

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2003-1-104 (Önaraştırma)

Karar Sayısı : 03-69/834-364

Karar Tarihi : 23.10.2003

A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Mustafa PARLAK

Üyeler : Tuncay SONGÖR, A. Ersan GÖKMEN, R. Müfit SONBAY, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN

B- RAPORTÖRLER: Mustafa M. ÖZKARABÜBER, Müge ÖZERCAN

C- ŞİKAYET EDEN: - Cemal ERZENGİN

Tahtakale Veziri Cad. No: 23 Bursa

D- HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN

- Marshall Boya ve Vernik Sanayii A.Ş.
Tavşancıl Köyü Eynarca Mevkii Dilovası
Gebze Kocaeli

E- DOSYA KONUSU: Marshall Boya ve Vernik Sanayii A.Ş.'nin son kullanıcılara yönelik olarak satış fiyatını tespit etmek ve buna uymayan bir satıcıya bayilerinin mal satışını engellemek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal ettiği iddiası.

F- İDDİALARIN ÖZETİ: Marshall Boya ve Vernik Sanayi Anonim Şirketi'nin, son kullanıcılara yönelik olarak bayilerinin ve diğer alıcılarının yeniden satış fiyatını tespit ettiği, uyulup uyulmadığını kontrol ettiği, bu fiyatları uygulamayan satıcılara bayileri tarafından yapılan satışları engellediği iddia edilmektedir.

G- DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 28.7.2003 tarih, 3555 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 13.8.2003 tarih ve 2003-1-104/BN-03-MÖ sayılı Bilgi Notu, 15.8.2003 tarih ve REK.0.05.00.00/102 sayılı Başkanlık önergesi ile 21.8.2003 tarih, 03-58 sayılı Kurul toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddesinin ihlaline ilişkin bir soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca 03-58/677-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

İlgili karar uyarınca düzenlenen 14.10.2003 tarih 2003-1-104/ÖA-03-MMÖ sayılı Önaraştırma Raporu, 20.10.2003 tarih, REK.0.05.00.00/136 sayılı Başkanlık önergesi ile 03-69 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H- RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda; dosya konusu iddiaları doğrulayacak veya güçlendirecek bir veriye rastlanılmadığından herhangi bir rekabet

ihlalinin oluşmadığı ve bu nedenle anılan iddiaya ilişkin soruşturma açılmasına gerek bulunmadığı ifade edilmektedir.

I- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. İlgili Pazar

I.1.1. İlgili Ürün Pazarı

Boya sektörü, boya-vernük olarak adlandırılan satılı örtme boyları ile deri ve tekstil boyları sanayi olmak üzere iki alt sektörden oluşmaktadır. Hakkında inceleme yapılan Marshall Boya ve Vernük Sanayii A.Ş. (Marshall), satılı örtme boyları, diğler bir deyişle, boya-vernük sanayiinde faaliyet göstermektedir.

Boya ve vernükler esas olarak beş ana başlık altında aşağıda sunulan alt gruplara ayrılmaktadır:

A. İnşaat Boya ve Vernükleri

- Sentetik ve Yağlı Boyalar
- Emülsiyon Boyalar
- Dekoratif ve Ahşap Koruyucu Vernükler

B. Sanayi Boya ve Vernükleri

- Otomobil ve Otomobil Tamir Boya ve Vernükleri
- Mobilya Boya ve Vernükleri

C. Diğler Boyalar

- Yol Çizgi Boyaları
- Toz Boyalar
- Deniz Boyaları
- Metal Yüzey Boyaları

D. Diğler Vernükler

- Alkid Reçineleri
- Tel Emaye Vernükleri

E. Tinerler

- Sentetik Tinerler
- Selülozik Tinerler
- Akrilik Tinerler

Yukarıda yer verilen beş boya grubunun, tüketici gözünde farklı kullanım alanları olup, talep açısından birbirlerini ikame etmemektedirler. Arz ikamesi açısından ise; her bir boya grubunun üretim teknolojisinin diğlerinden farklı olduğu; örneğın, inşaat boylarının sanayi boylarından farklı bir tesiste, farklı bir üretim süreci neticesinde elde edildiğı görülmektedir. Dolayısıyla, boya gruplarının arz ve talep açısından birbirlerini ikame etmesi mümkün olmayıp, her bir grup ayrı bir ürün pazarını teşkil etmektedir.

