

Rekabet Kurumu Başkanlığından;

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2012-3-84 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 12-38/1085-344
Karar Tarihi : 18.07.2012

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER: Osman Tan ÇATALCALI, Neyzar ÜNÜBOL

C. BAŞVURUDA

BULUNAN :- Ekseli Gıda Ltd. Şti.
Esentepe Mah. 13. Sk. No:23 Göynük Kemer / Antalya

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:

- Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş.
Esentepe Mah. Anadolu Cad. No:3 34870 Kartal / İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Efes Pazarlama ve Dağıtım Tic. A.Ş.'nin Antalya ili Kemer ilçesindeki her şey dahil otellere kapalı satış noktalarında elde ettiği geliri kullanarak yüksek indirim uyguladığı ve bu nedenle Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş. bayisinin bu noktalara satış yapamadığı iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle, Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. (EFPA)'nin kapalı satış noktalarında elde ettiği karlılığı kullanarak açık bira satışı yapılan otellere yüksek iskonto ve yatırım politikası uyguladığı ve bu durum nedeniyle Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş. (BİMPAŞ)'nin bayilerinin otellere satış yapamadığı iddia edilerek konu ile ilgili olarak inceleme yapılması talep edilmektedir
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 20.04.2012 tarih ve 3495 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 04.05.2012 tarih ve 2012-3-84/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu'nun görüşülmesi sonucunda önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (4) İlgili karar uyarınca düzenlenen 04.07.2012 tarih ve 2012-3-84/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (5) **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda özetle; dosya konusu iddialara ilişkin olarak soruşturma açılmasına gerek olmadığı ve şikâyetin reddinin gerektiği sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında İnceleme Yapılan Taraf: Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. (EFPA)

- (6) Anadolu Grubu'na bağlı bir şirket olan EFPA, Anadolu Efes Biracılık ve Malt San. A.Ş. (Anadolu Efes) tarafından üretilen biranın tüm Türkiye'deki dağıtım, pazarlama ve satışını yapan teşebbüstür. EFPA bu faaliyetini ürünlerinin dağıtımını üstlenen 205 bayi ve 28 distribütörle sürdürmektedir. Türkiye, Rusya, Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT), Güney Doğu Avrupa ve Ortadoğu ülkelerinde bira, malt ve alkolsüz içecek üretimi ve pazarlamasını yapan Anadolu Efes, iştirakleri ve bağlı ortaklıkları ile birlikte Efes İçecek Grubu'nu oluşturmaktadır. Ülkemizde 1969 yılında İstanbul ve İzmir'de üretime başlayan teşebbüs sektörün en büyük üreticisidir.
- (7) EFPA tarafından pazara sunulan ürünler, *Efes Pilsen, Efes Light, Efes Dark, Efes Dark Brown, Efes Xtra, Gusta, Gusta Dark, Mariachi, Mariachi Black, Marmara Gold, Marmara Kırmızı* ve lisanslı olarak üretilen *Miller Genuine Draft, Beck's ve Foster's* markalarıdır.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. Bira Pazarına İlişkin Bilgiler

- (8) Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK)'nın 2010 yılı faaliyet raporunda, 2010 yılında yurt içi piyasaya arz edilen bira üretiminin 920.120.326 lt, bira ithalatının 1.379.966 lt, bira ihracatının ise 107.733.311 lt olduğu bilgilerine yer verilmiştir. Diğer yandan Türkiye'de kişi başına düşen bira tüketiminin 2007 yılında 12,0 lt, 2008 yılında 12,9 lt, 2009 yılında 12,7 lt ve 2010 yılında 12,7 lt olduğu ancak bu miktarın, Avrupa Birliği'ne üye 27 üye ülkede 75,3 lt olduğu ifade edilmektedir¹.
- (9) Tablo 1 incelendiğinde, pazarın 2005'ten 2010'a %12,21 oranında büyüdüğü görülmektedir. Bu süre zarfında pazar lideri EFPA'nın satışları %18,9 artmış, Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş. (BİMPAŞ)'nin satışları ise %13,56 azalmıştır.

Tablo 1 – Bira Pazarındaki Toplam Satış Hacmi (lt)

Firmalar	2005 (1000 lt)	2006 (1000 lt)	2007 (1000 lt)	2008 (1000 lt)	2009 (1000 lt)	2010 (1000 lt)
EFPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİMPAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İthal	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	821.205	804.029	846.860	923.203	920.303	921.481

- (10) Bira pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin litre cinsinden pazar paylarına Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2 – Bira Pazarındaki Teşebbüslerin 2005-2010 Yılları Arasında Litre Bazında Pazar Payları (%)

Firmalar	2005 (%)	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)	2010 (%)	2011 (%)
EFPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİMPAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İthal	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

¹ <http://www.biramalt.com/images/EkonomikEtki.pdf>

12-38/1085-344

- (11) Yukarıdaki tablolardan da görülebileceği üzere, EFPA'nın pazar payı 2005 yılından sonra (.....)'ten (.....)'e artmış ve 2010'a kadar istikrarlı bir seyir izlemiştir. Buna paralel olarak en büyük rakibi olan BİMPAŞ'ın pazar payı ise (.....)'ten (.....)'ya gerilemiştir. Bu yıllar arasında diğer teşebbüslerin ve ithal biraların pazardaki payı ise (.....)'in altına inmiştir. Bununla birlikte, 2009 sonrasında BİMPAŞ'ın pazar payında yaklaşık (.....) oranında bir artış olduğu görülmektedir.
- (12) Biranın satış kanallarına bakıldığında; tüketiciler tarafından eğlenmek ve/veya iyi vakit geçirmek için gidilen ve biranın yanında müzik, eğlence, yemek vb. gibi başka hizmetlerin sunulduğu bar, lokanta gibi noktalara Açık Satış Noktaları (ASN); biranın kapalı bir kutuda ve perakende olarak satıldığı, market vb. gibi noktalara ise Kapalı Satış Noktaları (KSN) adı verilmektedir. 2005-2010 yılları arasındaki toplam bira satışının KSN ve ASN kanallarına göre dağılımına Tablo 3'te yer verilmiştir.

