin geliştirilen yeni teknoloji ve inovasyon olduğu söylenebilecektir. İçten yanmalı motorlara alternatif olarak geliştirilen elektrik motorlu araçlar, lityum-iyon bataryalar ve araçlardaki otonom sürüş özelliği teknolojik gelişmelere örnek olarak gösterilebilecektir.

21. yüzyılın başında lityum-iyon bataryaların geliştirilmesi elektrikli araçları fiyat ve performans açısından olumlu etkilemiştir (Santini 2011, 46). Bu kapsamda motorlu taşıtlar sektöründe üretilen çeşitli elektrikli araç prototipleri sonrasında golf arabasından büyük bir elektrikli araç olan Roadster'ın tanıtımı 2008 yılında Tesla, Inc. tarafından gerçekleştirilmiştir (McKenzie 2019, 16). 2012 yılının

¹²¹ <https://group.renault.com/en/news-on-air/news/henney-kilowatt-the-american-electric-dauphine/>, Erişim Tarihi: 09.04.2021.

Haziran ayında Tesla, Inc. tarafından üretilen ve elektrik motorlu sedan bir araç olan Model S'in tanıtımı gerçekleştirilmiştir (McKenzie 2019, 15). Model S'e ilişkin olarak The Wall Street Journal'da "*Tesla Model S: The Future Is Here*"¹²² başlığı atılmış ve araç Lamborghini ile kıyaslanmıştır.¹²³ Bu çerçevede, Tesla, Inc.'nin motorlu taşıtlar sektörüne girişi ile birlikte elektrikli araçların geleceğine yönelik bakış açısının değiştiği söylenebilecektir.

3.2.1.2. Volkswagen AG'nin Dizel Skandalı

Elektrikli araçların gündeme gelmesindeki bir diğer tetikleyici unsur ise, 2015 yılında Volkswagen AG'nin 11 milyon adet dizel aracında, dizel emisyon testlerini yanıltabilecek yazılımların bulunduğunu kabul etmesidir (Covarrubias ve Perez 2019, 90). Dizel Skandalı olarak adlandırılan bu olay ile birlikte fosil yakıtla çalışan taşıtlarla ilgili tartışmalar artmış, araç üreticileri elektrikli taşıt geliştirme faaliyetlerini hızlandırmaya başlamışlardır. Pries ve Wacken (2018, 7) tarafından öne sürülen bir görüşte, Dizel Skandalı sonrasında Volkswagen AG'nin elektrikli araç ve batarya üretimine hızlı bir geçiş yaparak tüm otomotiv sektörüne "anlıyoruz." mesajını verebilme şansının olduğu ortaya konulmaktadır. Nitekim Volkswagen AG tarafından 2030 yılına kadar Avrupa'daki Volkswagen markalı sedan ve SUV satışlarının %70'nin tam elektrikli olacağı ile ilgili açıklamalar yapılmaktadır.¹²⁴ Görüldüğü üzere gelişmeler Pries ve Wacken varsayımlarını doğrulamıştır.

Elektrikli araçların gelişimi ile ilgili Cetelem Gözlemevi tarafından hazırlanan "Elektrikli Taşıtların Gizemi" başlıklı çalışmada, fosil yakıtlarla çalışan taşıtların kullanımının biteceği, nitekim Hollanda'nın 2030, İskoçya'nın 2032, Fransa'nın 2040 yılında fosil yakıt ile çalışan araçları yasaklayacakları belirtilmektedir.¹²⁵ Bununla birlikte 2030 yılına kadar dünya genelinde elektrikli araç sayısının 250 milyona kadar yükseleceği; Türkiye'de ise elektrikli araç sayısının 2,5 milyon adede, şarj istasyonu sayısının 1 milyon adede ulaşacağı öngörülmektedir.¹²⁶

¹²² "Tesla Model S: Gelecek Burada ya da Gelecek Geldi."

¹²³ <https://www.wsj.com/articles/tesla-model-s-the-future-is-here-1428086202>, Erişim Tarihi: 13.04.2021.

¹²⁴ <https://www.forbes.com/sites/neilwinton/2021/03/09/electric-cars-are-coming-and-if-you-dont-like-it-tough/?sh=36b8a22f698f>, Erişim Tarihi: 14.04.2021.

¹²⁵ <https://www.tebcetelem.com.tr/media/1352/observatory2019.pdf>, Erişim Tarihi: 13.04.2021.

¹²⁶ <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turkiyede-elektrikli-arac-sayisi-2030-yilinda-2-5-milyona-ulasacak-/1681816>, Erişim Tarihi: 14.04.2021.

Son olarak elektrikli araç satışlarının şimdiki durumu incelendiğinde; dünya genelinde 2020 yılında elektrikli araç satışlarının 2019 yılına göre %43 artarak 3,2 milyon adet gerçekleştiği görülmektedir.¹²⁷ Bununla birlikte, Türkiye Elektrikli ve Hibrit Araçlar Derneği (TEHAD) tarafından yayımlanan verilere göre, 2020 yılında Türkiye’de 1.580 adet tam elektrikli, 16.941 adet hibrit elektrikli binek araç satılmıştır.¹²⁸

Özetle, elektrik motorlu araçların üretim başlangıcının 19. yüzyıla dayandığı, batarya başta olmak üzere çeşitli inovasyonlar ile geliştirildiği, emisyon salınımı nedeniyle küresel ısınmaya çözüm olarak elektrikli araçların zaman zaman gündeme geldiği ve bununla birlikte içten yanmalı motorlu diğer bir ifadeyle geleneksel araçlar karşısında elektrikli araçların teşvik edildiği görülmektedir. Bu kapsamda ilerleyen yıllarda elektrikli araç üretiminin ve satışının artabileceği ve geleneksel araçlara rakip olabileceği düşünülmektedir.

3.2.2. Elektrikli Araç Türleri

Motorlu araçların; verimlilik, emisyon performansı, otonom sürüş, tasarım başta olmak üzere birçok alanda geliştirildiği, bu süreçte teknoloji arayışlarının ve yapay zekanın önem kazandığı görülmektedir. Teknoloji arayışları bir taraftan içten yanmalı geleneksel motorlar üzerinden yürütülürken; diğer taraftan geleneksel motorlara ikame olacak farklı sistemler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu çerçevede, geleneksel motorlara alternatif oluşturabilecek farklı sistemlere; bataryalı elektrikli araçlar, hibrit elektrikli araçlar, yakıt pilli elektrikli araçlar, doğrudan güneş enerjisini kullanan elektrikli araçlar örnek verilebilecektir.

3.2.2.1. Yakıt Pilli Elektrikli Araçlar

Yakıt pili, “*uygun bir yakıt ve oksitleyicinin elektrokimyasal bir reaksiyonu ile elektrik enerjisi üreten bir sistem*” olarak tanımlanmaktadır.¹²⁹ Yakıt pilli elektrikli araçlarda, hareket gücü yakıt pili tarafından oluşturulan gücün elektrige dönüştürülmesi ile sağlanmaktadır.

¹²⁷ <https://www.dunya.com/sectorler/dunya-geneli-elektrikli-arac-satisi-yuzde-43-artti-habe-ri-610473>, Erişim Tarihi: 14.04.2021.

¹²⁸ <http://tehad.org/2021/01/16/2020-yili-elektrikli-ve-hibrid-otomobil-satis-rakamlari-belli-ol-du/#:~:text=2020%20y%C4%B1%C4%B1nda%20T%C3%BCrkiye'de%20sat%C4%B1lan,sat%C4%B1%C5%9F%20rakam%C4%B1%2016941%20adete%20ula%C5%9Ft%C4%B1>, Erişim Tarihi: 14.04.2021.

¹²⁹ <https://www.muhendisbeyinler.net/yakit-pili-nedir/>, Erişim Tarihi: 27.01.2021.

3.2.2.2. Hibrit Elektrikli Araçlar

Hibrit elektrikli araçlarda, geleneksel bir içten yanmalı motorun tahrik sistemi ile elektrikli motorun tahrik sistemi birleştirilmektedir (Prajapati vd. 2014, 1076). Bu tip araçlarda, benzin ve elektrik gücü sistemleri birlikte yer almaktadır. Tam elektrikli motora sahip araçlara geçişten önceki adımı hibrit araçlar oluşturmaktadır. Bu çerçevede elektrikli araçların dezavantajlarından biri olan araç menzil sorununu ortadan kaldıran hibrit araçlar tüketiciler açısından içten yanmalı motorlara alternatif olmuştur.

