MÜSİAD

Sektör Raporları

MÜSTAKİL SANAYİCİ ve İŞADAMLARI DERNEĞİ

OTOMOTİV SEKTÖR RAPORU 2013

YENİLEME PAZARI VE TÜRKİYE'DE OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE GRUP MUAFİYETİ UYGULAMALARI

Atılgan

alBeReN

ASIR OTOMOTİV

DOLUNAY
ARAÇ - FİLO KİRALAMA

REN-PAR®

Yağmur®

85

OTOMOTİV SEKTÖR RAPORU 2013

YENİLEME PAZARI VE TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞIT ARAÇLARI GRUP MUAFİYETİ UYGULAMALARI

MÜSİAD

MÜSTAKİL SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ
Sütlüce Mah. İmrahor Cad. No: 28 34445 Beyoğlu-İstanbul
Tel: +90 212 222 04 06 Faks: +90 212 210 50 82
www.musiad.org.tr | musiad@musiad.org.tr

MÜSİAD Araştırma Raporları: 85

OTOMOTİV SEKTÖR RAPORU 2013
YENİLEME PAZARI VE TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞIT ARAÇLARI GRUP MUAFİYETİ UYGULAMALARI

Hazırlayan
Prof. Dr. Arif Esin
Salih Sami Atılgan

Baskı ve Cilt
Mavi Ofset
İkitelli O.S.B. Eskoop Sanayi Sitesi
C1 Blok No: 25 Başakşehir-İSTANBUL
Tel: (0212) 549 25 30 Fax: (0212) 549 26 84
www.maviofset.com
Sertifika No: 12346

Tasarım
Mehmet Kaman
Serdar Canlı

Basım Yeri ve Tarihi
İstanbul, Ağustos 2013

ISBN 978-605-4383-31-3

© 2013
Her türlü yayın hakkı MÜSİAD'a aittir. MÜSİAD'dan izin almak veya MÜSİAD kaynak gösterilmek suretiyle telif mevzuatı çerçevesinde alıntı yapılabilir.

İÇİNDEKİLER

BAŞKANDAN **9**
ÖNSÖZ **11**

BİRİNCİ BÖLÜM: 2013 YILI OTOMOTİV SEKTÖRÜ **15**
1. DÜNYADA OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU **15**
2. TÜRKİYE'DE OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GEÇMİŞE DÖNÜK DEĞERLENDİRİLMESİ **17**

İKİNCİ BÖLÜM: MÜSİAD SEKTÖR KURULU'NUN MOTORLU TAŞIT ARAÇLARI GRUP MUAFİYETİ UYGULAMALARINA DAİR GÖRÜŞ VE ÖNERİLERİ **39**
1. 4054 SAYILI REKABETİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN ÇERÇEVESİNDE MUAFİYET REJİMİ **40**
2. 2005/4 SAYILI MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDEKİ DİKEY ANLAŞMALAR VE UYUMLU EYLEMLERE İLİŞKİN GRUP MUAFİYETİ TEBLİĞİ'NDE ÖNEMLİ ESASLAR **40**
2.1. Kapsam **40**
2.2. Fikri Hakların Kullanımı ve Devrini İçeren Dikey Anlaşmalar **43**
2.3. Muafiyet Tebliği'nin Dağıtım Sistemine Etkileri **45**
2.3.1. Münhasır Dağıtım Sistemi 45
2.3.2. Seçici Dağıtım Sistemi 47
2.3.3. Seçici Dağıtım Sistemi'ne Getirilen Sınırlamalar 50
2.3.4. Sözleşmelerin Süreleri ve Fesih İşlemleri 53
2.3.5. Tahkim 54
2.3.6. Yeni Düzenlemenin Fiyat ve Bölge Sınırlamasına İlişkin Koşulları 55
2.3.6.1. Fiyat Tespiti 56
2.3.6.2. Bölge ya da Müşteri Tahsisi 56
2.3.7. Grup Muafiyetine Aykırı Sınırlamalarda İstisnalar 57

2.3.7.1. Münhasır Dağıtım Sistemi'nin Tercih Edilmesi Sebebiyle Bölge ya da Müşteri Konusunda Aktif Satışlara İlişkin Getirilen Kısıtlama 57
2.3.7.2. Toptancı Seviyesinde Faaliyet Gösteren Bir Dağıtıcının Son Kullanıcılara Satışının Kısıtlanması 58
2.3.7.3. Seçici Dağıtım Sistemi'nde Yeni Motorlu Taşıtların ve Yedek Parçaların Yetkili Olmayan Dağıtıcılara Satışının Kısıtlanması 58
2.3.7.4. Birleştirme Amacıyla Sağlanan Parçaların Sağlayıcının Rakiplerine Satılması Yasağı 59
2.3.8. Tebliğ'in Özel Koşulları 59
2.4. Muafiyet Tebliği'nin Satış Sonrası Hizmet ve Yedek Parça Üretimi ve Dağıtımına Etkileri 62
2.4.1. Satış ve Satış Sonrası Hizmetlerin Ayrılması 63
2.4.2. Satış Sonrası Hizmetlerin Ayrı Ayrı Verilmesi 64
2.4.3. Satış Sonrası Hizmetlerde Niteliksel Seçici Dağıtım, Mekân Klozu ve Çok Markalılık 64
2.4.4. Bağımsız Teşebbüslerin Rekabete Dahil Edilmesi 65
2.4.5. Yedek Parça 66
3. MUAFİYET TEBLİĞİ'NİN UYGULAMASI HAKKINDA GÖRÜŞ VE ÖNERİLER 70

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SONUÇ 77

KAYNAKÇA 78

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Bölgeler ve Ülkelerde Motorlu Araç Pazarı 2012/2011 (x1.000)

Tablo 2. 1999-2012 Yıllarında Dünyada ve Türkiye'de Otomobil Üretimi

Tablo 3. 2003-2013 Yıllarında Üretim ve İhracat

Tablo 4. Araç Sahipleri Nasıl Bir Hizmet Bekler?