Tablo 3 – 2005-2010 Yılları Arasında Gerçekleşen Bira Satışlarının KSN ve ASN Kanallarına Göre Dağılımı

	2005 (%)	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)	2010 (%)
ASN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KSN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100	100	100	100	100	100

- (13) Bira satışının yaklaşık (.....) ASN'ler kanalıyla gerçekleşmektedir. Bira pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin satışlarının ne kadarının ASN kanalı vasıtasıyla gerçekleştiği bilgisine Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4 – 2005-2010 Yılları Arasında ASN'de Gerçekleşen Bira Satışlarının Teşebbüs Bazındaki Payı

	2005 (%)	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)	2010 (%)
EFPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİMPAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

- (14) Tablo 4'ten görüldüğü üzere, ASN'de satılan biranın çok büyük bir kısmı EFPA'ya aittir. Ancak EFPA'nın KSN'de pazar payı %(.....) ve en yakın rakibi BİMPAŞ'ın pazar payı %(.....) iken ASN'de EFPA'nın pazar payı %(.....) BİMPAŞ'ın pazar payı %(.....) düzeyindedir. Dolayısıyla EFPA'nın ASN'de pazar liderliği KSN'deki kadar kuvvetli değildir. EFPA'nın rakiplerinin ASN'de EFPA üzerinde KSN'ye göre daha fazla rekabetçi baskı oluşturduğu söylenebilir.
- (15) Diğer yandan ASN kanalı içinde "Herşey Dahil Otel" (HDO) olarak adlandırılabilir alt bir pazar mevcuttur. HDO'lar diğer ASN'lerden farklı olarak sundukları her bir hizmet veya ürün için ayrı bir fiyatlandırma yapmamaktadır. Diğer bir deyişle ASN'de tüketiciler, tükettikleri her bir ürün için ayrı ayrı ücretlendirilirken, HDO'da konaklayan tüketiciler konaklama süreleri boyunca HDO'da yaptıkları tüketim miktarından bağımsız olarak ücretlendirilmektedirler. Bu durum ise HDO'da konaklayan tüketicilerin değişik markalara olan talebini ve HDO'da sunulan ürünlerin alternatiflerini veya kendi tercihleri olan markaları isteme güdülerini azaltmaktadır. Sonuç olarak HDO'lar, konaklayan tüketicilere sundukları bütün hizmetler için tek bir fiyatlandırma yapmakta ve çoğunlukla tüketiciye marka tercihi sunmamakta, markadan ziyade fiyata göre alım kararı vermektedir. Marka gücünün görece önemli olmadığı bu alt pazarda yüksek miktarda alım yapmaları nedeni ile HDO'ların üreticiler karşısında oldukça güçlü bir konumda oldukları söylenebilir.
- (16) Nitekim söz konusu durum EFPA tarafından Kurumumuza gönderilen ve aynı grubun içinde yer alan HDO ile diğer otellere EFPA tarafından verilen iskonto oranlarının farklılaşmasından anlaşılmaktadır. EFPA'dan gelen bilgilere göre oluşturulan tabloya aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 5- Aynı Gruba Bağlı Değişik Otelere EFPA Tarafından Verilen İskontolar

Otel Grubu	Bulunduğu İl/ilçe	Çalışma Sistemi	Toplam Maliyetler		
			Fatura Altı İskonto (%)	Dönemsonu İskonto (%)	Nakit Hibe (TL)
HİLTON	Kayseri	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	Mersin	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	Muğla/Dalaman	Her şey Dahil	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	Kütahya	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	Muğla/Bodrum	Her şey Dahil	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	Mardin	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	İstanbul/Beşiktaş	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	İstanbul/Taksim	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	Ankara/Çankaya	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	Adana	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	İzmir/Alsancak	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	İstanbul/Maçka	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	İstanbul/Laleli	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	İstanbul/Kadıköy	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
HİLTON	İstanbul/Okmeydanı	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
LİMAK	İstanbul/Beykoz	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
LİMAK	Antalya/Kemer	Her şey Dahil	(.....)	(.....)	(.....)
LİMAK	Antalya/Kundu	Her şey Dahil	(.....)	(.....)	(.....)
LİMAK	Antalya/Serik	Her şey Dahil	(.....)	(.....)	(.....)
LİMAK	Antalya/Serik	Her şey Dahil	(.....)	(.....)	(.....)
LİMAK	Yalova	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
LİMAK	Ankara/Çankaya	Her şey Dahil	(.....)	(.....)	(.....)
SÜRMELİ	Aydın/Kuşadası	Her şey Dahil	(.....)	(.....)	(.....)
SÜRMELİ	Aydın/Kuşadası	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
SÜRMELİ	Anakara	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
SÜRMELİ	Adana	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
SÜRMELİ	İstanbul	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)
TİTANİK	Antalya/Kundu	Her şey Dahil	(.....)	(.....)	(.....)
TİTANİK	İstanbul/Kartal	Diğer	(.....)	(.....)	(.....)

(17) Yukarıdaki örnek tablodan da görüldüğü gibi, aynı grupta yer almasına rağmen HDO ile genellikle oda+kahvaltı hizmeti vermekte olan şehir içi otellerine verilen ıskonto ve diğer indirimler ciddi farklılıklar göstermektedir. Şöyle ki, Limak grubu içinde yer alan ve benzer yatırımlar yapılan HDO olan oteller % (.....) toplam ıskonto ve (.....) TL nakit hibe alırken, aynı grubun diğer şehir içi otellerinin ıskontosu % (.....) düzeyindedir.

(18) HDO pazarında faaliyet gösteren en büyük teşebbüslerin 2009-2011 yılları arasında gerçekleştirdikleri TL ve İt bazındaki satışları Tablo 6'da, yüzde bazındaki satışları ise Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 6- HDO Pazarında Faaliyet Gösteren En Büyük Teşebbüslerin 2009-2011 Yılları Arasındaki Satış Miktarları ve Satış Hacimleri

	2009 (İt)	2009 (TL)	2010 (İt)	2010 (TL)	2011 (İt)	2011 (TL)
EFPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİMPAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

12-38/1085-344

PERA ²	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 7- HDO Pazarında Faaliyet Gösteren En Büyük Teşebbüslerin 2009-2011 Yılları Arasındaki Satış Miktarları ve Satış Hacimlerinin Yüzdesel Dağılımı

(%)	2009(%) (lt)	2009(%) (TL)	2010 (lt)	2010 (TL)	2011 (lt)	2011 (TL)
EFPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİMPAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

- (19) Her ne kadar HDO pazarına ilişkin tam verilere ulaşılamamış olsa da, yukarıda yer verilen tablolardan görülebileceği üzere EFPA, ASN ve KSN pazarlarında olduğu gibi HDO pazarında da oldukça yüksek pazar payına sahiptir.
- (20) HDO pazarı 2011 yılında toplam bira pazarının (.....), ASN pazarının ise (.....)'sını oluşturmaktadır. Dolayısıyla HDO alt pazarının ASN pazarı içinde oldukça önemli bir yeri olduğu söylenebilir.