Türkiye’de boya sektöründe kurulu kapasitenin %58’i dekoratif inşaat boylarına ait olup, boya sanayii toplam kapasitesinin %14’ünü ahşap boyları,

%6'sını otomotiv boya ları, %5'ini metal boya ve vernikleri ve %12'sini de tinerler oluşturmaktadır.

Şikayete konu olan eylemlerin gerçekleştirildiği pazar dikkate alınarak, ilgili ürün pazarı "dekoratif inşaat boya ları pazarı" olarak tespit edilmiştir.

I.1.2. İlgili Coğrafi Pazar

Dekoratif boya ların bozulma riski bulunmadığı, nakliye maliyetlerinin Bayilik Sözleşmesi'nin 5(a) maddesine göre Marshall tarafından karşılandığı, nakliyeden kaynaklanan ve bölgesel pazarlar yaratabilecek bir etkinin bulunmadığı ve Marshall'ın ürünlerinin İstanbul, Ankara, İzmir, Diyarbakır, Bursa, Adana, Antalya, Samsun, Trabzon ve Konya illerindeki bölge müdürlükleri ile yurt çapındaki toptancı ve perakendeci bayileri aracılığıyla tüm ülke genelinde pazarladığı göz önüne alındığında, ilgili coğrafi pazar Türkiye Cumhuriyeti sınırları olarak belirlenmiştir.

I.2. Marshall'a İlişkin Bilgiler

Marshall, 1965 yılında Gebze'de kurulmuş olup, alkit, PVA esaslı tutkal, selülozik-poliüretan, mobilya vernikleri ve boya ları, inşaat boya ları, polyester reçine, oto boya ları ve ahşap koruyucular üretiminde faaliyet göstermektedir.

1990 yılında halka açılmış olan şirket, 1998 yılında gerçekleştirilen hisse devri ile boya sektöründe dünya çapında faaliyet gösteren Akzo Nobel Decorative Coatings Turkey B.V. bünyesine katılmıştır.

Marshall'ın ortaklık yapısına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 1- Marshall'ın Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Pay Oranı (%)
Tekyar Teknik Yardım A.Ş.	44.38
Akzo Nobel Decorative Coatings Turkey B.V.	39.40
Diğer Ortaklar	16.22
TOPLAM	100

Boya sektörünün genelinde olduğu üzere Marshall, ürünlerinin pazarlamasının önemli bir bölümünü toptancıları aracılığıyla yürütmektedir.

Aşağıdaki tabloda Marshall'ın sahip olduğu dağıtım kanalları ve bunların dağıtım ağındaki ağırlığı gösterilmektedir.

Tablo 2- Marshall'ın Sahip Olduğu Dağıtım Kanalları

Dağıtım Kanalları	Adet	Dağıtımdaki Payı (%)
Toptancılar	57	60
Perakendeciler	701	30
Büyük ölçekli doğrudan satın alma noktaları	21	5
Doğrudan inşaat ve uygulama şirketleri	275	5

I.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

I.3.1. Marshall'ın Merkezi

Marshall'ın Genel M¼d¼rl¼ę¼'nde yapılan incelemede aşağıdaki tespitlere ulaşıldığı anlaşılmıştır.