Tablo 5. Türkiye'de Marka Bazlı Araç Satışları (2007)

Tablo 6. Revaçtaki Müşteri Beklentileri

Tablo 7. Araç Yaşına Göre Servis Seçme Kriteri

Tablo 8. Satış, Pazarlama, Teknik Destek ve Servis Açısından Dün ve Bugün

Tablo 9. Araç Sahibi Segmentine Göre Değişen Servis Seçim Kriterleri

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Otomotiv Sanayiinin Gelişme Süresi: 1960 ve Sonrası

Şekil 2. 2003-2012 Yıllarında Toplam Pazar (Otomobil ve Ticari Araç)

Şekil 3. 2003-2012 Dönemi İhracat/Toplam Üretim (Traktör dahil)

Şekil 4. Servis Hizmet Örnekleri

Şekil 5. Alman Otomotiv Endüstrisi Ciro-Kârlılık Paylaşımı

Şekil 6. Avrupa Otomotiv Aftermarket Pazarı Gelişimi

Şekil 7. Araç Ömrü Boyunca Elde Edilen Kazanç Dağılımı

Şekil 8. Müşteri Beklentileri Dağılımı

Şekil 9. Aftermarket Ekosistemi

Şekil 10. Otomotiv OEM'in Önündeki Zorluklar

Şekil 11. Şimdi Harekete Geçme Zamanı

BAŞKANDAN

Türkiye, geçtiğimiz yılı makroekonomik göstergelerde yeniden bir dengelenme yılı olarak değerlendirdi. 2010-11 yıllarında rekor hızda büyüme oranı yakaladık. Cari açık problemi, tekrar bir risk unsuru olarak ortaya çıkmakla birlikte, 2012 yılında yine büyüdük. Bu büyüme bir anlamda, büyümeden fedakârlık yapılarak oldu. Cari açık riski ise azaldı. Bunda 2012 yılında iç talebin yüzde 1,9 oranında küçülmesine bağlı olarak ithalatın kısılması büyük rol oynadı.

Ülkemizin 2013 hedeflerine ulaşabilmesi için, sağlıklı bir büyüme trendi yakalaması şarttır. Bu ise, sektörel büyüme stratejilerinin belirlenmesine, bu stratejilere uygun taktik ve politikaların verimli bir şekilde uygulanmasına bağlıdır. Kalkınma ve gelişme için öncelikle lokomotif sektörlerin rekabet gücünün arttırılması önem kazanıyor. Lokomotif sektörler denilince, Türkiye için ilk akla gelen sektörlerden biri otomotiv sektörüdür. Otomotiv sanayii, Türkiye'nin itici gücünü oluşturan öncü sanayi dallarından biri. Bu nedenle taşıt araçları ve aksamları ihracatı ile Türkiye'nin ihracat kalemleri arasında ilk sırada yer alıyor.

Dış ticaret dengesinde, taşıt araçları kalemi, son 10 yılda ülkemize net döviz girişi sağlarken, aksam ve parça kalemi net döviz çıkışına sebep oldu. Bu anlamda, otomotiv sektöründe, zayıf halkanın cari denge açısından aksam ve parça üretim ve ticaretinde olduğu açıkça görülüyor.

Diğer yandan, otomotiv fabrikaları ve otomotiv yan sanayiinde çok sayıda beyaz ve mavi yakalı personel çalışmakta, ortaya çıkan ekonomik katkı Türkiye'nin gayri

safi milli hâsılası (GSMH) içerisinde azımsanmayacak bir yer tutuyor. Bu nedenle otomotiv sanayimizin önümüzdeki dönemde oluşacak değişikliklere hızla ayak uydurması, hatta bu değişiklikleri belirleyebilecek güce kavuşarak lider konumuna ulaşması hayati önem taşıyor.

Otomotiv Sektör Raporu, Otomotiv Sektör Kurulumuz tarafından her yıl özel bir alan seçilerek hazırlanmaktadır. 2013 yılı MÜSİAD Otomotiv Sektör Raporu, "Yenileme Pazarı ve Türkiye'de Motorlu Taşıt Araçları Grup Muafiyeti Uygulamaları" konusunu gündeme taşıyor. Titizlikle hazırlanan Otomotiv Sektör Raporumuzun, kanun yapıcılara ve reel sektör paydaşlarına gelecek adına yol göstereceğini ümit ediyorum.

Bu değerli raporun hazırlanmasında emeği geçen başta Otomotiv Sektör Kurulu Başkanımız Salih Sami Atılgan'a, Prof. Dr. Arif Esin'e, Otomotiv Sektör Kurulu üyelerine, emeği geçen editörlerimize ve MÜSİAD profesyonel kadrosuna teşekkür ediyorum.