1.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (21) Bira içerdiği alkol oranı ve tüketiciler gözündeki değeri bakımından diğer alkollü içeceklerden ayrılmaktadır. Tüketici alışkanlıkları satın alınan noktaya göre değişmektedir.
- (22) ASN kanalında yer alan ve her şey dahil sistemiyle çalışan oteller HDO kanalını oluşturmaktadırlar. ASN'den alınan bira, KSN'den alınan biranın aksine, bu noktalarda sunulan müzik, eğlence, yemek vb. diğer hizmetler ile birlikte tüketilmektedir. Diğer yandan ASN'de satılan biranın fiyatı ile KSN'de satılan biranın fiyatı arasında önemli bir fark bulunmaktadır. ASN'ye giden tüketiciler verilen diğer hizmetlerle birlikte bira tüketmektedir. Bu nedenle ASN'de satılan biranın fiyatı KSN'ye göre daha yüksektir.
- (23) Diğer yandan HDO'da tüketiciler, diğer pazarlardan farklı olarak, tükettikleri bira ürünü için ayrıca ücretlendirilmemektedir. Bu durum ise bu noktalardaki tüketicilerin marka bağımlılığını azaltmak suretiyle HDO'ya üreticiler karşısında önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu nedenle HDO pazarındaki rekabet koşulları ASN ve KSN pazarlarından farklılaşmaktadır.
- (24) Yukarıda yer verilen açıklamalar ve şikayetçi tarafından yapılan başvurunun konusunun EFPA'nın HDO pazarındaki faaliyetleri olması nedeniyle ilgili ürün pazarının ASN pazarının bir alt pazarı olan "Her Şey Dahil Oteller" pazarı olarak tanımlanabilecek olmakla birlikte, ilgili ürün pazarı tanımı dosya bakımından yapılacak nihai değerlendirmeyi etkilemeyeceğinden daha dar bir pazar tanımına yer verilmeyip, geçmiş tarihli Kurul kararları ile paralel olarak ilgili ürün pazarı "Açık Bira Pazarı" olarak belirlenmiştir.

1.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (25) İlgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak saptanmıştır.

1.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

²Pera Pazarlama Dış Ticaret A.Ş. (PERA) tarafından gönderilen bilgilerde, satışlarını bayiler aracılığıyla gerçekleştirmeleri nedeniyle ürünlerinin KSN, ASN veya HDO kanallarından hangisinde satıldığını bilemediklerini ifade etmişlerdir. Ancak pazarı çok etkilememesi nedeniyle PERA tarafından satılan bira ürünlerinin hepsinin HDO pazarında olduğu varsayılmıştır.

12-38/1085-344

- (26) BİMPAŞ'ın bayiliğini yapan şikayetçi; Antalya'nın Kemer ilçesinde EFPA ile kapalı satış noktalarında rekabette zorlandıkları, ancak Rekabet Kurulunun EFPA'ya ilişkin son kararının ardından kapalı satış pazarında biraz rahatlatma imkanı buldukları ve EFPA'nın kapalı satış pazarında elde ettiği geliri otellere BİMPAŞ bayilerinin veremeyeceği düzeyde yüksek indirim ve yatırımlar sağlamakta kullandığı ifade edilmiştir.
- (27) Şikayetçi tarafından dile getirilen husus 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında değerlendirilebilecek bir husustur.
- (28) EFPA'nın bira ürünü için hem kapalı hem de açık bira pazarlarında hakim durumda olduğu daha önceki pek çok Kurul kararında tespit edilmiştir³. Diğer yandan 1.2.1. nolu bölümde de yer verildiği üzere, EFPA'nın açık ve kapalı bira pazar payını bir alt pazar olan HDO'da da sürdürdüğü görülmektedir.

1.3.1.EFPA'nın Hakim Durumunu Kötüye Kullanıp Kullanmadığının Değerlendirilmesi

- (29) Şikayetçi tarafından yapılan başvuruda biranın her bir alkol derecesi için 53 Krş. artı KDV bedeli özel tüketim vergisi (ÖTV) ödendiği, alkol derecesi beş olan elli litre fıçı birada ÖTV tutarının 132,50 TL olduğu, elli litrelik fıçı biranın mevcut fiyatı 228,81 TL iken EFPA'nın otellere yönelik %40 indirim uyguladığı ve 137-140 TL gibi fiyatlar ile elli litrelik fıçı bira sattığı iddia edilmektedir. BİMPAŞ bayisi olarak sadece ÖTV'si 132,50 TL olan bir ürünün EFPA ile aynı fiyata satılmasının mümkün olmadığı ve dolayısıyla otellere ürün satışı yapılamadığı da şikayet başvurusunda belirtilmiştir. Şikayetçi EFPA'nın bu indirim politikasını kapalı satış noktalarında elde ettiği geliri kullanarak gerçekleştirdiğini ve bu şekilde otellerin BİMPAŞ bayisinden ürün almasını engellediğini ifade etmektedir.
- (30) Şikayetçi tarafından daha sonra konuya ilişkin gönderilen 11.06.2012 tarihli e-postada ise
- 2012 yılında EFPA'nın iskontolarını çok yükselttiği,
 - Iskontolarını yükselterek ÖTV'ye yakın fiyatlarla tüm otellere teklif verdiğini,
 - Bu nedenle 10 otelden oluşan Larissa Otelleri'ni (Tim-tur Turizm), Greenwood Hotel'i (Ceylan Turizm), The Maxsim Hotel'i (İntourist Turizm), 18 otelden oluşan Suntopia'yu (TUI), Zen Phaselis'i (Zen Turizm) verdiği yüksek teklifler nedeniyle kaybettiği,
 - EFPA'nın ürünlerinin bu otellerde tek firma olarak satıldığı,
 - Diğer yanda EFPA'nın halihazırda çalıştığı Larissa Otelleri, Gülsan Grup (Klikya Palace, Ellyse Beach), Grand Haber Otel, Rixos Otelleri, Martı Myra, Tekirova Corinthia, Büyükşahin Turizm (Queens Park Tekirova ve Göynük) gibi otellerde de aynı taktiği uygulayarak bu otellere verdiği iskontoları yükselttiği, ifade edilmiştir.
- (31) Bu noktada EFPA'nın şikayette ifade edildiği üzere HDO'ya maliyetin altında fiyattan mal satmak suretiyle hakim durumunu kötüye kullanıp kullanmadığının rekabet hukuku literatüründeki yerinin ve yapılacak tespitte nasıl bir yol izlenmesi gerektiğinin ifade edilmesinde yarar bulunmaktadır.

1.3.2. Rekabet Hukukunda Çok Düşük Fiyatlandırma

- (32) Belirli bir piyasada hakim durumda olan bir teşebbüsün rakiplerini dışlayıcı faaliyetlerde bulunması durumunda, bu teşebbüsün hakim durumunu kötüye kullanmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğinden bahsedilebilecektir. Dosyaya konu olayda da EFPA'nın Antalya ili Kemer ilçesinde faaliyet gösteren otellere maliyetinin altında teklif

³ Örneğin 22.4.2005 tarih, 05-27/317-80 sayılı, 10.4.2008 tarih, 08-28/321-105 sayılı kararlar.

12-38/1085-344

vermek suretiyle rakibini piyasa dışına çıkartmaya çalıştığı iddia edilmektedir. Bu bağlamda EFPA'nın şikayete konu eylemlerinin yıkıcı fiyat kavramı kapsamında olup olmadığı değerlendirilmiştir.