3.2.2.3. Bataryalı Elektrikli Araçlar (Tam Elektrikli Araçlar)

Bataryalı elektrikli araçlarda, aracın hareketi için gereken güç, kimyasal enerji depolanmış bataryalardan elde edilmektedir. Bataryalı elektrikli araçlarda, bataryalar tekrar şarj edilebilir özelliğe sahiptir ve bu tip araçlara tam elektrikli araç da denilmektedir.¹³⁰ Tam elektrikli araçlarda, güç elde edilmesi sırasında herhangi bir fosil yakıt tüketimi olmadığı için emisyon açığa çıkmaz, bu nedenle bu araçlar “*sıfır emisyonlu araçlar*” olarak adlandırılmıştır (Ünlü vd. 2003, 6).

Yukarıda sayılan sistemler arasından bataryalı elektrikli araçların (tam elektrikli araçların) geleceğinin parlak olduğu düşünülmektedir (Arslan ve Sürmen 2016, 237). Bu çalışma kapsamında geleneksel taşıtlara alternatif olabilecek araçlar arasından tam elektrikli araçlar üzerinde durulmaktadır.¹³¹ Bölümün devamında geleneksel araçların yerini alabilme potansiyeli olan tam elektrikli araçların geleneksel araçlar ile kıyaslanması yapılacaktır.

3.2.3. Geleneksel Araçlar ile Elektrikli Araçların Kıyaslanması

Bu bölümde içten yanmalı motora sahip araçlar bir başka deyişle geleneksel araçlar ile elektrikli araçlar arasındaki temel farklılıklar, her iki araç türünün olumlu ve olumsuz yönleri ele alınmaktadır. Bilindiği üzere elektrikli araçlar ile geleneksel araçlar arasında tüketici tercihlerine cevap verme veya dış tasarım açısından pek bir fark bulunmamaktadır. Bununla birlikte aracın kullanımından doğan çevresel etkiler, aracın gidebildiği mesafe (menzil), yakıt türünden kaynaklı dolmuş/şarj süresi başta olmak üzere çeşitli farklılıkları bulunmaktadır.

¹³⁰ https://en.wikipedia.org/wiki/Battery_electric_vehicle, Erişim Tarihi: 27.01.2021.

¹³¹ İlerleyen bölümlerde kullanılan elektrikli araç ifadesinden kasıt bataryalı elektrikli araçlardır.

Bu kapsamda elektrikli araç ile geleneksel araç arasındaki temel farklılıklara aşağıda yer verilmektedir.

3.2.3.1. Çevresel Faktörler

Geleneksel araçlar ile elektrikli araçlar arasındaki en temel farkın, küresel ısınmayı tetikleyen emisyon salınım miktarında olduğu söylenebilecektir. Çalışmanın önceki bölümünde¹³² belirtildiği gibi elektrikli araçlar geleneksel araçlarda olduğu gibi emisyon (karbondioksit, azot oksit, karbon monoksit vb.) salınımında bulunmamaktadır. Bu nedenle elektrikli araçlar, sıfır emisyonlu araçlar veya çevreci araçlar olarak adlandırılmaktadır. Ancak kullanılan elektrik enerjisinin kömür yakıtlı elektrik santrallerinden alınması durumunda elektrikli araçlar dolaylı olarak hava kirliliğine neden olmaktadır. Bu durumun önüne geçilmesi için sürdürülebilir enerji kaynaklarından üretilen elektrik enerjisi kullanılmalıdır.

3.2.3.2. Sağlık Etkileri

ABD Çevre Koruma Ajansı¹³³ tarafından yapılan araştırmaya göre; içten yanmalı araçlardan çıkan emisyon salınımı sağlık açısından çeşitli olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Söz konusu sonuçların arasında; yaşam süresinin kısalması, kardiyovasküler hastalıklar¹³⁴, solunum sorunları ve kanser yer almaktadır (Malmgren 2016, 4).

3.2.3.3. Menzil

Tam elektrikli araçların, sıfır emisyon özelliğinin bir bedeli olarak bu araçların menzil darlığı, batarya dolmuş (şarj) süresi gibi olumsuz yönleri vardır. Bu çerçevede elektrik motorlu araçlar ile geleneksel araçlar arasındaki menzil farkı bir örnek ile açıklanacaktır. Lüks araç sınıfı olarak ifade edilen F sınıfı içerisinde yer alan ve satış fiyatı açısından ikame olan elektrikli Tesla Model S (69.420 ABD Doları¹³⁵) ile içten yanmalı motora sahip olan ve benzinle çalışan Mercedes CLS 450 Coupe

¹³² Bkz. “3.2.1. Elektrik Motorlu Araçların Tarihsel Gelişimi” başlıklı bölüm.

¹³³ *U.S. Environmental Protection Agency*.

¹³⁴ Kardiyovasküler hastalıklar, kalp veya kan damarlarının (arterler ve venler) hastalıklarını içeren gruba verilen genel bir isimlendirmedir.

¹³⁵ <https://www.tesla.com>, Erişim Tarihi: 16.04.2021.

(70.300 ABD Doları¹³⁶) modeli arasındaki menzil farkları incelenecektir. Tesla Model S tam dolu bir batarya ile 643 kilometre (km)¹³⁷, Mercedes CLS 450 Coupe ise tam dolu depo ile 995 km¹³⁸ yol kat edebilmektedir.

Verilen örnek incelendiğinde, tam dolu yakıt deposuna sahip geleneksel bir aracın, tam şarj edilmiş elektrikli bir araca göre daha uzun mesafe kat edebileceği görülmektedir.

3.2.3.4. Yakıt Dolum ve Şarj Süreleri

Geleneksel bir aracın yakıt deposunun doldurulması ortalama 5 dakikalık bir süre alırken, elektrikli aracın tamamen şarj edilebilmesi için saatler gerekebilmektedir. Bununla birlikte Tesla, Inc. tarafından geliştirilen süper şarj üniteleri şarj dolum süresini azaltabilmektedir. Nitekim Tesla Model S, duvar konektörü¹³⁹ ile 6-9 saatte, süper şarj ünitesi ile 1 saatte şarj olmaktadır. Sonuç olarak, geleneksel araçların yakıt dolum süresi ile kıyaslandığında elektrikli araçların şarj süresinin oldukça uzun olduğu görülmektedir.

3.2.3.5. Yakıt Tasarrufu

Elektrikli araçlar ile geleneksel araçlarda yakıtla yapılan harcamaların kıyaslanması bir örnek üzerinden açıklanacaktır. Bu çerçevede elektrikli bir araç olan Nissan Leaf ile benzin ile çalışan Honda Civic kıyaslanacaktır. ABD’de yapılan bir çalışmada Honda Civic’in yakıt masrafının yıllık 688 ABD Doları olduğu, dolayısıyla Honda Civic yerine Nissan Leaf tercih eden bir tüketicinin yıllık 688 ABD Doları tasarruf edeceği belirtilmektedir. Bununla birlikte Nissan Leaf’in şarj edilmesi için yıllık 275 ABD Doları harcandığı, dolayısıyla tüketicinin yıllık net 413 ABD Doları tasarruf edeceği sonucuna ulaşılmaktadır (Malmgren 2016, 3).

Yakıt tasarrufunun Türkiye’deki durumunun incelenmesi açısından aynı markanın aynı modelinin benzinli ve elektrikli versiyonlarının kıyaslanması

¹³⁶ <https://www.mbusa.com/en/vehicles/model/cls/coupe/cls450c#packages>, Erişim Tarihi: 16.04.2021.

¹³⁷ <https://www.tesla.com/models>, Erişim Tarihi: 16.04.2021.

¹³⁸ Mercedes CLS 450 Coupe modeline ilişkin hesaplamalar yapılırken; aracın yakıt deposu büyüklüğünün 21,1 galon başka bir deyişle 78,07 litre olduğu (1 galon = 3,7 litre), aracın 100 km’de 7,84 litre yakıt tüketimi yaptığı baz alınmıştır.

<https://www.mbusa.com/en/vehicles/model/cls/coupe/cls450c>, Erişim Tarihi: 16.04.2021.

¹³⁹ Elektrikli aracı şarj edebilmek için duvara bağlı şarj sistemi.

sağlıklı olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda Mini markasının Cooper modelinin elektrikli versiyonunda 100 km yol için katlanılan elektrik maliyetinin 4,41 Türk Lirası (TL)¹⁴⁰, aynı modelin benzinli versiyonunda 100 km için katlanılan benzin maliyetinin 35 TL¹⁴¹ olduğu görülmektedir. Dolayısıyla benzin ile çalışan geleneksel bir araç yerine elektrikli bir aracın tercih edilmesi sonucunda tüketicinin her 100 km’de yaklaşık 30,5 TL tasarruf edebileceği görülmektedir.