Nail Olpak
Genel Başkan
MÜSİAD

ÖNSÖZ

Bir otomobili satın aldıktan sonra, araçtan en yüksek performansı ve verimi alabilmemiz için düzenli bakım ve gerektiğinde onarım hususlarını her zaman göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Üretim tamamlandıktan sonra, servislerde tamir ve bakım işlemlerinin gerçekleştirilebilmesi için yenileme parçalarının dağıtımına ihtiyaç vardır. Tam zamanında teslimat çok önemlidir; çünkü müşteri, aracının mümkün olduğunca çabuk tamir edilmesini ve böylece mümkün olan en kısa sürede yola çıkmayı ister.

Araç üreticileri kendi dağıtıcılarına, yetkili servislerine ve onların dağıtım ağında yer alan markalarının araç tiplerine ait yedek parçaların arzını gerçekleştirirler ve bu işlev sadece kendi markaları için geçerlidir.

Diğer yandan, bağımsız toptancılar farklı tip ve markalarda olan yedek parça çeşitlerine (araç üreticilerinin markalı parçaları hariç) orijinal yedek parçalardan eşdeğer kalitedeki parçalara ya da daha yüksek kalitedeki parçalar ile aracın yaşına göre uyumlaştırılmış parçalara kadar farklı seçeneklerde dağıtım yapabilmektedirler. Her iki durumda da, tüm parçalar üretim güvenliğini ve çevresel kalite gereksinimlerini karşılamaktadır.

Tamir veya bakım işini gerçekleştirirken servisler yenileme parçalarının kaynağına ihtiyaç duyarlar. Bu durumda yetkili dağıtım ağı veya bağımsız parça dağıtıcıları arasında seçim yapmak zorundadırlar. Bağımsız dağıtıcılar için çok markalı tamir servisleri, acil yol yardım şirketleri, filo sahipleri veya diğer perakende şirketler öncelikli müşteriler arasında yer almaktadır.

Otomotiv endüstrisinde elde edilebilen verilere göre satış sonrası faaliyetler % 23 oranında ciro payıyla, toplam kârlılık da % 54 oranında paya sahiptir. Araçlarda satış sonrasında yapılan harcamalar ilk satış tutarlarının üstünde gerçekleşmektedir. Ayrıca Türkiye'de araç parkının daha yaşlı olduğu düşünüldüğünde bu rakam çok daha fazladır. Üretilen araçlarda ana üreticilerin kendi tesis ve fabrikalarında ürettikleri parça ve komponentlerin oranı dünya ortalamasına göre % 15-20 civarındadır. Diğer parçaları yan sanayiden ve diğer üreticilerden tedarik etmektedirler. AB ve ABD gibi gelişmiş pek çok ülkede ana üretici ve ana distribütörlerin hâkim durumlarını kullanarak pazarda eşit rekabet şartlarını ortadan kaldırmak ve tekelci yapılar oluşturmasına imkân vermemek üzere bazı düzenlemeler yapılmıştır.

ABD'de önerilen mevzuat, AB içerisinde de uygulanmaya konmuştur. Bu mevzuat OEM'lerin üçüncü taraf servislerine daha fazla bilgide şeffaflık sunmalarını gerektirmektedir. Araçların her geçen gün daha fazla yazılım ve gömülü sistemler tarafından kontrol ediliyor olması, üreticilerin aracı kilitleme (başka ürünle onarılmalarına olanak vermeme) ve üçüncü taraf servis outletlerinin işlem dışı kalmasına zorlamakla suçlanmasına sebep olmaktadır. Bu husus birçok aftermarket birliği tarafından dile getirilmiş ve üreticilerin bilgi paylaşımında daha şeffaf olmalarına dair lobicilik yapılmasını gündeme getirmiştir.

ABD pazarında, motorlu araç sahiplerinin hakları ve Tamir Yasası (HR 2694) ABD Kongresi'nde sunulmuştur. Bu sunumun amacı OE üreticilerinin güvenlik ve tamir bilgilerini, tüm araç kullanıcılarının ve bağımsız Francis'e bayilik ağı olan aracı tamircilerinin de araçlara aynı oranda servis sunabilmelerini gerektirecek kadar ifşa etmeye zorlamaktır.

AB'de 2003'te değişen Muafiyet Tebliği (BER), araç üreticilerinin OE olmayan parça kullanılmış araçların garantilerini geçersiz kılmalarını engelledi. Üçüncü şahıslar bundan böyle kalitede eşdeğer parçaları kullanabilmektedir. Aynı zamanda araç üreticileri bağımsız tamircilere gerekli servis bilgilerini ve gerektiğinde parça tedarik etmek zorundadır. Bu mevzuata ek maddeler AB içerisinde tartışılmakta ve üreticilerin düzenli diagnosis rutinlerini de bağımsızlara açıp açması tartışma konusudur.

2006 yılında AB uyum yasaları kapsamında otomotiv sektöründe bazı muafiyetleri ortaya koyan, nihai amacı son kullanıcıların daha kaliteli ürün ve hizmetleri daha rekabetçi şartlarda, daha ekonomik fiyatlarda satın alması ve bağımsız yedek parça üreticilerini, bağımsız yedek parça satıcılarını ve servisleri ana üreticiler ve distribütörler karşısında korumak olan 2005/4 "Motorlu Taşıtlar Sektöründe Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" ülkemizde yasal bir zorunluluk olarak yürürlüğe girmiştir. Fakat 6 yılı aşan bir süre geçmiş olmasına rağmen etkin bir şekilde uygulanmamaktadır. Bu raporda ana amaç bu konuları

gündeme taşımaktır. Bu konuda otorite olan Rekabet Kurumu'nun, Tebliğ'in uygulanması konusunda daha etkin bir rol alması beklenmektedir.