Marshall satışlarını gerçekleştirdiği toptancı ve perakendeci bayileri için tek tip s¼zleřme hazırlamıştır. Toptancılara verilen iskontolar; toptancıların satış çalışmalarında oluşan maliyetleri, firmanın kendi satış ve kar hedefine uygun olarak oluşturduğu toptancı satış hedeflerine ve piyasadaki diğer tedarikçilerin toptancılarına verdikleri iskonto oranları dikkate alınarak hazırlanmaktadır. Bayilik iskonto koşulları yıllık bazda tesbit edilmektedir. Ayrıca her ay pazar araştırmaları yapılmakta ve buna g¼re perakende satışlar için aylık bazda iskonto oranları belirlenmektedir.

I.3.2. Marshall'ın Bursa B¼lge M¼d¼rl¼ę¼

Marshall'ın Bursa B¼lge M¼d¼rl¼ę¼'nde yapılan incelemede aşağıdaki tespitlere ulaşıldığı anlaşılmıştır.

Bursa b¼lgesinde 6'sı toptan dağıtıcı olmak üzere toplam 60 bayi bulunmaktadır. Ayrıca "Alt Bayi" olarak adlandırılan, nalbur satıcılar da faaliyet g¼stermektedir. Bu satıcıların Marshall ile herhangi bir s¼zleřme bağı bulunmamakta, bayilerden aldıkları ¼r¼nleri nihai kullanıcılara satmaktadırlar. B¼t¼n bayiler Marshall'a, internet üzerinden otomasyon sistemi ile bağlı bulunmaktadır. Bu sistemde, siparişler, internet ortamında merkezi bir sistem üzerinden onaylanmak için Bursa B¼lge M¼d¼rl¼ę¼'ne ulaştırılmakta, onayı takiben talep edilen mallar genel merkez (fabrika) tarafından siparişte bulunana ulaştırılmaktadır. İskonto oranları t¼m bayiler için ayrımcılık yapılmadan uygulanmakta, toptancı bayilere ise Marshall ile s¼zleřme bağı bulunmayan nalburlar ve nihai kullanıcılara yaptıkları satışlar için %6 oranında ek iskonto uygulanmaktadır. Bunun nedeni toptancı bayilerin pazarlama faaliyetlerinin karşılığı olarak belirtilmiştir.

I.3.3. Stella Boya

Stella Boya'nın sahibi olan şikayetçi ile yapılan g¼r¼řmede, yazılı başvuruda yer verilen hususların; Marshall'ın pazarlama elemanlarının, minimum satış fiyatlarını g¼steren bir listeyi elden verdikleri veya bu listenin istek halinde faks ile nalbur d¼kkanlarına ulaştırıldığı; Stella Boya'nın bu liste fiyatlarının altında satış yapması durumunda, toptancı bayilere B¼lge M¼d¼rl¼ę¼ tarafından talimat verilerek mal satışının kesildiği, satış fiyatlarının pazarlama elemanlarınca kontrol edildiği ifade edilmek suretiyle tekrar edildiği anlaşılmıştır.

I.3.4. Balcı Kardeşler Boya Sanayi ve Ticaret Limited şirketi (Balcı Kardeşler)

Marshall'ın Bursa B¼lgesi'nde bulunan 6 toptancı bayisinden birisi olan Balcı Kardeşler 'de yapılan incelemede g¼r¼ř¼len firma sahibinin; perakendeci bayilerden farklı olarak Marshall Bayisi olan firmaların haricindeki firmalara yaptıkları satışlar için %6 prim aldıklarını belirttiği anlaşılmıştır.

I.4. Değerlendirme

I.4.1. Marshall'ın Hakim Durum Analizi

Önaraştırmaya esas teşkil eden iddialardan birisi; Marshall'ın, ürünlerini, yeniden satış için tespit ettiği fiyatların altında fiyattan satan alıcısına, bayileri aracılığıyla yapılan satışları engellemesine ilişkindir.