3.2.3.6. Satış Fiyatı

Yakıt tasarrufu bölümünde görülebileceği üzere, elektrikli araçlar ile geleneksel araçlar arasında kıyaslama yapılırken Mini markasının Cooper modelinin benzinli ve elektrikli versiyonları kullanılmıştır. Bu çerçevede tüketici açısından tercih etkenlerden biri olan satış fiyatına bakıldığında; Cooper’ın elektrikli versiyonunun başlangıç fiyatının 507.837 TL, benzinli versiyonunun başlangıç fiyatının ise 323.229 TL olduğu görülmektedir.¹⁴² Bu çerçevede, elektrikli araç satış fiyatının, benzin ile çalışan geleneksel bir aracın satış fiyatından 184.608 TL daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

3.2.3.7. Bakım Ücretleri

Elektrikli araçlar, içten yanmalı motorlu araçlara göre daha az parçadan oluşmakta, geleneksel araçlarda bulunan yağ filtresi, piston, şanzıman bulunmamaktadır (Malmgren 2016,3). Dolayısıyla elektrikli araçların yağ değişimi gibi geleneksel motorlara özgü çeşitli bakım maliyetlerine ihtiyaç duymamaları ve eskিয়েcek daha az parçaya sahip olmaları sebebiyle elektrikli araçların bakımı içten yanmalı motorlu araçlara kıyasla çok daha düşük maliyetli olmaktadır.¹⁴³

¹⁴⁰ https://www.mini.com.tr/tr_TR/home/range/electric/peace-of-mind.html, Erişim Tarihi 16.04.2021.

¹⁴¹ Cooper modelinin benzinli versiyonunun benzin maliyetine ilişkin hesaplamalar yapılırken; Mini ve Türkiye Petrolleri Petrol Dağıtım A.Ş. internet sitelerinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda Cooper modelinin 100 km’de 4,9 litre benzin harcadığı, benzin fiyatının ise 16.04.2021 tarihinde Ankara ili için 7,15 TL olduğu görülmektedir. https://www.mini.com.tr/tr_TR/home/range/mini-3-kapi/models-and-options.html#models, Erişim Tarihi 16.04.2021. <https://www.tppd.com.tr/tr/akaryakit-fiyatlari?id=06>, Erişim Tarihi 16.04.2021.

¹⁴² https://www.mini.com.tr/tr_TR/home/range/mini-3-kapi.html, Erişim Tarihi 16.04.2021.

¹⁴³ <https://www.kia.com.tr/kia-dunyasi/sss/elektrikli-arabalarin-bakimi-daha-mi-ucuz.html>, Erişim Tarihi 16.04.2021.

3.2.3.8. Sessiz Çalışma

Elektrikli araçlarda yakıt tankının yerini bataryalar almaktadır. Bununla birlikte, içten yanmalı motora sahip taşıtlarda bulunan yağ filtresi, karbüratör, pistonlar gibi karmaşık bir motor yapısı bulunmamaktadır. Dolayısıyla içten yanmalı bir motorun var olmaması nedeniyle elektrikli araçlar sessiz çalışmaktadır.

3.2.3.9. Hızlanma

Elektrik araçların, geleneksel araçlar karşısında bir diğer avantajı da hızlanmadır. Örneğin geleneksel motorlu bir araç ortalama 5-8 saniyede, Tesla'nın Model S'i ise 1,99¹⁴⁴ saniyede 0 km'den 100 km'ye hıza ulaşmaktadır. Bu avantajın temel nedeni ise, elektronların bataryadan motora aktarımının, benzinin depodan pistonu aktarımından çok daha hızlı gerçekleşmesidir. Bununla birlikte elektrik motorlu araçlarda vites değişikliklerinden kaynaklı hız kaybı da oluşmamaktadır.

3.2.3.10. Araç Üretim Maliyeti

Elektrikli araçlara enerji sağlayan bataryalar yüksek maliyetlidirler. Dolayısıyla elektrikli araçlar geleneksel araçlara göre daha yüksek satış fiyatına sahip olmaktadır.¹⁴⁵ Bu durum da tüketicilerin geleneksel araçları elektrikli araçlara tercih etmesine neden olabilmektedir.

3.2.3.11. Altyapı

Elektrikli araçların en büyük dezavantajlarından biri şarj istasyonlarının her yerde bulunmamasıdır. Bu durum şarj istasyonlarının artırılması, evlerde şarj özelliğinin yaygınlaştırılması gibi yöntemlerle çözülebilmektedir. Bununla birlikte şehirleşmenin ve toplu konut yerleşkelerinin yoğun olduğu bölgelerde herkesin kendine ait bir garajı ve şarj ünitesi bulunamayacak, dolayısıyla altyapı sorunu için farklı çözümler gerekebilecektir. Örneğin apartmanların altına veya benzin istasyonlarına konulacak şarj üniteleriyle altyapı sorunu hafifletilebilecektir.

3.2.3.12. Hava Şartları

Bataryaların içindeki elektronların hareket hızlarının soğuk havalarda azalması, aynı cep telefonlarının şarjının soğuk havalarda daha çabuk bitmesi

¹⁴⁴ <https://www.tesla.com/models/design#overview>, Erişim Tarihi: 17.04.2021.

¹⁴⁵ Bkz. "3.2.3.6. Satış Fiyatı" bölümü.

gibi elektrikli araçlarda da şarj kaybına ve daha az mesafe kat edilmesine neden olmaktadır.

Özetle, temelde insan veya yük taşıma amacıyla karayolunda hareket etmek için kullanılsalar da içten yanmalı motorlu araçlar ile elektrik motorlu araçlar arasında birçok farklılık bulunmaktadır. Bununla birlikte içten yanmalı araçların çevresel etkileri nedeniyle ileri tarihlerde araç üreticileri tarafından üretimlerinin durdurulacağı ve sıfır emisyonlu araç üretiminin arttırılacağı belirtilmesi, motorlu taşıtlar sektöründe yeni bir çağın başlayacağı da göstergesi olmaktadır.

Elektrikli araç üretim maliyetinin geleneksel araç üretim maliyetine nazaran daha yüksek olması araç üreticilerinin kendi aralarında veya araç teknoloji firmaları ile çeşitli işbirliklerine gitmelerini zorunlu kılmaktadır. Bu çerçevede elektrikli araçların geliştirilmesine, üretilmesine ve/veya elektrikli araçlarda kullanılan başta batarya olmak üzere çeşitli parçaların geliştirilmesine, üretilmesine yönelik oluşturulan işbirliklerine aşağıda yer verilmektedir.

3.2.4. Elektrikli Araçlara Yönelik İşbirlikleri

“Motorlu Taşıtlar Sektöründeki İnovasyona İlişkin Çalışma: Elektrikli Araçlar” başlıklı bölümde yer verildiği üzere tam elektrikli araçlar başka bir deyişle bataryalı elektrikli araçlar, bataryalardan motora aktarılan güç ile çalışmaktadır. Elektrikli araçların performansını iyileştirmek için bataryalarla ilgili çeşitli çalışmalar yapıldığı görülmektedir.¹⁴⁶ Bu çerçevede elektrikli araç üretimi faaliyetinde bulunan teşebbüsler yeri geldiğinde teknoloji firmaları ile çeşitli işbirlikleri yapabilmektedirler.

Motorlu taşıtlar sektöründe lityum-iyon akü veya lityum-iyon batarya sistemlerinin üretilmesine ilişkin olarak teknoloji firmaları ile birçok ortak girişim yapıldığı görülmektedir. Bu kapsamda, SK Innovation Co. Ltd. ve Continental AG tarafından, otomotiv uygulamaları için lityum-iyon akü sistemi geliştirmek, üretmek ve satmak amacıyla ortak girişim şirketi kurulması,¹⁴⁷ Toyota Motor Co. ve Panasonic Co. tarafından, prizmatik lityum-iyon otomotiv akülerinin Ar-Ge, üretim ve satışı ile diğer otomotiv akü teknolojilerine yönelik Ar-Ge faaliyetleriyle iştigal edecek bir ortak girişim kurulması,¹⁴⁸ LG Chem, Ltd. ve

¹⁴⁶ Detaylı bilgi için bkz. “3.2.1. Elektrik Motorlu Araçların Tarihsel Gelişimi” başlıklı bölüm.

¹⁴⁷ 04.10.2012 tarihli ve 12-48/1419-479 sayılı Kurul kararı.

¹⁴⁸ 23.05.2019 tarihli ve 19-19/272-119 sayılı Kurul kararı.