Bilindiği gibi her yıl, MÜSİAD Otomotiv Sektör Kurulu olarak bir sektör raporuna imza atmaktayız ve yine her yıl özel bir alan seçmekteyiz kendimize. Geçen yıl elektrikli otomobiller konusunu masaya yatırmıştık. Hazırladığımız bu raporda ise, motorlu taşıt araçlarına yönelik grup muafiyetlerinin uygulamalarına yönelik çeşitli bilgiler vermeyi öngörmekteyiz. Söz konusu bölümü hazırlayan değerli hocamız Prof. Dr. Arif Esin'e; raporumuzun yenileme pazarı kısmına katkı sağlayan Murat Kurtlar, Türker Girgin ve MÜSİAD Otomotiv Sektör Kurulu üyelerine katkılarından dolayı çok teşekkür ediyorum. Raporumuzun, gözden uzak tutulmaya çalışılan ve fakat otomotiv sektöründe en önemli grubu oluşturan satış sonrası faaliyetlerde bulunan tüm birimlere, özellikle bağımsız yedek parça üreten satıcı ve servislere katkı sağlamasını umuyorum.

Salih Sami Atılgan
Otomotiv Sektör Kurulu Başkanı
MÜSİAD

Birinci Bölüm

2013 YILI OTOMOTİV SEKTÖRÜ

1. DÜNYADA OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU

Otomotiv sanayisi, gelişmiş hemen hemen bütün ülkelerde ekonominin lokomotif sektörlerinden biridir. Bunun nedeni esas olarak, otomotiv sektöründe kullanılan malzemelerin çeşitliliği olduğu kadar, yayıldığı sektörlerin alanının da epey geniş olmasıdır. Otomotiv sektörü, demir-çelik sanayisi ve petro-kimya sanayisinin başlıca alıcısı durumunda bulunan sektördür. Dolayısıyla, alıcısı durumunda bulunduğu sektörü çok yakından etkilemekte ve sektörlerde ortaya çıkacak teknolojik gelişme ve ilerlemelerin de katalizörü vazifesindedir.

Otomotiv sektörü, doğrudan veya dolaylı olarak pek çok sektörü etkisi altına alabilmektedir. Örneğin; turizm, altyapı ve inşaat ile ulaştırma ve tarım sanayilerinin gereksinim duyduğu her çeşit motorlu araç, sanayi ürünleri ile sağlanmaktadır. Sektör ayrıca, savunma sanayi gibi kilit öneme sahip bir sektöre de büyük oranda destek olmaktadır.

Motorlu karayolu taşıtları, yanmalı veya patlamalı motorla tahrik edilen, yük veya yolcu taşımak ve karayolu trafiğinde seyretmek üzere belirli teknik mevzuata göre üretilmiş bulunan dört veya daha fazla lastik tekerlekli taşıt araçlarıdır. Bu araçları üreten sanayi ana sanayi olarak adlandırılmaktadır. Otomotiv yan sanayi ise hem taşıt araçları imalat sanayinde faaliyet gösteren firmalara hem de parktaki araçların parça yenileme talebine yönelik otomotiv ana sanayi tarafından belirlenen teknik

dokümanlara uygun aksam, parça, modül ve sistem üreten sanayi koludur. "Otomotiv sanayi" deyimi bu iki alt sanayinin tümünü kapsamaktadır (Karayolu Taşıtları İmalat Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2001: 9).

Dünya otomotiv sanayiinde yapılan üretim genel olarak otomobil ve ticari araç olarak sınıflandırılmaktadır. Sanayide yapılan üretimin yüzde 90 gibi büyük çoğunluğunu otomobil ve kamyonetlerden oluşan hafif araçlar sınıfı oluşturmaktadır. Üretim adetleri otomobil sınıfına göre nispeten az olan diğer araç sınıfları, (minibüs, midibüs, otobüs, kamyon, çekici vb.) ise istatistiklerde ticari araçlar olarak anılmaktadır (Otomotiv Sektörü Raporu, 2013: 8).

Dünyada araç üretimi bulunan her bölgede bu firmalara parça tedariki sağlayan ve 1., 2., 3. seviye olarak ölçeğine göre adlandırılan bir tedarik sanayisi mevcuttur. Ülkelerdeki araç üretim sayısına göre değişmekle birlikte genellikle 500 bin – 1 milyon adet yıllık araç üretimi olan bölgelerde 600 – 1.500 adet arasında tedarikçi olduğu gözlenmektedir. Üretim adedi arttıkça 1. seviye tedarikçi sayısı ve ona bağlı değer zincirindeki küçük ve orta ölçekli firma sayısı da artmaktadır.

KÜRESEL PAZAR

Küresel toplam otomotiv pazarı yüzde 5 düzeyinde artışla 84,5 milyon adede yükselmiştir. 2012'de en çok artış, yüzde 6 ile otomobil pazarında gerçekleşmiştir. Bu orana göre pazar 68,3 milyon adet düzeyine ulaşmıştır. Hal böyleyken, hafif ticari araç pazarı yüzde 4 oranında artarak 12,7 milyon adete yükselmiştir. Diğer yandan, ağır ticari araçlara baktığımızda pazar, yüzde 1 oranında azalarak 3,5 milyon adete gerilemiştir.