- (33) Dışlayıcı nitelikteki kötüye kullanma hallerinden biri olarak kabul edilen yıkıcı fiyatlama; teşebbüsün, mevcut veya potansiyel rakiplerini pazar dışına çıkarabilmek ve özellikle disipline etmek gibi amaçlarla, belirli bir dönemde maliyetinin altında satış fiyatı saptayarak zarar etmeyi kabul ettiği rekabet karşıtı bir fiyatlama sistemidir. Rekebet hukukunda, teşebbüsün yıkıcı fiyatlama yaparak belirli bir dönem için zarara katlanmasının, ancak bu davranışı sonucunda pazardaki konumunu devam ettirmeyi ya da daha fazla pazar gücü elde etmeyi tasarladığı zaman rasyonel/kârlı bir sisteme dönüştüğü kabul edilmektedir.
- (34) Yıkıcı fiyatlandırma, hâkim durumdaki teşebbüsün rakiplerini pazar dışında bırakmak amacıyla bilinçli olarak fiyatlarını maliyetin altında tutması şeklinde gerçekleşir. Rakipler pazardan dışlandıktan sonra hâkim durumdaki teşebbüs fiyatlarını artırarak yüksek kar elde edebilecek ve böylece yıkıcı fiyatlama yaptığı dönemdeki zararını telafi edebilecektir.
- (35) Bir eylemin yıkıcı fiyatlandırma olarak nitelendirilebilmesi için dört unsurun varlığı aranmaktadır. Bu unsurlar;
- eylemi gerçekleştiren teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda bulunması,
 - teşebbüsün söz konusu ürünü/ürünleri maliyetin altında fiyatlandırarak satması,
 - bu fiyatlandırma politikasının piyasadaki diğer teşebbüsleri piyasa dışına çıkarma amacı taşıması ya da piyasada bu tür bir etki yaratması ve uzun süreli olması,
 - rakipler piyasa dışına itildikten sonra ise fiyatın artırılmasıyla normalüstü kâr ve dolayısıyla söz konusu zararı telafi etme imkanı sağlayacak olan pazara giriş engellerinin mevcudiyeti şeklinde sıralanabilir.
- (36) Kurul geçmiş kararlarında⁴, teoride yer aldığı şekilde, yıkıcı fiyatlamamanın unsurlarının hakim durum, olağandışı düşük fiyat, niyet ve hasat olduğunu ifade etmiştir.
- (37) Şikâyetçi ayrıca EFPA'nın hâkim durumda olduğu kapalı bira pazarında elde ettiği geliri kullanarak diğer bir deyişle çapraz sübvansiyon yaparak, açık bira pazarında yer alan HDO'lara çok düşük fiyat verdiğini iddia etmektedir.
- (38) Çapraz sübvansiyon genel olarak birden çok pazarda faaliyet gösteren bir teşebbüsün bir pazardan elde ettiği kaynak ile diğer pazardaki faaliyetini finanse etmesi olarak tanımlanabilir. Çapraz sübvansiyon tek başına hakim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmemekte ancak yıkıcı fiyat, seçici fiyat gibi fiyatlamaya ilişkin kötüye kullanma hallerini kolaylaştıran bir uygulama olarak ele alınmaktadır.

I.3.3. EFPA'nın Uygulamalarının Değerlendirilmesi

- (39) Şikâyetin değerlendirilebilmesi için EFPA'nın genel merkezinde raportörlerce yapılan yerinde incelemede; EFPA'nın merkezinden gerek EFPA bayilerine gerekse de EFPA için çalışanlara, şikayette ifade edildiği üzere, BİMPAŞ'ı piyasa dışına çıkartmak için HDO'ya maliyet altı satış yapılmasına yönelik herhangi bir yönlendirme yapıldığına ilişkin bir bulguya rastlanmamıştır. Dolayısıyla EFPA'nın HDO'lara maliyet altı satış yaparak rakipleri söz konusu pazardan dışlama gibi bir amacı olduğu tespit edilememiştir.

⁴ 1.5.2003 tarih ve 03-28/347-147 sayılı Karar; 26.01.2012 tarih ve 12-03/96-35 sayılı Karar; 17.06.2010 tarih ve 10-44/772-254 sayılı Karar

- (40) Diğer yandan Şikayete konu iddiaların daha iyi değerlendirilebilmesi için hem EFPA'dan hem de BİMPAŞ'tan HDO kanalına ilişkin fiyatları ve maliyet yapıları istenmiŐtir. Bu bilgilere ek olarak, örnek teŐkil etmesi açısından, aynı bilgiler EFPA ve BİMPAŞ'ın Antalya ilinin Kemer ilçesinde çalıştığı HDO bazında da istenmiŐtir.
- (41) Ayrıca, EFPA ve BİMPAŞ'tan HDO kanalındaki ortalama toplam maliyet (OTM) ve ortalama değişken maliyet (ODM) verileri istenmiŐtir.
- (42) EFPA'nın hem tüm Türkiye hem de Antalya ili Kemer ilçesindeki HDO kanalındaki 2009, 2010, 2011 ve 2012 (Ocak-Nisan) tarihleri arasındaki satışları ve maliyetleri ile BİMPAŞ'ın hem tüm Türkiye hem de Antalya ili Kemer ilçesindeki HDO kanalındaki 2010, 2011 ve 2012 (Ocak-Mart) tarihleri⁵ arasındaki satışları ve maliyetlerine aŐaęıdaki tablolarda yer verilmektedir.

⁵ Bimpaş'tan gelen yazıda 2009 yılına ilişkin verilerin muhasebe sistemlerinin deęiŐmesi nedeniyle kendilerine tanınan zamanda söz konusu verilerin hazırlanamadığı ifade edilmiştir.

12-38/1085-344

Tablo 8- EFPA'nın 2009-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Nisan Arasındaki Dönemde Türkiye'de Faaliyet Gösteren Bütün Herşey Dahil Otel(HDO)lere Gerçekleştirdiği Satışlar ve Maliyetler

Dönem	Satış Miktarı (lt)	Satış Tutarı (TL)	Maliyetler (TL)								Kar Marjı (%)
			İskontolar			TOPLAM (TL)	ÖTV (TL)	Sabit Maliyetler (TL)	Değişken Maliyetler (TL)	Toplam Maliyet	
			Fatura Altı İskonto (TL)	Dönem Sonu İskonto (TL)	Mal Hibesi (TL)						
2009	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2012 (Ocak-Nisan)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 9- EFPA'nın 2009-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Nisan Arasındaki Dönemde HDO Pazarındaki Ortalama Toplam Maliyeti(OTM), Ortalama Değişken Maliyeti(ODM), Ortalama Satış Fiyatı(OSF) ve Birim Kar Marjı(BKM)⁶

Dönem	OTM (TL/lt)	ODM (TL/lt)	OSF (TL/lt)	BKM (%)
2009	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2012 (Ocak-Nisan)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 10- BİMPAŞ'ın 2010-2012 (Ocak-Mart) Arasındaki Dönemde Türkiye'de Faaliyet Gösteren Bütün HDO'lara Gerçekleştirdiği Satışlar ve Bu Satışlara İlişkin Maliyetler

DÖNEM	Satış Miktarı (lt)	Satış Tutarı (TL)	Maliyetler (TL)				Toplam Maliyet	Kar Marjı (%)
			İskontolar		Üretim, Dağıtım vs. Maliyetler			
			BİMPAŞ'ın Payı	Bayilerin Payı	Toplam Sabit Maliyetler	Toplam Değişken Maliyetler		
2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	
2012 (Ocak-Mart)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	

Tablo 11- BİMPAŞ'ın 2010-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Mart Arasındaki Dönemde HDO Pazarındaki Ortalama Toplam Maliyeti(OTM), Ortalama Değişken Maliyeti(ODM), Ortalama Satış Fiyatı(OSF) ve Birim Kar Marjı(BKM)

DÖNEM	OTM (TL/lt)	ODM (TL/lt)	OSF (TL/lt)	BKM (%)
2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2012 (Ocak-Mart)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

⁶ Birim Kar Marjı, OSF ve OTM arasındaki farkın OSF'ye bölünmesiyle hesaplanmıştır.