Esas itibarıyla, mal veya hizmet vermeyi reddetmek, sözleşme özgürlüğü ilkesinin doğal bir sonucu olup, teşebbüsler arzu etmedikleri kimselere mal vermekten kaçınabildikleri gibi somut sözleşme çerçevesinde daha önceden mal vermekte oldukları müşterilerine mal vermeyi kesebilirler. Bununla birlikte, mal vermeyi reddedenin, ilgili ürün pazarında hakim durumda olması halinde, söz konusu uygulama, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir ihlal olarak değerlendirilecektir.

4054 sayılı Kanun'un 3. maddesi hakim durumu; *“belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü”* olarak tanımlamıştır. Bir teşebbüsün hakim durumda olup olmadığı incelenirken değerlendirilmesi gereken bazı kriterlere aşağıda yer verilmiştir.

I.4.1.1. Piyasadaki Teşebbüslerin Sayısı ve Pazar Payları

Bir firmanın sahip olduğu pazar payı, ilgili teşebbüsün hakim durumda olup olmadığının belirlenmesinde temel kriterdir.

Ancak yalnızca pazardaki lider teşebbüsün pazar payına bakılması hakim durumun tespitinde yeterli olmayacaktır. Bu nedenle, pazardaki diğer teşebbüslerin de paylarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, Marshall ve rakiplerinin, ilgili ürün pazarı olan “dekoratif inşaat boya” pazarındaki payları incelendiğinde Marshall dahil dört teşebbüsün toplamı yaklaşık %70 olan pazar payları birbirine çok yakındır. Bu nedenle, Marshall'ın tek başına hakim durumda olduğunu ileri sürmek mümkün gözükmemektedir.

I.4.1.2. Pazara Giriş Engelleri

Pazara giriş engelleri, ilgili piyasanın yapısal özelliklerinin yeni giriş yapacak teşebbüsler için uygun olmaması halini ifade eder. Söz konusu engeller; yasal engeller, hammadde temininde karşılaşılan güçlükler, yüksek yatırım maliyetinin gerekliliği, piyasanın yapısı itibarıyla fazla sayıda teşebbüsün karlı biçimde faaliyet göstermesine izin vermemesi, fikri ve sınai mülkiyet haklarının varlığı, teknolojik üstünlük, farklılaştırılmış ürünler, ölçek ekonomileri, dikey entegrasyon, teşebbüsün finansal gücü ve işletme politikaları olarak sayılabilir.

Türk boya sektöründe faaliyet gösteren yaklaşık 350 firma bulunmasına rağmen, yukarıda da belirtildiği üzere dört firmanın toplam payı pazarın büyük bölümünü oluşturmaktadır. Ancak, üretimin çok büyük bir sermaye gerektirmemesi sebebiyle, ne boya pazarının genelinde ne de dekoratif inşaat boya pazarında, piyasaya girişi engelleyen ya da çıkışı zorlaştıran önemli bir unsur bulunmaktadır.

Bu çerçevede, Marshall'ın ilgili ürün pazarında 4054 sayılı Kanun kapsamında hakim durumda bulunmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

I.4.2. Marshall'ın Bayilik Sözleşmesi

Marshall, toptancı ve perakendeci tüm bayileriyle 6 maddeden oluşan maktu bir bayilik sözleşmesi imzalamaktadır.

Sözleşme süreci, bayi adayının sözleşmeyi imzalaması ile başlamakta; sözleşmenin geçerliliğinin Marshall tarafından feshedildiği ihbar edilene kadar sürmesi öngörülmektedir.