Shanghai Maple Guorun Automobile Co. tarafından lityum-iyon otomotiv güç aküleri işkolunda faaliyet göstermek üzere bir ortak girişim kurulması¹⁴⁹ örnekler arasında gösterilebilecektir.

Bir başka örnek kararda ise; e-mobilite, sızdırmazlık ve koruma teknolojisi, damgalı metal parça ve conta üretimi, takım ve mühendislik hizmetlerini sunan, ayrıca yakıt pili kümesi ve yakıt pili kümesi bileşenlerinin geliştirilmesi ve üretimi alanlarında faaliyet gösteren ElringKlinger AG ile yüksek basınçlı depolama sistemleri ve kirlilik giderme sistemleri sunan Plastic Omnium New Energies SA arasında; yakıt pili kümesi, yakıt pili kümesi bileşenleri ve ilgili mühendislik hizmetleri, yakıt pili kümesi bileşenlerinin ve otomotiv endüstrisi için monte edilmiş yakıt pili kümesi modüllerinin araştırma ve geliştirmesi, tasarımı, üretimi ve satışı alanlarında faaliyet gösterecek bir ortak girişim kurulması işlemine izin verilmektedir.¹⁵⁰

Peugeot SA, Opel Automobile GmbH ve Saft Groupe SA tarafından otomotiv sektörüne (binek araçlar/hafif ticari araçlar) yönelik elektrik bataryaları için akü hücrelerinin ve modüllerinin geliştirilmesi, üretimi ve tedariki alanlarında faaliyet gösterecek bir ortak girişim kurulması işlemine izin verilmiştir.¹⁵¹ İlgili kararda batarya temelli uygulamaların 5G iletişim, nesnelerin interneti, enerji depolama, bisiklet, uçak ve drone sayısının artmasıyla birlikte endüstriyel bataryalara olan talebin dünya çapında belirgin düzeyde artmasının beklendiği ifade edilmiştir.

Akü veya batarya kararlarının yanı sıra elektrikli araçların üretimi ile ilgili ortak girişim kurulmasına örnek olarak, Türkiye’deki elektrikli araç gelişimi ve üretimi açısından önem taşıyan “Türkiye’nin Otomobili” projesini gerçekleştirmek amacıyla elektrik motorlu ve yeni nesil araçlar tasarlanması, geliştirilmesi, üretilmesi, pazarlanması ve bununla birlikte bu araçlarda kullanılacak yedek parçaların üretimi, dağıtımı, pazarlanması, satışı ile bu araçların bakımı ve tamiri için servis istasyonları ile araçların enerji ihtiyaçlarının karşılanması için şarj istasyonlarının kurulması ve işletilmesi faaliyetlerinde bulunacak bir anonim şirket kurulmasına ilişkin karar¹⁵² verilebilecektir. İlgili kararda, Yatay Kılavuz’un 143. paragrafında yer alan,

¹⁴⁹ 24.10.2019 tarihli ve 19-36/542-222 sayılı Kurul kararı.

¹⁵⁰ 21.01.2021 tarihli ve 21-04/49-20 sayılı Kurul kararı.

¹⁵¹ 06.02.2020 tarihli ve 20-08/78-45 sayılı Kurul kararı.

¹⁵² 26.09.2018 tarihli ve 18-34/566-279 sayılı Kurul kararı.

“Üretim anlaşmaları neticesinde yeni bir pazarın oluşması halinde, anlaşmanın rekabeti kısıtlayıcı etkilerinin ortaya çıkma olasılığı düşüktür. Örneğin teknik imkânsızlık nedeniyle, objektif kriterler çerçevesinde tarafların tek başlarına üretemeyecekleri yeni bir ürün veya hizmetin piyasaya sürülmesi söz konusu olduğu takdirde rekabetin kısıtlanma ihtimali düşüktür.”

ifadesine atıf yapılarak, yüksek yatırım miktarı, gelişmiş dağıtım ağı ve teknik uzmanlık gerektiren elektrik motorlu araç üretimi pazarına teşebbüslerin tek başına girmelerinin mümkün olmadığı belirtilmektedir.

Elektrikli araç üretimi ile ilgili bir başka karar örneği olarak, Daimler AG ve Zhejiang Geely Holding Group Co., Ltd. tarafından elektrikli araçların üretimi ve dağıtım alanında faaliyet gösterecek tam işlevsel bir ortak girişim kurulması kararı verilebilecektir.¹⁵³

3.3. YENİ MODEL İŞBİRLİKLERİNİN REKABET HUKUKUNDAKİ YERİ

Yukarıda yer verilen karar örneklerinden, motorlu taşıtlar sektöründe teşebbüslerin yeni bir ürün geliştirme veya var olan ürünü iyileştirme bir başka deyişle ürün inovasyonu yapma amacıyla çeşitli işbirlikleri kurabildikleri görülmektedir. Bu noktada ürün inovasyonu¹⁵⁴ kapsamında yeni bir ürün olarak elektrikli araç geliştirilmesi, üretilmesi amacıyla kurulan ortak girişimlere Kurul tarafından izin verildiği *Türkiye'nin Otomobili ve Daimler/Geely* kararlarında görülmektedir. Ayrıca ürün inovasyonu kapsamında elektrikli araçlarda kullanılmak üzere lityum-iyon batarya geliştirilmesine ilişkin kurulan çeşitli ortak girişimlere Kurul tarafından izin verildiği görülmektedir.

Ürün inovasyonunun tamamen yeni endüstrilerin ortaya çıkmasına, geliştirilen yeni ürünlerin mevcut ürünlerin yerini almasına ve nihayetinde mevcut ürünlerin sektörde yok olmasına neden olabilecektir (Erdim ve Taşkın 2019, 27). Bu çerçevede, elektrikli aracı bir ürün inovasyonu olarak kabul ettiğimizde, geleneksel araçların piyasadaki silineceği öne sürülebilecektir. Nitekim “Volkswagen AG’nin Dizel Skandalı” başlıklı bölümünde yer verildiği üzere ilerleyen dönemlerde bazı ülkelerin fosil yakıt ile çalışan araçları yasaklayacakları ve araç üreticilerinin

¹⁵³ 24.07.2019 tarihli ve 19-26/396-183 Kurul kararı.

¹⁵⁴ Ürün inovasyonu ile ilgili detaylı bilgiler “Motorlu Taşıtlar Sektöründe Gerçekleştirilen İşbirlikleri ve İnovasyon İlişkisi” başlıklı bölümde yer almaktadır.

elektrikli araç üretimlerini arttıracakları öngörülmektedir. Bu kapsamda, motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren teşebbüsler, geliştirilen yeni ürün veya uygulamaların bir parçası olamazlarsa pazar güçlerini kaybetme riskiyle karşı karşıya kalacaklardır.

İnovasyon sonrası pazara yeni ürün sunulması aşamasında, rekabet gücü açısından avantaj elde edebilecek teşebbüslerin, pazara ilk girenler oldukları çeşitli çalışmalarda yer almaktadır (Erdim ve Taşkın 2019, 28). Bu durumda elektrikli araçların üretimi açısından motorlu araçlar sektörüne başarılı bir şekilde giren Tesla, Inc.'nin pazar gücünün giderek artacağı varsayımı yanlış olmayacaktır. Türkiye'ye açısından ise, motorlu taşıtlar sektöründeki gelişmelerin küresel çapta rekabet gücü elde edilebilmesi adına bir fırsat olduğu, ülkemizde geliştirilecek sıfır emisyonlu araçların, rakipleri ile rekabet edilebilmesi için inovasyonun gerekli olduğu, bu nedenle motorlu taşıtlar sektöründeki Ar-Ge ve üretim anlaşmalarının desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Bu noktada geliştirilen sıfır emisyonlu araçların geleneksel/içten yanmalı motorlara sahip araçların yerini alacağı, düşünüldüğünde, motorlu araçlar sektöründe faaliyet gösteren araç üreticilerinin geleneksel araçlar yerine yeni ürün olan elektrikli araç üretimine geçiş yapıp yapmayacakları, geçiş yapmayan teşebbüslerin pazar gücünün ne şekilde etkileneceği ile ilgili sonuçların görülebilmesi için bir süre daha geçmesi gerekmektedir.

SONUÇ

Motorlu taşıtlar sektörü dünya çapında faaliyet gösteren az sayıda ana araç üreticisi teşebbüs ile bu teşebbüslerin altında yer alan yüzlerce markadan ve binlerce modelden oluşan, geçmişten günümüze gerçekleşen birleşme ve devralmaların neticesinde, yoğunlaşma oranının sürekli olarak arttığı bir sektördür.