12-38/1085-344

Tablo 12- EFPA'nın 2009-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Nisan Arasındaki Dönemde Antalya İli Kemer İlçesindeki HDO Pazarındaki Satış Hacimleri ve Maliyetleri

YIL	Satış Miktarı (lt.)	Satış Tutarı (TL)	İskontolar (TL)				Maliyetler (TL)				Kar Marjı(%)
			Fatura Altı İskonto	Dönem Sonu İskonto	Mal Hibesi	TOPLAM	ÖTV	Sabit Maliyetler	Değişken Maliyetler	Toplam Maliyet	
2009	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2012 (Ocak-Nisan)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 13- EFPA'nın 2009-2012 Yıllarının Ocak-Nisan Arasındaki Dönemde Antalya İli Kemer İlçesindeki HDO Pazarındaki Satış Hacimleri ve Maliyetleri

YIL	Satış Miktarı (lt.)	Satış Tutarı (TL)	Maliyetler (TL)								Kar Marjı(%)
			İskontolar				ÖTV	Sabit Maliyetler	Değişken Maliyetler	Toplam Maliyet	
			Fatura Altı İskonto	Dönem Sonu İskonto	Mal Hibesi	TOPLAM					
2009	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2012 (Ocak-Nisan)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 14- EFPA'nın 2009-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Nisan Arasındaki Dönemde Antalya ili Kemer İlçesindeki HDO Pazarındaki Ortalama Toplam Maliyeti(OTM), Ortalama Değişken Maliyeti(ODM), Ortalama Satış Fiyatı(OSF) ve Birim Kar Marjı(BKM)

	OTM (TL/lt)	ODM (TL/lt)	OSF (TL/lt)	BKM (%)
2009	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2012 (Ocak-Nisan)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 15- EFPA'nın 2009-2012 Yıllarının Ocak-Nisan Arasındaki Dönemde Antalya ili Kemer İlçesindeki HDO Pazarındaki Ortalama Toplam Maliyeti(OTM), Ortalama Değişken Maliyeti(ODM), Ortalama Satış Fiyatı(OSF) ve Birim Kar Marjı(BKM)

	OTM (TL/lt)	ODM (TL/lt)	OSF (TL/lt)	BKM (%)
2009	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2012	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

12-38/1085-344

Tablo 16- BİMPAŞ'ın 2010-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Mart Arasındaki Dönemde Antalya ili Kemer HDO Pazarındaki Satış Hacmi ve Maliyetleri

	Satış Miktarı (lt)	Satış Tutarı (TL)	Maliyetler (TL)					Kar Marjı (%)	
			ÖTV	İskontolar		Üretim, Dağıtım vs. Maliyetler			Toplam Maliyet
				BİMPAŞ'ın Payı	Bayilerin Payı	Toplam Sabit Maliyetler	Toplam Değişken Maliyetler		
2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2012 (Ocak-Mart)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 17- BİMPAŞ'ın 2009-2012 Yılları Arasındaki Dönemde Antalya ili Kemer İlçesindeki HDO Pazarındaki Ortalama Toplam Maliyeti(OTM), Ortalama Değişken Maliyeti(ODM), Ortalama Satış Fiyatı(OSF) ve Birim Karı (BK)

	OTM (TL/lt)	ODM (TL/lt)	OSF (TL/lt)	BK (TL/lt) (%)
2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2012 (Ocak-Mart)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

12-38/1085-344

- (43) Tablo 8'de EFPA'nın HDO'lara yaptığı satışların miktarı, tutarı, maliyetleri ve kar marjı görülmektedir. 2009-2012 arasındaki dönemde EFPA'nın toplam HDO pazarı içinde kar marjının pozitif olduğu anlaşılmaktadır.
- (44) Tablo 9'da ise EFPA'nın HDO pazarına yaptığı satışlar bakımından ortalama toplam maliyeti, ortalama değişken maliyeti, ortalama satış fiyatı ve birim kar marjı görülmektedir. Yıkıcı fiyatlandırmanın unsurlarından biri olan maliyet altı fiyatlandırma bakımından ortalama değişken maliyet bir ölçüt olarak kullanılmaktadır. EFPA'nın yıkıcı fiyat uyguladığı iddia edilen HDO alt pazarı bakımından ortalama satış fiyatının 2009-2012 dönemi içinde ortalama değişken maliyetin ya da ortalama toplam maliyetin altına inmediği anlaşılmaktadır.
- (45) Aynı veriler EFPA'nın en yakın rakibi olan BİMPAŞ için değerlendirildiğinde Tablo 10'da görüldüğü gibi BİMPAŞ'ın HDO alt pazarında kar marjının negatif olduğu ve Tablo 11'de görüldüğü gibi BİMPAŞ'ın ortalama satış fiyatının ortalama toplam maliyetinden düşük, ortalama değişken maliyetinden ise yüksek olduğu değerlendirilmektedir.
- (46) Toplam HDO satışları bakımından EFPA'nın ortalama satış fiyatı ortalama değişken maliyetinin üzerinde seyrettiği, şikayet konusu olan Antalya ili Kemer ilçesinde ise farklı bir uygulama olup olmadığı incelenmiştir. Tablo 12'de EFPA'nın Kemer ilçesi için HDO alt pazarındaki satış, maliyet ve kar verileri yer almaktadır. Tablodan, EFPA'nın Kemer ilçesi bakımından pozitif karlılıkla çalıştığı görülmektedir.
- (47) Tablo 12'de EFPA'nın Kemer ilçesindeki HDO'lara yaptığı satışlar bakımından 2012 yılı kar marjının diğer yıllara kıyasla azaldığı dikkat çekmektedir. 2012 yılı için Ocak-Nisan ayları arasında gerçekleşen satış verisi ile 2009-2011 yıllarının aynı dönemdeki karlılık karşılaştırılmıştır. Aynı dönem karşılaştırıldığında 2012 yılında kar marjında bir azalma olmadığı Tablo 13'te görülmektedir. Söz konusu farklılığın HDO'lara verilen iskontoların toplam satışa oranının Ocak-Nisan aylarında satışların arttığı yaz dönemine kıyasla daha yüksek olmasından kaynaklandığı kanaatine ulaşılmıştır. HDO'lara yapılan yatırımların büyük kısmının yaz sezonu öncesinde gerçekleştirilmesinin Ocak-Nisan arasındaki dönem için birim maliyetlerin yıllık birim maliyetlere göre daha fazla gerçekleşmesine yol açmaktadır. Nitekim 2012 yılında EFPA'nın HDO alt pazarında karlılığında azalma görülmemektedir.
- (48) Kemer ilçesindeki HDO'lara yapılan satışlar bakımından BİMPAŞ'ın satış, maliyet ve karlılık verilerine Tablo 16'da yer verilmiştir. Ayrıca ortalama BİMPAŞ'ın toplam maliyet, ortalama değişken maliyet, ortalama satış fiyatı ve birim karı hesaplanmış ve Tablo 17'de gösterilmiştir.
- (49) Aşağıda yer verilen Tablo 18, 19, 20 ve 21'de ise öncelikle EFPA'nın ve ardından BİMPAŞ'ın HDO alt pazarında ve ayrıca Kemer ilçesindeki HDO'lara yaptığı satışlar bakımından birim maliyeti, maliyet kalemleri ve bu maliyetin değişken mi yoksa sabit maliyet olarak mı alındığı bilgisi yer almaktadır. Söz konusu veriler, değerlendirmede önemli yeri olan ortalama değişken maliyetin ne şekilde hesaplandığını göstermesi bakımından önem taşımaktadır. Bu tabloların incelenmesinden EFPA'nın hem HDO alt pazarında hem de sadece Kemer ilçesindeki HDO'larda ortalama değişken maliyetin üzerinde satış yaptığı görülmektedir.