Doğu Avrupa pazarında, 2012 verilerinde, bir önceki yıla göre toplam motorlu araç pazarı yüzde 3 oranında artmış ve pazar 5,1 milyon adete yükselmiştir. Aynı rakam, Kuzey Amerika coğrafyasında yüzde 13 düzeyine ulaşırken, Asya/Pasifik bölgesindeki artış yüzde 10 düzeyinde olmuştur. Batı Avrupa coğrafyasına bakıldığında, pazarda yüzde 8 düzeyinde gerileme görülmektedir. Uzakdoğu coğrafyasına geldiğimizde ise, yine son yıl içinde Japon pazarının yüzde 19 artış gösterdiğini tespit edebilmekteyiz.

2012 yılında, Güney Kore otomotiv pazarı yüzde 2'lik bir daralma yaşamakla birlikte, Çin, Rusya ve Hindistan otomotiv pazarları sırasıyla yüzde 7, yüzde 8 ve yüzde 9 düzeyinde artışla yılı kapamışlardır. Gelişmekte olan pazarlar olarak ifade edilen (Brezilya, Çin, Hindistan ve Rusya'dan meydana gelen) BRIC ülkelerinde ise talep artışı yüzde 6 ile dünya ortalamasının da üstünde gerçekleşmiş ve bu pazar toplam 31,1 milyon adet düzeyine ulaşmıştır (OSD 2012 Yılı Değerlendirme Raporu, 2012).

Tablo 1. Bölgeler ve Ülkelerde Motorlu Araç Pazarı 2012/2011 (x1.000)

Bölgeler	Araç Sınıfı	2011	2012	Değişim 2012/2011	Ülkeler	Araç Sınıfı	2011	2012	Değişim 2012/2011
K.Amerika	Otomobil	5.747	6.982	21	ABD	Otomobil	3.078	4.139	34
	Hafif Ticari Araç	7.349	7.956	8		Hafif Ticari Araç	5.383	5640	5
	Ağır Ticari Araç	430	482	12		Ağır Ticari Araç	286	326	14
	Toplam	13.520	15.420	14		Toplam	8.727	10.105	16
Mercosur	Otomobil	3.080	3.007	-2	Brezilya	Otomobil	2.502	2.448	-2
	Hafif Ticari Araç	872	871	0		Hafif Ticari Araç	630	678	8
	Ağır Ticari Araç	245	223	-9		Ağır Ticari Araç	250	162	-27
	Toplam	4.197	4.101	-2		Toplam	3.382	3.308	-2
Batı Avrupa	Otomobil	12.655	11.378	-10	Rusya	Otomobil	1.744	1.930	11
	Hafif Ticari Araç	1.349	1.081	-20		Hafif Ticari Araç	145	144	-1
	Ağır Ticari Araç	381	444	-17		Ağır Ticari Araç	169	190	12
	Toplam	14.385	12.903	-10		Toplam	2.058	2.264	10
Doğu Avrupa	Otomobil	5.714	5.961	4	Hindistan	Otomobil	2.870	3.155	10
	Hafif Ticari Araç	779	788	1		Hafif Ticari Araç	708	731	3
	Ağır Ticari Araç	260	261	0		Ağır Ticari Araç	452	459	2
	Toplam	6.753	7.010	4		Toplam	4.030	4.345	8
Asya/Pasifik	Otomobil	28.620	31.933	12	Japonya	Otomobil	7.140	8.510	19
	Hafif Ticari Araç	6.942	7.688	11		Hafif Ticari Araç	880	984	12
	Ağır Ticari Araç	2.252	2.227	-1		Ağır Ticari Araç	233	258	11
	Toplam	37.814	41.848	11		Toplam	8.253	9.752	18
Diğerleri	Otomobil	2.326	2.233	-4	Çin	Otomobil	12.270	13.389	9
	Hafif Ticari Araç	2.865	2.850	-1		Hafif Ticari Araç	4.853	5.143	6
	Ağır Ticari Araç	99	102	3		Ağır Ticari Araç	1.347	1.283	-5
	Toplam	5.290	5.185	-2		Toplam	18.470	19.815	7
Dünya	Otomobil	58.142	61.494	6	G.Kore	Otomobil	4.261	4.315	1
	Hafif Ticari Araç	20.156	21.234	5		Hafif Ticari Araç	313	314	0
	Ağır Ticari Araç	3.667	3.739	2		Ağır Ticari Araç	52	51	-2
	Toplam	81.965	86.467	5		Toplam	4.646	4.680	1
					BRIC	Otomobil	19.386	20.922	8
						Hafif Ticari Araç	6.336	6.696	6
						Ağır Ticari Araç	2.218	2.114	-5
						Toplam	27.940	29.732	6

Kaynak: LMC.