Motorlu taşıtlar 17. yüzyıldan günümüze kadar tasarım, donanım ve teknik özellikler açısından birçok değişiklikler geçirmiş olsa da araçlardaki ana unsurlar olan içten yanmalı motorlar, şase, şanzıman açısından fazla değişiklik meydana gelmemiştir. Bu durumun nedeninin ise, araç üreticileri tarafından gerçekleştirilecek radikal bir değişim sonucunda, beklenen karın oluşmaması ve teşebbüslerin batık maliyet ile karşı karşıya kalmaları riski olduğu söylenebilecektir (Holweg 2008, 24). Öte yandan 21. yüzyıl ile birlikte motorlu taşıtlar sektöründe teknolojik gelişmelerin, ürün farklılaştırmasının ve maliyetlerin rekabetçi açıdan büyük önem taşıdığı söylenebilecektir.

Bu kapsamda, motorlu taşıtlar sektöründe, rekabet avantajı elde etmek isteyen teşebbüslerin teknolojik gelişmelerde bulunmaları gerekmektedir. Teknolojik gelişmeler için ise maliyeti fazla olan Ar-Ge çalışmaları yapılması zorunludur. Sektörde faaliyet gösteren araç üreticileri Ar-Ge çalışmaları ve araç üretimine ilişkin maliyetleri bölüşme ve yeni pazarlara ulaşabilme amaçlarıyla işbirliklerine gidebilmektedir.

Sektördeki rekabet açısından önem teşkil eden teknolojik gelişmelere ilişkin gerçekleştirilen Ar-Ge ve üretim anlaşmalarına rekabet otoriteleri tarafından olumlu yaklaşıldığı görülmektedir. Nitekim Ar-Ge ve üretim anlaşmalarının yeni ürün geliştirilmesi veya var olan ürünlerin iyileştirilmesi açısından tüketiciye yarar sağladıkları söylenebilecektir. Bununla birlikte ülkemizde geliştirilecek araçların, küresel çapta güçlü rakipleri ile rekabet edilebilmesi için teknolojik

gelişmelerin gerekli olduğu, bu nedenle motorlu taşıtlar sektöründeki Ar-Ge ve üretim anlaşmalarının desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir. Nitekim motorlu taşıtlar sektörünün gelişimine bakıldığında, inovasyonun hem araç üretimi faaliyetinde bulunan teşebbüsler açısından hem de üreticilere parça tedariki sağlayan teşebbüsler bakımında önem taşıdığı söylenebilecektir (Erdim ve Taşkın 2019, 213).

Motorlu taşıtlar sektöründe araç satışı faaliyeti gösteren teşebbüsler tarafından güncel satış fiyatlarının paylaşılması, teşebbüs birlikleri tarafından marka bazlı satış adetlerinin ve sektöre ilişkin bilgilerin raporlanarak düzenli olarak paylaşılmasının pazarın şeffaflaşmasına neden olduğu ve dolayısıyla teşebbüslerin karar alma sürecini kolaylaştırdığı söylenebilecektir. Sektörün şeffaf yapısının yanı sıra, devralmalar sonucunda sektördeki yoğunlaşma oranının artması göz önünde bulundurulduğunda, rakip teşebbüsler arasında gerçekleştirilecek işbirliği anlaşmaları sonucunda rekabetçi kaygıların ortaya çıkabileceği düşünülmektedir. Bu çerçevede motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleştirilen Ar-Ge ve üretim işbirliklerine Kurul tarafından tanınan muafiyetlerin olumlu olduğu ancak pazar payı yüksek olan rakip teşebbüslerin¹⁵⁵ işbirliği anlaşması yapmaları durumunda rekabete aykırı endişelerin oluşabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla pazar payı yüksek olan teşebbüsler arasında gerçekleştirilebilecek işbirliklerinin rekabet karşıtı etkilerinin ilgili dosya özelinde incelenebileceği söylenebilecektir.

Teşebbüsler arasında yapılan Ar-Ge, üretim ve teknolojik işbirlikleri sonucunda ortaya çıkan başarı veya başarısızlıkların değerlendirilmesi ve söz konusu işbirlikleri sonrasında motorlu taşıtlar sektöründeki rekabetin nasıl etkilendiğinin araştırılması gerekmektedir. Konu ile ilgili Kurum bünyesinde sektör araştırması yapılabileceği düşünülmektedir. Rakipler arası gerçekleştirilen işbirliği anlaşmaları sonucunda rekabete hassas bilgi değişimlerinin oluşup oluşmayacağı ve söz konusu işbirliklerinin herhangi bir şekilde rekabeti olumsuz etkileyip etkilemeyeceği her bir işbirliği anlaşması açısından ayrı bir şekilde değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Nitekim yatay işbirliği ile üretim veya finansal çıkarların kontrolünün birleştirilmesi nedeniyle; tarafların ticari

¹⁵⁵ Detaylı bilgi için bkz. “Şekil 5: Toplam Hafif Ticari Araç Satışlarına Göre 2020 Yılında Pazar Payı %5’in Üzerinde Olan Markalar” ve “Şekil 6: Yerli Üretim Hafif Ticari Araçların 2020 Yılı Pazar Payları Tablosu”.

kararlarında bağımsız hareket etmeleri kısıtlanabilmektedir. İşbirliği içerisinde bulunan rakiplerin rekabete duyarlı bilgi paylaşımında bulunması açık veya gizli anlaşmaların oluşmasını kolaylaştırabilecektir (ABD Rekabet Kılavuzu 2000, 6).

İçten yanmalı motorlu araçlardan çıkan çeşitli emisyonların çevreyi kirleterek küresel ısınmayı tetiklemeleri sonucunda, içten yanmalı motorlu araçlara alternatif olarak sıfır emisyonlu elektrikli araçların gündeme geldiği ve 2030 sonrasında elektrikli araçların satış adetlerinin artması beklenmektedir. Bu çerçevede elektrikli araçların geliştirilmesinde katlanılan maliyetlerin bölüşülmesi açısından rakipler arası işbirliklerinin yapıldığı, bunun yanı sıra araç üretimi faaliyetinde bulunan teşebbüsler ile teknoloji firmaları arasında başta batarya olmak üzere elektrikli araç parçalarına ilişkin işbirlikleri yapıldığı görülmektedir. Söz konusu işbirlikleri hem teşebbüslerin rekabetçi güçlerini arttırmaları hem de çevreye olumlu etkisi bakımından faydalı olmaktadır. Şöyle ki elektrikli araç üretimi açısından işbirliği yapan teşebbüsler motorlu taşıtlar sektörünün gelişimi karşısında kalıcılıklarını sürdürebilecekler ve aynı zamanda elektrikli araç üretiminin arttırılması ile çevreye olumlu katkı sağlayabileceklerdir. Dolayısıyla elektrikli araçların ve/veya elektrikli araç parçalarının geliştirilmesi ve üretilmesine ilişkin işbirliği anlaşmalarının desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir. Nitekim Kurul'un da elektrikli araçların ve/veya elektrikli araç parçalarının geliştirilmesi ve üretilmesine ilişkin işbirliği anlaşmalarına izin verdiği *Türkiye'nin Otomobili*¹⁵⁶ ve *Daimler/Geely*¹⁵⁷ kararlarında görülmektedir.

Buna ilaveten, içten yanmalı araçlar ile elektrikli araçlar arasında teknik özellik, menzil, yakıt ve şarj dolun süreleri, çevresel faktörler, satış fiyatı, satış sonrası bakım ücretleri, araç üretim maliyeti gibi faktörler açısından farklılıklar olduğu, bu kapsamda elektrikli araçlara ilişkin yapılacak değerlendirmelerde, ayrı bir pazar tanımının yapıp yapılmayacağı ise, her bir durum özelinde ayrıca değerlendirilmelidir.

¹⁵⁶ 26.09.2018 tarihli ve 18-34/566-279 sayılı Kurul kararı.

¹⁵⁷ 24.07.2019 tarihli ve 19-26/396-183 Kurul kararı.

ABSTRACT

Due to the high investment costs in the automotive sector, the existence of economies of scale, and the high spending on research and development (R&D) studies and advertisements, the number of enterprises engaged in vehicle production at the global level is low (Idırar and Kırall 2018, 165). However, due to the competitive structure in the sector and high costs, it can be said that mergers and acquisitions have been realized between undertakings engaged in vehicle production activities, the number of undertakings in the motor vehicles sector has decreased and thus the concentration has increased. Moreover, enterprises that want to gain competitive advantage in the motor vehicles sector need to make technological developments. In other words, it is necessary to carry out R&D studies with high technological costs.