12-38/1085-344

Tablo 18- EFPA'nın 2009-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Nisan Arasındaki Dönemde HDO'lara Gerçekleştirdiği Satışların Birim Maliyetleri

	Maliyet Türü Sabit(S)/ Değişken(D)	Litre Başına (TL/lt)			
		2009	2010	2011	2012/Nisan
Toplam Otel Satışları (lt)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Brüt Satışlar Fiyatı		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış İskontoları (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Net Satış Fiyatları		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama Ötv (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Net Satışlar		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satışların Maliyeti (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Hammadde ve Malzeme Giderleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer Üretim Giderleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İşçilik (Fazla Mesai)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İşçilik (Normal Mesai)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Amortisman	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Brüt satış karı veya zararı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Faaliyet Giderleri (-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Yönetim giderleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Amortisman	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Fıçı Bakım	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Reklam Giderleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış Teşvik Primleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Standart Bayi Satış Destek Primi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer Sabit Nitelikteki Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bayi Mal Alış İskontosu	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Fabrikadan Bayiye Nakliye Gideri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Faaliyet Karı veya Zararı		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÖTV Hariç Sabit Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÖTV Dahil Toplam Sabit Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Otel Bazında Verilen İskonto Hariç Değişken Maliyetler (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Değişken Maliyetler (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÖTV ve Otel Bazında Verilen İskonto Hariç Toplam Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 19- BİMPAŞ'ın 2010-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Mart Arasındaki Dönemde HDO'lara Gerçekleştirdiği Satışların Birim Maliyetleri

	Maliyet Türü Sabit(S)/ Değişken(D)	Litre Başına (TL/lt)		
		2010	2011	2012/Nisan
Toplam Otel Satışları (lt)		(.....)	(.....)	(.....)
Brüt Satışlar Fiyatı		(.....)	(.....)	(.....)
Satış İskontoları (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Net Satış Fiyatları		(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama ÖTV (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Net Satışlar		(.....)	(.....)	(.....)
Satışların Maliyetleri (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Hammadde ve Malzeme Giderleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer Üretim Giderleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İşçilik (Normal Mesai) (-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Amortisman(SMM) (-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Brüt Satış Karı veya Zararı		(.....)	(.....)	(.....)
Faaliyet Giderleri (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Yönetim Giderleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

12-38/1085-344

	Maliyet Türü Sabit(S)/ Değişken(D)	Litre Başına (TL/lt)		
		2010	2011	2012/Nisan
Amortisman(Diğer) (-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Fıçı Bakım(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Reklam Giderleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış Teşvik Primleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bayi Satış Destek Primi(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer Sabit Nitelikteki Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bayi Mal Alış İskontosu(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Fabrikadan Bayiye Nakliye Gideri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Faaliyet Karı veya Zararı(-)		(.....)	(.....)	(.....)
ÖTV Hariç Sabit Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)
ÖTV Dahil Toplam Sabit Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Otel Bazında Verilen İskonto Hariç Değişken Maliyetler (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Değişken Maliyetler (-)		(.....)	(.....)	(.....)
ÖTV ve Otel Bazında Verilen İskonto Hariç Toplam Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 20- EFPA'nın 2009-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Nisan Arasındaki Dönemde Antalya İli Kemer İlçesindeki HDO'lara Gerçekleştirdiği Satışların Birim Maliyetleri

	Maliyet Türü Sabit(S)/ Değişken(D)	Litre Başına (TL/lt)			
		2009	2010	2011	2012/Nisan
Toplam Satışlar (lt)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Brüt Satış Fiyatı		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış İskontoları(-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Net Satış Fiyatları		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama ÖTV (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Net Satışlar		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satışların Maliyeti (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Hammadde ve Malzeme Giderleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer Üretim Giderleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İşçilik (Fazla Mesai)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İşçilik (Normal Mesai)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Amortisman	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Brüt Satış Karı veya Zararı		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Faaliyet Giderleri (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Yönetim giderleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Amortisman	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Fıçı Bakım	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Reklam Giderleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış Teşvik Primleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Standart Bayi Satış Destek Primi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer Sabit Nitelikteki Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bayi Mal Alış İskontosu	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Fabrikadan Bayiye Nakliye Gideri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Faaliyet Karı veya Zararı		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ötv Hariç Sabit Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ötv Dahil Toplam Sabit Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Otel Bazında Verilen İskonto Hariç Değişken Maliyetler (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Değişken Maliyetler (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Litre Başına (TL/lt)			
		2009	2010	2011	2012/Nisan
Ötv ve Otel Bazında Verilen İskonto Hariç Toplam Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

12-38/1085-344

Toplam Maliyet (-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
--------------------	---------	---------	---------	---------

Tablo 21- BİMPAŞ'ın 2010-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Mart Arasındaki Dönemde Antalya İli Kemer İlçesindeki HDO'lara Gerçekleştirdiği Satışların Birim Maliyetleri

	Maliyet Türü Sabit(S)/ Değişken(D)	TL		
		2010	2011	2012/Mart
Toplam Otel Satışları (İt)		(.....)	(.....)	(.....)
Brüt Satışlar Fiyatı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış İskontoları (-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Net Satış Fiyatları	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama ÖTV (-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Net Satışlar	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satışların Maliyetleri (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Hammadde ve Malzeme Giderleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer Üretim Giderleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İşçilik (Fazla Mesai)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İşçilik (Normal Mesai) (-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Amortisman(SMM) (-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Brüt Satış Karı veya Zararı		(.....)	(.....)	(.....)
Faaliyet Giderleri (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Yönetim Giderleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Amortisman(Diğer) (-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Fıçı Bakım(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Reklam Giderleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış Teşvik Primleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bayi Satış Destek Primi(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer Sabit Nitelikteki Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bayi Mal Alış İskontosu(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Fabrikadan Bayiye Nakliye Gideri(-)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Faaliyet Karı veya Zararı		(.....)	(.....)	(.....)
ÖTV hariç Sabit Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)
ÖTV Dahil Toplam Sabit Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Otel Bazında Verilen İskonto Hariç Değişken Maliyetler (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Değişken Maliyetler (-)		(.....)	(.....)	(.....)
ÖTV ve Otel Bazında Verilen İskonto Hariç Toplam Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Maliyet (-)		(.....)	(.....)	(.....)