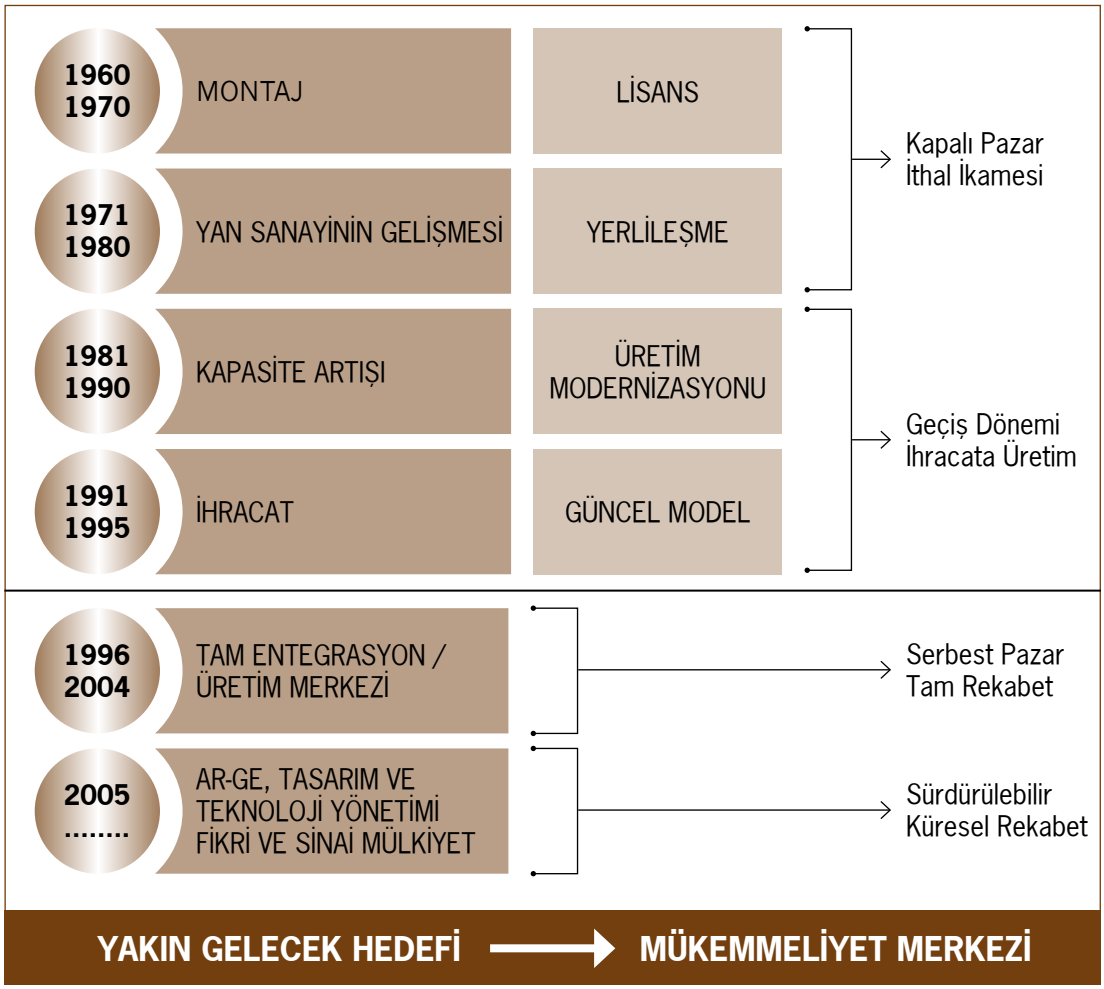
2. TÜRKİYE'DE OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GEÇMİŞE DÖNÜK DEĞERLENDİRMESİ

Türkiye'de otomotiv sanayii, kurulduğu 1960'lı yıllardan bugüne önemli aşamalar kaydetmiştir. Bu aşamalar esas itibariyle beş ana grupta toplanabilir:

- 1960'lı yıllarda "İthal İkamesi" amaçlı traktör ve ticari araçların montaj üretimi.

- 1970'li yıllarda aksam parça üretimine yönelik "Yerlileştirme" ve "Otomobil Üretimi".
- 1980'li yıllarda "Kapasite ve Teknoloji Yatırımları".
- 1990'lı yıllarda "Küresel Rekabet" için yeniden yapılanma ve küresel sanayi ile entegrasyon.
- 2000'li yıllarda daha yüksek katma değer yaratarak dünya pazarlara yönelik tasarım ve üretim için "Sürdürülebilir Küresel Rekabet Süreci"ne giriş.
- Dokuzuncu Plan döneminde (2007/2013) Ar-Ge ve inovasyon alanlarında devlet yardımlarının gelişmesi ile yetkinliğin artışı.
- Plan dönemi sonunda sanayi ve ihracat strateji planlarının oluşturulması ve 2023 vizyonunun belirlenmesi.

Şekil 1. Otomotiv Sanayiinin Gelişme Süresi: 1960 ve sonrası



Kaynak: LMC.

GEÇMİŞTEN BUGÜNE ÜRETİM

Türk otomotiv sanayinde 1963'te yıllık 11 bin adet düzeyinde olan üretim, artan bir seyir izlemek suretiyle 1976 yılına gelindiğinde 146 bin adete ulaşmıştır. Bu artış eğilimin ardında düşme trendi başlamış ve 1976'da ulaşılan bu üretim düzeyine ne yazık ki ancak 1986 yılında yeniden ulaşılabilmiştir. Özellikle 1980 yılından itibaren otomotivde üretim önemsenmeye başlanmış ve 1993 yılına gelindiğinde, 1976 ve 1986 yıllarında ulaşılan sayının neredeyse üç katı olan 453 bin adet düzeyine ulaşılmıştır.