In this study, it is mentioned that competition authorities allow R&D and production agreements made regarding technological developments that are important in terms of competition in the sector. As a matter of fact, it can be said that R&D and production agreements provide benefits to consumers in terms of developing new products or improving existing products. In addition, it is thought that technological developments are necessary for the vehicles to be developed in Turkey to compete with strong competitors on a global scale, so R&D and production agreements in the motor vehicles sector should be supported. However, it is necessary to evaluate the success or failures arising as a result of R&D, production and technological cooperation between enterprises and to investigate how the competition in the motor vehicles sector is affected after these collaborations. It is considered that because of cooperation agreements between competitors, whether or not sensitive information exchanges will occur and whether such cooperation will adversely affect competition in any way should be evaluated separately in terms of each cooperation agreement.

KAYNAKÇA

“History of Automobile And Its Manufacturing” <https://drishtikona.files.wordpress.com/2012/08/ch1.pdf>, Erişim Tarihi: 27.03.2021

23.02.1963 tarihli ve 11342 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Motorlu Taşıtlar Vergisi Kanunu”, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.197.pdf>, Erişim Tarihi: 04.11.2020.

ALTUNTAŞ, M. (2010), “Türkiye’de Otomotiv Ana Sanayi ve Uluslararası Rekabet Gücü” Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Anadolu Ajansı (2019), <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turkiyede-elektrikli-arac-sayisi-2030-yilinda-2-5-milyona-ulasacak-/1681816>, Erişim Tarihi: 14.04.2021

ARSLAN, R. ve A. SÜRME (2016), *Otomotiv Elektroniği Elektrikli ve Hibrid Taşıtlar İlaveli Güncellenmiş 3. Baskı*, Alfa Akademi, Bursa.

ASLAN, İ. Y., E. KATIRCIOĞLU, M. F. TOKSOY, A. ILICAK, Ş. ARDIYOK ve F. BİLGEL (2006), *Otomotiv Sektöründe Rekabet Hukuku ve Politikaları*, Ekin Kitabevi, İstanbul.

Association Le Fardier de Cugnot, “Historique”, <http://lefardierdecugnot.fr/Historique1.htm>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.

AYRES, R. U. (1989), *Technological Transformations and Long Waves*, International Institute for Applied Systems Analysis, Avusturya.

AZACANLI, A. (1995), *Türk Otomotiv Sanayisinin Tarihsel Gelişimi*, Otomotiv Sanayi Derneği, İstanbul.

AZİZİ SADATLOU, N. (2014), “19. Yüzyıldan Günümüze Sanayi Yapılarının Modernleşme Süreci Bağlamında İrdelenmesi: Otomobil Yerleşkeleri”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

BBC News (2020), <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55483534>, Erişim Tarih: 08.03.2021.

BEDİR, A. (2002), “Türkiye’de Otomotiv Sanayii Gelişme Perspektifi”, Devlet Planlama Teşkilatı, Yayın No DPT: 2660.

BEIKER S., F. HANSSON, A. SUNESON ve M. UHL (2016), “How The Convergence of Automotive and Tech Will Create A New Ecosystem”, <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/how-the-convergence-of-automotive-and-tech-will-create-a-new-ecosystem#>, Erişim Tarihi: 26.04.2021.

BLOCH, C. (2007), “Assessing Recent Developments in Innovation Measurement: The Third Edition of The Oslo Manual”, Science and Public Policy, Vol:34, No:1, s.23-34.

Britannica “Thomas Davenport”, <https://www.britannica.com/biography/Thomas-Davenport>, Erişim Tarihi: 27.01.2021.

Bundeskartellamt (2019), “Bußgelder gegen deutsche Automobilhersteller wegen wettbewerbswidriger Praktiken beim Einkauf von Stahl”, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2019/21_11_2019_Bussgeld_Stahl.html?nn=3591568, Erişim Tarihi: 17.03.2021.

BURGELMAN, R., M. A. MAIDIQUE ve S. C. WHEELWRIGHT (2004), *Strategic Management of Technology and Innovation*, McGraw Hill, New York.

CAMUFFO, A. ve G. VOLPATO (2002), “Partnering in the Global Auto Industry: The Fiat and GM Strategic Alliance”, *International Journal of Automotive Technology and Management*, Vol:2, No:3-4, s.335-352.

CarsDirect (2020), “A Brief History of Hybrid Cars” <https://www.carsdirect.com/green-cars/a-brief-history-of-hybrid-cars>, Erişim Tarihi: 09.04.2021.

CONTRACTOR, F. J. ve P. LORANGE (2002), *Cooperative Strategies and Alliances in International Business and Management*, Emerald Publishing Limited, Birleşik Krallık.

CROITORU, A. (2017), “Business Cycles, a Theoretical, Historical and Statistical Analysis of The Capitalist Process” *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, Vol:8, No:1, s.67-80.

Çelik Motor Ticaret Anonim Şirketi, Kia “Elektrikli Arabaların Ekonomik Verimliliği” <https://www.kia.com/tr/kia-dunyasi/sss/elektrikli-arabalarin-bakimi-daha-mi-ucuz.html>, Erişim Tarihi 16.04.2021.

Daimler AG Global Media Site, “Automobile with two wheels: on 29 August 1885 Gottlieb Daimler filed a patent for his riding car”, <https://media.daimler.com/marsMediaSite/en/instance/ko/Automobile-with-two-wheels-on-29-August-1885-Gottlieb-Daimler-filed-a-patent-for-his-riding-car.xhtml?oid=9361841>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

Deloitte (2019), “New market. New entrants. New challenges. Battery Electric Vehicles”, <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/manufacturing/deloitte-uk-battery-electric-vehicles.pdf>, Erişim Tarihi: 26.04.2021.

DEMİR, İ. (2008), “OPEC: Güçlü Bir Kartel?”, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, Vo:18, s.231-246.

DOLANAY, S. S. ve B. S. OĞUZTÜRK (2018), *Otomotiv Sanayinde Teknolojik Gelişme (Güney Kore – Türkiye)*, Alter Yayıncılık, Ankara.

DORF, R. C. ve BYERS T. H. (2005), *Technology Ventures: From Idea to Enterprise*, McGraw Hill Professional, New York.

Dünya Haber Merkezi (2021), <https://www.dunya.com/sectorler/dunya-geneli-elektrikli-arac-satisi-yuzde-43-artti-haberi-610473>, Erişim Tarihi: 14.04.2021

ERDİM, Y. ve Ç. TAŞKIN (2019), *Otomotiv Sektöründe İnovasyon Yeteneği, Öncüllerin Analizi ve Sektörel Öneriler*, Dora Basım, Bursa.

Euronews (2019), <https://tr.euronews.com/2019/12/30/turkiye-de-100-kisiye-dusen-arac-say-s-28-ab-de-ise-51>, Erişim Tarihi: 04.05.2021.

EZRACHI, A. (2018), *EU Competition Law: An Analytical Guide to The Leading Cases*, Hart Publishing, Oxford.

FCA Italy S.p.A., “History” <https://www.fiat.com/history>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

Focus 2 Move (2020), “Tesla Model 3 jumps in 25th place among the global best-selling cars”, <https://www.focus2move.com/world-best-selling-car/>, Erişim Tarihi: 27.02.2021.

Focus 2 Move (2021), “World Car Group Ranking”, <https://www.focus2move.com/world-car-group-ranking/>, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

Focus 2 Move (2021), “World Cars Brand Ranking”, <https://www.focus2move.com/world-cars-brand-ranking/>, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

Forbes (2021), “Electric Cars Are Coming And If You Don’t Like It, Tough”, <https://www.forbes.com/sites/neilwinton/2021/03/09/electric-cars-are-coming-and-if-you-dont-like-it-tough/?sh=36b8a22f698f>, Erişim Tarihi: 14.04.2021

GEORGANO, N. (2008), *Electric Vehicles*, Shire Publications, İngiltere.

GÖRENER, Ö. ve A. GÖRENER (2008), “Otomotiv Endüstrisinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri: Sektörel Bir İnceleme”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Vol:7 No:26, s.306-319.

HOLWEG, M. (2008), “Beyond Mas and Lean Production on the Dynamics of Competition in the Automotive Industry”, Judge Institute of Management University of Cambridge, İngiltere.

HOVENKAMP H. (2005), *The Antitrust Enterprise: Principle and Execution*, Harvard University Press, İngiltere.

HOVENKAMP, H. J. (2008), “Innovation and the Domain of Competition Policy”, Faculty Scholarship at Penn Law.