- (50) EFPA'nın ortalama satış fiyatı ortalama değişken maliyetin üzerinde olmakla birlikte, bazı HDO'lara ortalama toplam maliyetin ya da ortalama değişken maliyetin altında satış yapıldığı görülmektedir. EFPA'nın ortalama toplam maliyetinin altında satış yaptığı HDO sayısının 2009 yılından itibaren artış içinde olduğu, söz konusu HDO'lara hem litre bazında hem de ciro bazında yaptığı satışların bütün HDO'lara yaptığı satışlara oranının da arttığı ve ortalama değişken maliyetin de paralel bir artış gösterdiği görülmektedir.
- (51) Aşağıda yer alan Tablo 22, 23, 24 ve 25'te EFPA ve BİMPAŞ'ın incelenen dönemdeki ortalama toplam maliyetin ve ortalama değişken maliyetin altında satış yaptığı noktaların oranı, maliyet altı satışların toplam satışlara oranı ve bu maliyet ölçütlerine göre karlılık düzeyleri gösterilmektedir. Her ne kadar EFPA'nın toplamda maliyetinin altına satış yapmadığı görülse de HDO'lar özelinde şikayette iddia edildiği gibi bir uygulama olup olmadığının tespiti amacıyla hem Türkiye hem de Antalya ili Kemer ilçesinde HDO bazında gerçekleştirdiği satışların incelenmesinde yarar bulunmaktadır.

Tablo 22- EFPA'nın 2009-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Nisan Arasındaki Dönemde Tüm Türkiye'deki HDO'lara Gerçekleştirdiği Satışlara İlişkin Özet Bilgiler

		2009	2010	2011	2012 (Ocak- Nisan)
Ortalama Toplam Maliyet(OTM)	OTM'nin Altına Satış Yapılan Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTM'nin Altına Yapılan Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam OTM Altı (Zararına) Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam OTM Üstü (Karına) Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTM'ye Göre Kar	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama Değişken Maliyet(ODM)	ODM'nin Altına Satış Yapılan Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ODM'nin Altına Yapılan Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam ODM Altı Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam ODM Üstü Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ODM'ye Göre Kar (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 23- EFPA'nın 2009-2011 Yılları Arasındaki Dönemde Antalya İli Kemer İlçesindeki HDO'lara Gerçekleştirdiği Satışlara İlişkin Özet Bilgiler

		2009	2010	2011
Ortalama Toplam Maliyet(OTM)	OTM'nin Altına Satış Yapılan Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTM'nin Altına Yapılan Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam OTM Altı (Zararına) Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam OTM Üstü (Karına) Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTM'ye Göre Kar	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama Değişken Maliyet(ODM)	ODM'nin Altına Satış Yapılan Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)
	ODM'nin Altına Yapılan Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam ODM Altı Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam ODM Üstü Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
	ODM'ye Göre Kar (TL)	(.....)	(.....)	(.....)

(52) Tablo 23'ten EFPA'nın OTM'nin altında satış yaptığı Antalya ili Kemer ilçesindeki HDO sayısının bu bölgede satış yaptığı toplam HDO sayısına oranının tüm Türkiye genelinde OTM'nin altında satış yaptığı HDO'lara oranından düşük olduğu, ülke geneline benzer şekilde bu oranın 2009 yılından itibaren arttığı, benzer hususların litre bazında yapılan satışlar ile ODM için de geçerli olduğu ve bu bölgede gerçekleştirdiği satışlardan zarar etmediği görülmektedir.

(53)

12-38/1085-344

Tablo 24- EFPA'nın 2009-2012 Yıllarının Ocak-Nisan Döneminde Antalya İli Kemer İlçesindeki HDO'lara Gerçekleştirdiği Satışlara İlişkin Özet Bilgiler

		2009	2010	2011	2012
Ortalama Toplam Maliyet(OTM)	OTM'nin Altına Satış Yapılan Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTM'nin Altına Yapılan Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam OTM Altı (Zararına) Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam OTM Üstü (Karına) Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTM'ye göre Kar	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama Değişken Maliyet(ODM)	ODM'nin Altına Satış Yapılan Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ODM'nin Altına Yapılan Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam ODM Altı Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam ODM Üstü Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ODM'ye göre Kar (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 25- BİMPAŞ'ın 2010-2011 Yılları ile 2012 Yılı'nın Ocak-Mart Döneminde Antalya İli Kemer İlçesindeki HDO'lara Gerçekleştirdiği Satışlara İlişkin Özet Bilgiler

		2010	2011	2012 (Ocak-Mart)
Ortalama Toplam Maliyet(OTM)	OTM'nin Altına Satış Yapılan Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTM'nin Altına Yapılan Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam OTM Altı (Zararına) Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam OTM Üstü (Karına) Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
	OTM'ye göre Kar	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama Değişken Maliyet(ODM)	ODM'nin Altına Satış Yapılan Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Nokta Sayısı (Adet)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)
	ODM'nin Altına Yapılan Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Satış (lt)	(.....)	(.....)	(.....)
	Oran (%)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam ODM Altı Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam ODM Üstü Satış (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
	ODM'ye göre Kar (TL)	(.....)	(.....)	(.....)

- (54) BİMPAŞ'ın Antalya ili Kemer ilçesindeki HDO'lara gerçekleştirdiği satışların HDO bazında özetlendiği Tablo 25'ten, BİMPAŞ'ın OTM'nin altında satış yaptığı HDO'lara yapılan litre bazındaki toplam satışların bu bölgedeki bütün HDO'lara yaptığı litre bazındaki satışlara oranının 2009 yılında (.....), 2011 yılında %(.....)'i ve 2012 yılının Ocak-Mart arasındaki dönemde ise %(.....) olduğu ve aynı oranın ODM için 2009 yılında %(.....), 2011 yılında %(.....) ve 2012 yılının Ocak-Mart arasındaki dönem için %(.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir.
- (55) Söz konusu yıllara ilişkin EFPA ile BİMPAŞ'ın ortalama toplam maliyet, ortalama değişken maliyet, ortalama satış fiyatı ve birim kar karşılaştırılmasına Tablo 26'da yer verilmiştir.