Tablo 2. 1999-2012 Yıllarında Dünyada ve Türkiye'de Otomobil Üretimi

Yıllar	Üretim (x1000)		
	Dünya	Türkiye	Pay %
1999	56.163	298	0,53
2000	58.243	431	0,74
2001	56.503	271	0,48
2002	59.345	347	0,58
2003	61.480	534	0,87
2004	65.381	823	1,26
2005	67.547	879	1,3
2006	70.486	988	1,4
2007	74.494	1.100	1,48
2008	71.422	1.147	1,61
2009	63.242	870	1,38
2010	79.516	1.095	1,38
2011	81.967	1.189	1,45
2012	86.469	1.072	1,24

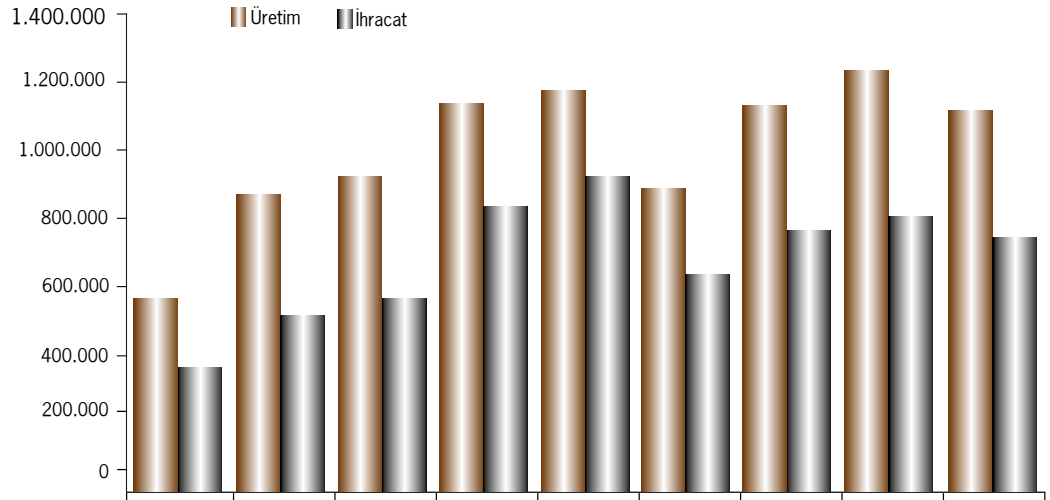
Kaynak: LMC.

Türk otomotiv sanayiinin ilk dönemi olarak ele alabileceğimiz 1960–1980 arası yirmi yıllık zaman diliminde istikrar barındıran ve büyük ölçekli bir üretim maalesef sözkonusu olmamıştır. Sektör ilk yirmi yıllık dönemde 1976 yılında tepe noktasını yakalamış fakat sonra düşüş eğilimine girmiştir. 1980'li yılların başlangıcında üretimde belli bir istikrarın yakalandığı söylenebilir. 1994–1999 yılları arasında yaşanan kriz ve çöküş döneminden sonra 1993 yılındaki üretim düzeyine 2000 yılında tekrar ulaşılmıştır. Bu anlamıyla, otomotiv sektörümüz genel siyasi ortam ve Türk ekonomisinin tarihsel durumu düşünüldüğünde iki büyük kırılma yaşamıştır.

2001-2002'de yaşanan kriz döneminin ardından, sektörde yeni bir ivme yakalanmış ve 2008-2009 yıllarına kadar istikrarlı bir artış ve büyük ölçekte üretim yapılan bir dönem yaşanmıştır. Bahsi geçen bu yakın dönemdeki artışın nedeni olarak, geliştirilen yeni modellerle küresel pazarlarda sağlanan ihracat artışının bilhassa önemli

bir payının bulunduğu bilinmektedir. 2009 yılında bütün dünyada ortaya çıkan ekonomik krizin etkisiyle otomobil üretimi 511.000, toplam üretim ise 869.000 adet olarak gerçekleşmiştir. Ekonomik krizin yaşandığı dönemde beklendiği üzere ihracatta bir daralma da meydana gelmiştir.

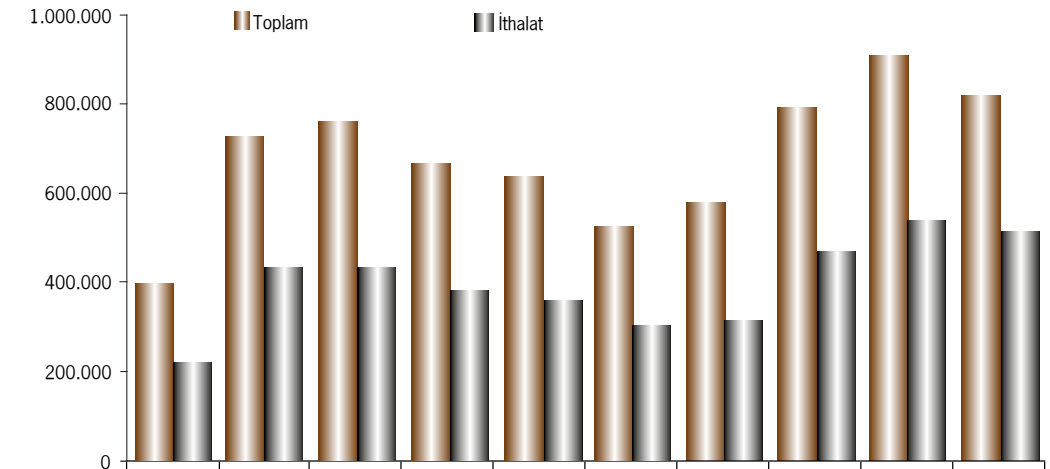
Şekil 2. 2003-2012 Yıllarında Toplam Pazar (Otomobil ve Ticari Araç)



	2003	2004	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Toplam	583.450	884.073	918.082	1.132.951	1.171.917	884.488	1.124.982	1.234.837	1.115.233
Üretim	358.745	518.595	518.595	829.879	920.783	837.855	763.670	801.112	745.354
Üretim %	84	80	81	73	79	72	88	85	87

Kaynak: LMC.