ILDIRAR, M. ve E. KIRAL (2018), *Otomotiv Sektörü Piyasası Yapısı Markov Analizi Uygulaması*, Karahan Kitabevi, Adana.

ILIC, D., S. OSTOJIC ve N. DAMNJANOVIC (2014), “The Importance of Marketing Innovation in New Economy”, Signidunum Journal of Applied Sciences, Vol:11, No:1, s.34-42.

JAAFARNIA, M. ve A. BASS (2011), “*Tracing the Evolution of Automobile design: Factors Influencing The Development of Aesthetics in Automobiles from 1885 to The Present*”, International conference on Innovative Methods in Product Design, Venice.

JÄÄSKELÄINEN H. (2019), “Early History of the Diesel Engine”, https://dieselnet.com/tech/diesel_history.php, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

KEREM, A. (2014), “Elektrikli Araç Teknolojisinin Gelişimi ve Gelecek Beklentileri”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, Vol:5, No:1, s.1-13.

KIRSCH, D. A. ve G. P. A. MOM (2002), “Visions of Transportation: The EVC and the Transition from Service- to Product-Based Mobility” *The Business History Review*, Vol:76, No:1, s.75-110.

LIN, L.-L. (2009), “Mergers and Acquisitions, Alliances and Technology Development: An Empirical Study of The Global Auto Industry”, *Int. J. Technology Management*, Vol:48, No:3, s.295-307.

LU, M. (2020), “Visualized: How Much Revenue Automakers Generate Every Second”

Machine and Mechanism Design (2008), “Internal Combustion Engine (IC Engine): The History, Development of Huygens Gunpowder Engine”, <https://www.brighthubengineering.com/machine-design/8251-history-and-development-of-huygens-gunpowder-engine/>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.

MALMGREN, I. (2016), “Quantifying the Societal Benefits of Electric Vehicles”, *World Electric Vehicle Journal*, Vol:8, s.1-12.

McKENZIE, H. (2019), *Devrim Arabası Tesla, Fosil Yakıt Çağını Bitiren Elektrik Devrimi Nasıl Gerçekleşti*, (çev.) Selim Yeniçeri, Babil Kitap, İstanbul.

Mercedes-Benz USA, LLC. “Mercedes-Benz CLS 450 Coupe”, <https://www.mbusa.com/en/vehicles/model/cls/coupe/cls450c#packages>, Erişim Tarihi: 16.04.2021.

Mini, “Mini Cooper Benzlinli” https://www.mini.com.tr/tr_TR/home/range/mini-3-kapi/models-and-options.html#models, Erişim Tarihi 16.04.2021.

Mini, “Mini Cooper Electric”, https://www.mini.com.tr/tr_TR/home/range/electric/peace-of-mind.html, Erişim Tarihi 16.04.2021.

Motor 1 (2020), “Dünya çapında 2019 yılında en çok hangi markalar sattı?” <https://tr.motor1.com/features/396901/2019-yilinda-en-cok-hangi-markalar-satti/>, Erişim Tarihi: 27.02.2021.

Motor 1, “Otomobil Markaları” <https://tr.motor1.com/makes/>, Erişim Tarihi: 14.03.2021

Mühendis Beyinler (2018), <https://www.muhendisbeyinler.net/yakit-pili-nedir/>, Erişim Tarihi: 27.01.2021.

NIEUWENHUIS, P. ve P. WELLS (2000), *The Automotive Industry and The Environment*, Woodhead Publishing Limited, İngiltere.

NYAMWANGE, J. ve M. NYAMWANGE (2014), “Major Innovations in Transportation: Evolution of Automobiles”, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol:4, No:5(1), s.40-45.

ODD Basın Bülteni 06.01.2021, <http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/2836/ODD%20Bas%c4%bln%20Bulteni%206%20Aral%c4%blk%202021.pdf>, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

ODD, Pazar – Otomobil & Hafif Ticari, “Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazar Değerlendirme Raporları” http://www.odd.org.tr/web_2837_1/neuralnetwork.aspx?type=35, Erişim Tarihi: 27.03.2021

ODD, Pazar ve Perakende Satışlar “2020 Ocak-Aralık Perakende Satışlar (Yerli & İthal)”, http://www.odd.org.tr/web_2837_1/neuralnetwork.aspx?type=36, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

ODD, Üye İletişim Bilgileri http://www.odd.org.tr/web_2837_1/sortial.aspx?sp_table=Tk_2837_Distributors&sp_primary=distributor_id&sp_fields=name,telephone,fax,web,address&sp_language=0&sp_table_extra, Erişim Tarihi: 27.02.2021.

OICA, “2019 Production Statistics”, <https://www.oica.net/category/production-statistics/2019-statistics/>, Erişim Tarihi: 24.02.2021.

OICA, “Definitions”, <https://www.oica.net/wp-content/uploads/stats-definition1.pdf>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

OICA, “Vehicle type definitions”, <https://www.oica.net/production-statistics/>, Erişim Tarihi: 26.02.2021.

OSD, “Otomotiv Sektörü Aylık Değerlendirme Raporu Aralık 2020”, http://www.osd.org.tr/sites/1/upload/files/12-2020_OSD_Aylik_Degerlendirme_Raporu-5527.pdf, Erişim Tarihi: 27.02.2021.

ÖZYÖRÜK, Ş. (2020), “1973 Petrol Krizi: Etkileri ve Sonuçları” <https://medium.com/hariciye/1973-petrol-krizi-etkileri-ve-sonu%C3%A7lar%C4%B1-7ec1d90ad4a1>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

PAVLOV, D. (2017), *Leade-Acid Batteries: Science and Technology, A Handbook of Leade-Acid Battery Technology and Its Influence on the Product*, Institute of Electrochemistry and Energy Systems, Bulgarian Academy of Sciences, Sofia, Bulgaria.

PİŞMAF, Ş. (2012), “İktisadi ve Hukuki Açından Teşebbüsler Arası Bilgi Değişimi” Rekabet Kurumu, Uzmanlık Tezleri Serisi, No: 115, Ankara.

PRAJAPATI K.C., R. PATEL, ve R. SAGAR (2014), “Hybrid Vehicle: A Study on Technology”, *International Journal of Engineering Research & Technology*, Vol:3, No:12, s.1076-1082.

PRIES, L. ve N. WACKEN (2019), “The 2015 Volkswagen ‘Diesel-Gate’ and Its Impact on German Carmakers” A. Covarrubias V. ve S. M. Ramirez Perez (der.), *New Frontiers of the Automobile Industry Exploring Geographies, Technology, and Institutional Challenges* içinde, Palgrave Macmillan, İsviçre, s.89-111.

RAE, J. B. (1965), *The American Automobile*, The University of Chicago Press, Chicago.

RAVENHILL, J. (2005), *FDI in The Korean Auto Industry*, Institut Français Des Relations Internationales, Paris.

Renault Group (2014), “Henney Kilowatt: The American Electric Dauphine”, <https://group.renault.com/en/news-on-air/news/henney-kilowatt-the-american-electric-dauphine/>, Erişim Tarihi: 09.04.2021.

SAMSUNLU A. ve A. AKDEMİR (2007), “The Effect of Strategic Alliances on The Development of Automotive Industry: The Case of Turkey”, *Journal of Global Strategic Management*, Vol:1, No:1, s.124-132

SANTINI, D. J. (2011), “Electric Vehicle Waves of History: Lessons Learned about Market Deployment of Electric Vehicles”, Argonne National Laboratory, ABD.

SEYİDOĞLU, H. (1992), *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük*, Güzem Can Yayınları, Ankara.

Statistica Research Department (2021), “Worldwide Car Sales 2019-2020” <https://www.statista.com/statistics/200002/international-car-sales-since-1990/#:~:text=Worldwide%20car%20sales%20are%20expected,pandemic%20in%20all%20key%20economies>, Erişim Tarihi: 24.02.2021.

SZMIGIERA, M. (2021), “Total R&D Spending on Automotive Worldwide 2017-2019” <https://www.statista.com/statistics/1102932/global-research-and-development-spending-automotive/#:~:text=Total%20R%26D%20spending%20on%20automotive%20worldwide%202017%2D2019&text=Global%20R-%26D%20spending%20in%20the,global%20investment%20in%20this%20sector>, Erişim Tarihi: 08.03.2021.

TEB Cetelem Tüketici Finansmanı (2019), “Cetelem Gözlemevi Sonuçları, Elektrikli Taşıtların Gizemi”, <https://www.tebcetelem.com.tr/media/1352/observatory2019.pdf>, Erişim Tarihi: 05.05.2021.