Sözleşmenin müşteri yükümlülüğüne ilişkin 2. maddesinde, toptancı bayilerin, Marshall'ın perakendeci bayilerine satış yapmaları yasaklanmaktadır. Yapılan incelemede görüşülen bayinin esasen bu yasağa, ürün sevkiyatındaki gecikmelerden dolayı bayilerin mağdur olmaması için toptancı bayilerden perakendeci bayilere kimi zaman satışların gerçekleştirilmesi nedeniyle uyulmadığını ifade ettiği anlaşılmıştır. 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği ile bayilik anlaşmalarında uygulanabilecek bu tür sınırlamalar Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamadan muaf tutulmaktadır. Nitekim bayilik sözleşmesini muafiyet kapsamı dışına çıkarmayan bir husus olarak, anılan Tebliğ'in 4. maddesi (b)(1) bendinde belirtildiği üzere, toptancı seviyesinde faaliyet gösteren alıcının, müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcının kendisine tahsis edilmiş münhasır bir müşteri grubuna yapılacak aktif satışları kısıtlaması gösterilmektedir. Dolayısıyla, Marshall'ın bayilik sözleşmesinde yer alan toptancı bayilerin perakendeci bayilere satış yapmaması hususu, anılan sözleşmeyi 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkarmamaktadır.

Sözleşmenin 2. maddesinde toptancı ve perakendeci bayilere diğer markalı ürünlerin satışında serbestlik tanındığı görülmektedir. Maddenin diğer kısımlarında tanıtıcı unsurların bulundurulması, Marshall kampanyalarının duyurulması, borç bakiyesinin kapatılması, sigorta, bayilik otomasyon sistemi için gerekli donanımın bulundurulmasına ilişkin hususlar hükme bağlanmıştır.

Sözleşmenin 3. maddesi uygulanacak iskonto sistemlerinin Marshall tarafından duyurulacağını ve gerektiğinde yenilenebileceğini; 4. maddesi bayilerin kredi limitleri ve ödeme koşullarına ilişkin hususları; 5. maddesi, teslimat şeklinin bayi teslimi olduğunu ve nakliye bedellerinin Marshall tarafından karşılanacağını belirterek diğer teslimat ve ürün iade koşullarını hükme bağlamaktadır.

6. ve son maddede bayilere bazı sorumluluklar yüklenmektedir. Bunlar stok bilgilerinin bayi tarafından sorulması, muvazaa yaratabilecek şekilde açılacak yeni firmalara da protokol hükümlerinin uygulanması, ödemelerdeki sorumluluk, fesih koşulları, teminat ve yetkili mahkemelerin tanınması hususlarıdır. Ayrıca Marshall tarafından yayımlanan önerilen fiyat listelerinin bayiler tarafından da duyurulması hükme bağlanmıştır.

Bu şekli ile Marshall'ın bayileri ile yaptığı sözleşmenin 2002/2 sayılı Tebliği kapsamında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

I.4.3. Dağıtım Sistemine Yönelik Diğer Değerlendirmeler

Marshall, geliştirdiği bayi otomasyon sistemi ile bayileriyle ilgili tüm ürün sipariş ve ödeme işlemlerini internet üzerinden takip etmekte ve bayiler ile karşılıklı

olarak iletişim kurabilmektedir. Bu sistem ile toptan ve perakendeci bayilerin nihai satış fiyatları gözlemlenmemektedir.

Anılan sistemin dışında Marshall'ın nihai kullanıcı veya sözleşme bağı bulunmayan satıcılara yapılan satışları takip etmesi ancak toplam ürün satışlarının bir kısmında mümkün olabilmektedir. Bu da toptancı bayilerin, bayilik sistemi dışında kalan satıcılara yaptıkları satışlar açısından geçerlidir. Toptancı bayiler, ek iskonto alabilmek için yaptıkları böylesi satışların faturalarını ve bu faturalara dayanarak oluşturdukları ayrıntılı satış tutarlarını gösteren listeleri mütemadiyen bölge müdürlüklerine göndermekte, burada listelerde yer alan satış yapılan kişilerin Marshall bayisi olmadıklarının doğruluğu kontrol edilmektedir. Daha sonra toptancı bayiler, toplam satış tutarının %6'sı kadar ek iskonto (prim şeklinde) almaya hak kazanmaktadırlar.