12-38/1085-344

Tablo 26- EFPA ve BİMPAŞ'ın 2010-2012 Yılları arasında HDO'lara Gerçekleştirdikleri Satışlara İlişkin Ortalama Toplam Maliyeti(OTM), Ortalama Değişken Maliyeti(ODM), Ortalama Satış Fiyatı(OSF) ve Birim Kar Marjı(BKM)

EFPA		OTM (TL/lt)	ODM (TL/lt)	OSF (TL/lt)	BKM(%)
	2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	
2012 (Ocak-Nisan)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	
BİMPAŞ		OTM (TL/lt)	ODM (TL/lt)	OSF (TL/lt)	BKM(%)
	2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	
2012 (Ocak-Mart)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	

(56)

(TİCARİ SIR)

(57) Tablo 26 çerçevesinde ulaşılabilecek bir diğer sonuç ise şikayete konu olan EFPA'nın 2010-2012 yılları arasında ortalama toplam maliyetinin altına satış yapmadığıdır.

(58)

(TİCARİ SIR)

(59) EFPA ve BİMPAŞ'ın Antalya ili Kemer bazındaki ortalama toplam maliyeti(OTM), ortalama değişken maliyeti(ODM), ortalama satış fiyatı(OSF) ve birim kar marjı(BKM) Tablo 27'de özetlenmiştir.

Tablo 27- EFPA ve BİMPAŞ'ın 2010-2012 Yılları arasında Antalya İli Kemer İlçesindeki HDO'lara Gerçekleştirdikleri Satışlara İlişkin Ortalama Toplam Maliyeti(OTM), Ortalama Değişken Maliyeti(ODM), Ortalama Satış Fiyatı(OSF) ve Birim Kar Marjı(BKM)

EFPA		OTM (TL/lt)	ODM (TL/lt)	OSF (TL/lt)	BKM(%)
	2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	
2012 (Ocak-Nisan)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	
BİMPAŞ		OTM (TL/lt)	ODM (TL/lt)	OSF (TL/lt)	BKM(%)
	2010	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	
2012 (Ocak-Mart)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	

(60)

(TİCARİ SIR)

(61) Diğer yandan şikayetçi tarafından yapılan başvuruda EFPA'nın maliyetinin altına satış yaptığı oteller Larissa Otelleri, Gülsan Grup (Kilikya Palace, Ellyse Beach), Grand Haber Otel, Rixos Otelleri, Martı Myra, Tekirova Corinthia, Büyükşahin Turizm (Queens Park

12-38/1085-344

Tekirova ve Göynük) olarak ifade edilmiştir. Söz konusu otellere EFPA tarafından 2012 yılında yapılan satışların özetine aşağıda yer verilmiştir⁷:

Tablo 28- Şikayetçi Tarafından EFPA'nın Maliyet Altı Satış Yaptığının İleri Sürüldüğü HDO'lara İlişkin Bilgiler

Otel Adı	Satış (lt)	Satış (TL)	Toplam Maliyet (TL)	Ortalama Gelir (TL/lt)	Ortalama Toplam Maliyet (TL/lt)	Birim Kar (TL/lt)	Ortalama Değişken Maliyet (TL/lt)	Ortalama Değişken Maliyete Göre Birim Kar TL/lt)
KİLİKYA PALACE OTEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GRAND HABER OTEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RİXOS OTEL TEKİROVA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RİXOS HOTEL SUNGATE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MARTI MYRA TATİL KÖY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CORİNTİA CLUB OTEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
QUEENS PARK RESORT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
QUEENS PARK GÖYNÜK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

(62) Tablo 28'de, şikayetçi tarafından EFPA'nın birim maliyetinin altında satış yaptığı ifade edilen 8 HDO'lardan sadece 3'üne maliyetin altına satış yaptığı görülmektedir. Diğer yandan yukarıda yer verilen değerlerin sadece Ocak-Nisan arasında olduğu, bu dönemde yıllık satışların bir kısmının yapılmasına karşın maliyetlerin çoğunun bu dönemde gerçekleştirildiği dikkate alındığında söz konusu oranların yıl sonuna doğru azalacağı söylenebilir.

(63) Yukarıda verilen tüm açıklamalarda özetle,
a. EFPA'nın bira ürününe ilişkin ASN ve KSN pazarlarında hakim durumda bulunduğu
b. EFPA'nın 2009-2011 yılları arasında gerek tüm ülkede gerekse de Antalya ili Kemer ilçesinde bulunan HDO'lara kendi ortalama toplam maliyetinin altında satış yapmadığı,
c. Söz konusu durumun 2012 yılının Ocak-Nisan arasındaki dönem için de geçerli olduğu,
d. EFPA'nın şikayette yer alan HDO'lardan sadece üçüne yapılan satışlarda ortalama toplam maliyetin ve ortalama değişken maliyetin altında satış gerçekleştirdiği, ancak HDO alt pazarının tümüne bakıldığında böyle bir durumun söz konusu olmadığı,
e. Söz konusu satışların Ocak-Nisan dönemine ilişkin olması nedeniyle bu otellere yapılan toplam satışın yıl sonunda EFPA'nın OTM'sinin ve ODM'sinin altında olmama ihtimalinin de bulunduğu tespitleri yapılmıştır.

⁷ Tablodaki rakamlar 2 basamağa indirilirken yuvarlanmıştır.

12-38/1085-344

- (64) Ortalama toplam maliyetin altında satış yapmayan bir teşebbüsün yıkıcı fiyatlama yaptığını söylemek mümkün değildir.
- (65) Mevcut dosya kapsamında yapılan incelemeler sonucunda EFPA'nın her ne kadar bazı otellere OTM'nin ve/veya ODM'nin altında satış yaptığı görülmüşse de toplama bakıldığında EFPA'nın gerek tüm Türkiye'deki HDO'lara gerekse de Antalya ili Kemer ilçesinde bulunan HDO'lara ortalama toplam ve ortalama değişken maliyetinin altında satış yapmadığı tespit edilmiştir.
- (66) (.....). Bu bakımdan EFPA'nın Antalya ili Kemer ilçesinde bulunan ve ortalama toplam maliyetin altında satış yaptığı HDO sayısının 2009 yılından itibaren artması BİMPAŞ'ın bu yıldan itibaren ortalama toplam maliyetinin altında satış yapmasına veya bu bölgede PERA gibi yerel bazda üretim ve dağıtım yapan teşebbüslerin HDO'lara satış yapmak için baskı yaratmasından kaynaklandığı kanaatine varılmıştır.
- (67) Sonuç olarak EFPA'nın, şikayette ifade edildiği üzere, otellere yıkıcı fiyat uygulamak suretiyle rakiplerini pazar dışına çıkarmak gibi bir amacı olduğuna dair herhangi bir belge veya bilgi elde edilememiş ve teşebbüsün maliyetlerinin ve satış fiyatlarının incelenmesi sonucunda ortalama toplam maliyetinin altında satış yapmadığı anlaşılmıştır. Bu çerçevede EFPA'nın iddia konusu uygulamaları nedeniyle yıkıcı fiyat uygulayarak hakim durumunu kötüye kullanmadığı saptanmıştır.

J. SONUÇ

- (68) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre; dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikayetin reddi ile soruşturma açılmamasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.