TEHAD (2021), <http://tehad.org/2021/01/16/2020-yili-elektrikli-ve-hibrid-otomobil-satis-rakamlari-belli-oldu/#:~:text=2020%20y%C4%B1%20C4%B1nda%20T%C3%BCrkiye'de%20sat%C4%B1lan,sat%C4%B1%20C5%9F%20rakam%C4%B1%2016941%20adete%20ula%C5%9Ft%C4%B1>, Erişim Tarihi: 14.04.2021

TEKİN, M., N. ÖMÜRBEK ve H. BÜLBÜL (2005), “Otomotiv Sektöründe Teknolojik İşbirlikleri Üzerine Bir Araştırma”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi Dergisi, Vol:7, No:3, s.179-200.

Tesla, Inc. “Model S”, <https://www.tesla.com/models>, Erişim Tarihi: 16.04.2021.

The European Commission (2008), “Antitrust: Commission fines car glass producers over €1.3 billion for market sharing cartel”, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_08_1685, Erişim Tarihi: 22.03.2021.

The European Commission (2019), “Antitrust: Commission Sends Statement of Objections to BMW, Daimler and VW for Restricting Competition on Emission Cleaning Technology”, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_2008, Erişim Tarihi: 15.03.2021.

The Wall Street Journal (2015), “Tesla Model S: The Future Is Here”, <https://www.wsj.com/articles/tesla-model-s-the-future-is-here-1428086202>, Erişim Tarihi: 13.04.2021

TOGG Farasis Press Release (2020), <https://www.togg.com.tr/Dosyalar/Press/togg-farasis-press-release.pdf>, Erişim Tarihi: 05.05.2021.

Toyota Motor Corporation (2003), “FAW and Toyota Established Joint Sales Company in China” <https://global.toyota/en/detail/216814>, Erişim Tarihi: 09.03.2021.

TÜRKAN, Ö. U. (2010), “Üretimde Yalın Dönüşümün Temel Performans Kriterleri” Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi Vol:12, No:2, s.28-41.

Türkiye Petrolleri Petrol Dağıtım A.Ş., “Güncel Akaryakıt Fiyatları”, <https://www.tppd.com.tr/tr/akaryakit-fiyatları?id=06>, Erişim Tarihi 16.04.2021.

University of Groningen (2019), “The World’s First Electric Car”, <https://www.rug.nl/university-museum/collections/collection-stories/wagentje-van-stratingh?lang=en>, Erişim Tarihi: 27.01.2021.

ÜNLÜ, N., Ş. KARAHAN, O. TÜR, H. UÇAROL, E. ÖZSU, A. YAZAR, L. TURHAN, F. AKGÜN ve M. TIRIS (2003), *Elektrikli Araçlar*, TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi Enerji Sistemleri ve Çevre Araştırma Enstitüsü, Kocaeli.

VAZ, C. R., T. R. SHOENINGER RAUEN ve A. G. ROJAS LEZANA (2017), “Sustainability and Innovation in the Automotive Sector: A Structured Content Analysis”, Federal University of Santa Catarina, Brezilya.

Visual Capitalist, <https://www.visualcapitalist.com/visualized-how-much-revenue-automakers-generate-every-second/>, Erişim Tarihi: 14.03.2021

VOGEL L. ve J. VOGEL (2018), “Automobile Sector and Competition Law: An Overview of EU and National Case Law”, F. Jenny ve N. Charbit (der.), *2018 Competition Case Law Digest* içinde, Paris, s.257-266.

Volkswagen AG (2021), “Company History”, <https://www.volkswagen-newsroom.com/en/history-3693>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

WHISH, R. ve D. BAILEY (2012), *Competition Law*, Oxford University Press, ABD.

YILMAZ ATİK, S. ve O. ÜNAL (2010), *Avrupa Birliği Otomotiv Sektöründe Yeni Rekabet Kuralları*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.

YILMAZ, E. (2016), “Türkiye Otomotiv Sanayinin Gelişimi ve İkinci El Otomobil Talep Fiyatının Belirleyicileri”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Osman Paşa Üniversitesi, Tokat.

YILMAZ, S., K. TAŞTAN, N. ECEK ve E. ÇINAR (2017), “Otomotiv Sektörünün Dünyadaki ve Türkiye’deki Değişimi”, Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, Vol:7 No:3, s.685-695.

AB ve Üye Ülkeler Mevzuatı

Guidelines on the applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements (2011/C 11/01).

Consolidated Version of The Treaty on The Functioning of The European Union (2012/c 326/47).

ABD Mevzuatı

Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors issued by the Federal Trade Commission and the U.S. Department of Justice (2010).

Türkiye Mevzuatı

07.12.1994 tarihli 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, RG 13.12.1994-22140.

23.02.1963 tarihli ve 11342 sayılı Motorlu Taşıtlar Vergisi Kanunu (5897 sayılı Kanun ile değişik hali).

19.1.2017 tarihli ve 17-03/35-RM(1) sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Grup Muafiyeti Tebliğini Açıklayıcı Kılavuz.

30.4.2013 tarihli 13-24/326-RM(6) sayılı Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz.

Kartellerin Ortaya Çıkarılması Amacıyla Aktif İşbirliği Yapılmasına Dair Yönetmelik, RG 15.02.2009-27142.

Rekabet Terimleri Sözlüğü, Gözden Geçirilmiş Altıncı Baskı, <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlugu/terimler-listesi?icerik=408437ac-097c-4da2-9da6-9bf66c24929f>, Erişim Tarihi: 05.05.2021.

2016/5 sayılı Araştırma ve Geliştirme Anlaşmalarına İlişkin Tebliğ, RG 16.02.2016-29655.

Rekabet Kurulu Kararları

01.08.2002 tarihli ve 02-46/562-228 sayılı karar.

01.06.2017 tarihli ve 17-18/269-115 sayılı karar.

26.09.2018 tarihli ve 18-34/566-279 sayılı karar.

- 28.02.2019 tarihli ve 19-10/115-46 sayılı karar.
18.04.2011 tarihli ve 11-24/464-139 sayılı karar.
15.04.2004 tarihli ve 04-26/287-65 sayılı karar.
14.07.2011 tarihli ve 11-43/916-285 sayılı karar.
09.07.2015 tarihli ve 15-29/428-124 sayılı karar.
20.09.2012 tarihli ve 12-44/1350-455 sayılı karar.
26.06.2013 tarihli ve 13-40/522-231 sayılı karar.
30.12.2020 tarihli ve 20-57/793-353 sayılı karar.
08.07.2005 tarihli ve 05-44/628-161 sayılı karar.
31.01.2013 tarihli ve 13-08/93-54 sayılı karar.
24.12.2015 tarihli ve 15-45/755-277 sayılı karar.
05.07.2018 tarihli ve 18-22/380-187 sayılı karar.
23.06.2016 tarihli ve 16-21/364-170 sayılı karar.
20.12.2018 tarihli ve 18-48/750-363 sayılı karar.
18.06.2020 tarihli ve 20-29/368-165 sayılı karar.
04.10.2012 tarihli ve 12-48/1419-479 sayılı karar.
23.05.2019 tarihli ve 19-19/272-119 sayılı karar.
24.10.2019 tarihli ve 19-36/542-222 sayılı karar.
21.01.2021 tarihli ve 21-04/49-20 sayılı karar.
06.02.2020 tarihli ve 20-08/78-45 sayılı karar.
26.09.2018 tarihli ve 18-34/566-279 sayılı karar.
24.07.2019 tarihli ve 19-26/396-183 karar.
30.12.2020 tarihli ve 20-57/794-354 sayılı karar.

Komisyon Kararları

- Case M.9730, FCA/PSA (2020).
Case IV/M.1204, Daimler-Benz/Chrysler, (1998).
COMP/M.6267, Volkswagen/Man, (2010).
Case M.8099, Nissan/Mitsubishi, (2016).

Case M.8449, Peugeot/Opel, (2017).

Case AT.40481, Occupant Safety Systems (II) supplied to the Volkswagen Group and the BMW Group, (2019).

Case COMP/39.125, Carglass, (2008).

Case M.9857, Volvo/Daimler/JV, (2021).

Case M.9572, BMW/Daimler/Ford/Porsche/Hyundai/Kia/Ionity, (2020).

Case M.9360, Daimler/Geely/JV, (2019).

Case COMP/37.889, Fiat SpA/General Motors Corporation, (2000).



Üniversiteler Mahallesi
1597. Cadde No: 9
06800 Bilkent - Çankaya /ANKARA
[http:// www.rekabet.gov.tr](http://www.rekabet.gov.tr)