Bursa Bölgesi'nde Marshall'ın satışlarının yarısından fazlası toptancı bayiler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu kadar satışın gerçekleştirildiği bir kanaldan yapılan satışların faturalarının, toptancı bayilerin hak ettikleri ekstra iskonto miktarının belirlenmesi için Bölge Müdürlüğü'nün bilgisine sunulmasının, Marshall'a toptancı bayilere karşı fiyat sabitleme veya minimum fiyat empoze etme imkanı vermesi muhtemeldir. Ancak gerek toptancı bayilerin yaptıkları satışlar içinde perakende satışların bulunması, gerekse toptan yapılan satışların nalbur ve market benzeri yeniden satıcılara yapılması, nihai kullanıcı olan inşaat, kooperatif, vb. yerlere yapılan satışların miktarının toplam toptancı bayi satışları içerisindeki payının düşük olduğu sonucunu vermektedir. Toptancı bayilerin perakende düzeyinde satış yapmaları yasak olmayıp, yapılan incelemelerde toptancı bayilerin aynı zamanda bir perakendeci bayi gibi satış yaptıkları da tesbit edilmiştir. Marshall'ın Merkezi ve Bölge Müdürlüğü, tespit edilen bilgi akış sistemi içerisinde bu bayilerin perakende fiyatlarını tespit edecek durumda değildir. Benzer şekilde, hepsi yeniden satıcı konumunda olan nalburların perakende satışlarında da Marshall'a nihai satış fiyatları hakkında bilgi gitmemektedir. Ayrıca, Marshall ürünlerinin %30'u perakendeci bayiler aracılığıyla son kullanıcılara satılmakta ve yine bu satış fiyatlarının bilgisi Marshall'a ulaşmamaktadır.

Önaraştırma çerçevesinde, Marshall yetkililerinin; iskonto sisteminin toptancı ve perakendeci bayiler arasındaki %6'lık fark haricinde tüm bayiler için aynı olduğunu ve ayırım yapılmaksızın uygulandığını, her yılın başında uygulanacak iskontoların belirlendiğini ve gerek ekonomik koşullar gerekse rakip sağlayıcıların uygulamaları baz alınarak dönem dönem değiştirildiğini ifade ettikleri anlaşılmıştır. Ayrıca, bayilerin ekonomik durumları ve nakit ihtiyaçlarına göre kar marjlarını değiştirerek farklı fiyatlardan satış yapabildikleri de belirtilmiştir.

Bu değerlendirmeler ışığında, Marshall'ın ürün satış sistemi çerçevesinde nihai satış fiyatını tespit edip uygulaması iddiasının geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Şikayetçi; nihai kullanıcı için minimum satış fiyatlarının tespit edildiğini, faks ile veya elden satıcılara bu fiyatların iletildiğini, pazarlama elemanlarının piyasada dolaşarak fiyatları kontrol ettiğini ve fiyat listesinin altında satış yapanlara yönelik olarak Marshall ürünlerinin yeniden satış amacıyla verilmediğini iddia etmektedir. Bu iddiaya yönelik olarak yapılan incelemede, bahsedilen fiyat listesinin önerilen değil

de minimum fiyatları tespit ettiğine ve bunun empoze edilerek uygulandığına yönelik herhangi bir bilgi veya belgeye rastlanılmadığı anlaşılmıştır.

Marshall'ın Bursa bölgesindeki bayilerinin kendi aralarında bir araya gelerek anlaşmaya varmaları ve belirli bir seviyenin altında satış yapan alt bayilere (nalbur, market) mal vermeyi kesmeleri olasılığına ilişkin olarak Balcı Kardeşler'de yapılan incelemede, rakip teşebbüslerle yapılan herhangi bir iletişime ilişkin bilgi ve belgeye rastlanılmadığı anlaşılmıştır.

J- SONUÇ

Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında; yapılan önaraştırma sonucunda, dosya konusu iddiaları doğrulayacak veya güçlendirecek bir veriye rastlanmamış olması nedeniyle, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek bulunmadığına, şikayetin reddine OY BİRLİĞİ ile karar verilmiştir.