Şekil 3. 2003-2012 Dönemi İhracat/Toplam Üretim (Traktör dahil)



	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Toplam	397.983	741.289	758.537	885.515	834.208	528.544	575.889	793.172	910.887	817.820
İthalat	222.984	430.204	438.033	382.480	355.752	308.087	313.921	485.408	538.532	511.894
İthalat %	58	58	57	57	58	58	55	59	59	83

Kaynak: LMC.

Otomotiv ana sanayinin üretimleri detaylı olarak incelendiğinde en fazla üretimin otomobilden sonra sırasıyla yük taşıma amaçlı üretilen kamyon ve kamyonetler ve yolcu taşıma amaçlı üretilen minibüs, midibüs ve otobüslerde olduğu görülmektedir.

Sanayinin 2000'li yıllardaki performansı, genel ekonomik gelişmeler ve faiz oranları başta olmak üzere makroekonomik göstergelerdeki değişimlerden etkilenmiştir. 2001-2002 yıllarında yaşanan ekonomik kriz, otomotiv sanayini derinden etkilemiş ve özellikle iç talepteki düşüşe bağlı olarak sanayi üretimi 2001 ve 2002 yıllarında önceki yılların önemli oranda altına düşmüştür. Ancak, daha sonraki yıllarda siyasi ve ekonomik istikrarın sağlandığı ortamda mevcut kurulu kapasiteler tümü ile kullanılarak, otomotiv sanayinde aşağıdaki önemli gelişmeler elde edilmiştir:

- Üretim 2002 yılında 350 bin → 2011 yılında 1.190 bin
- Pazar 2002 yılında 175 bin → 2011 yılında 911 bin

YENİLEME PAZARI

Otomotiv sektöründeki bu muazzam büyüme yeni iş kolları için fırsatlar sunmaktadır. Yenileme pazarı, gittikçe genişleyen sektörde gözde bir iş kolu olarak ön plana çıkmaktadır. Sektördeki bu büyük gelişmeyi yakından takip edip, müşteri odaklı çözümle sunarak bu pastadan iyi bir pay almak hiç de zor olmayacaktır.

Türkiye Araç Parkı Gelişimi

2011 yılı sonu itibariyle Türkiye parkında 13,7 milyon araç bulunmaktadır.

Araçlardan 8,1 milyonu binek, 3,1 milyonu hafif ticaridir.

Araç parkı ortalama yaşı 10,2 yıldır.

Toplam araç parkının % 52'sini dizel araçlar oluşturmaktadır.

2023 yılında Türkiye'de 24 milyon araç olacaktır.

2010 yılında el değiştiren araç sayısı 3,6 milyon iken 2023 yılında 7,5 milyon araç el değiştirecektir.

Türkiye'de her 10 kişiden birine bir adet binek aracı düşmektedir, bu oran Türkiye'nin sahip olduğu potansiyelin büyüklüğünü göstermektedir.

2012 yılında Türkiye toplamda 1.073 bin adetlik motorlu araç üretimi ile 86 milyon adetlik dünya motorlu araç üretiminde on yedinci sırada yer almıştır.

2011 yılında 911 bin olan toplam pazar 2012 yılında % 10 azalarak 818 bin adet düzeyinde gerçekleşmiştir.

2012 yılı sonu itibariyle otomobil satışları bir önceki yıla göre % 6 oranında daralarak 556 bin adete gerilemiştir.

Otomotiv sanayiinde 2000-2012 yıllarını kapsayan son 12 yıllık gelişmenin değerlendirilmesi, gelecek ile ilgili gelişmeler açısından önem taşımaktadır. Bu dönemde gerçekleşen toplam üretim kapasitesi 1,66 katı artarken, üretim 3,43 katı artmış bulunmaktadır. Bu üretim artışının yeni yatırımlar yerine mevcut kapasitenin daha fazla kullanılmasından kaynakladığı görülmektedir.

Türkiye'nin 2012 yılında toplam taşıt aracı ihracatı % 7 oranında azalmış ve 745 bin adet düzeyine gerilemiştir. 2012 yılında otomobil ihracatı % 7 düşüş ile 413 bine, ticari araç ihracatı ise % 9 azalarak 317 bin düzeyinde gerçekleşmiştir

2012 yılında taşıt araçları ihracatı 14.667 milyon dolar, ithalatı ise 14.185 milyon dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. 2006 yılı itibariyle sektör sıralamasındaki birinciliğini koruyan taşıt araçları ve yan sanayinin, Türkiye ihracatındaki payı % 12,6 düzeyindedir.

Tablo 3. 2003-2013 Yıllarında Üretim ve İhracat

	2003	2008	2009	2010	2011	2012	2013(T)
Üretim (1000)	534	1.147	870	1.095	1.190	1.073	1000 / 1.100
İhracat (1.000)	359	910	630	755	790	730	700 / 750
İhracat (Mio-$)	6.900	24.700	16.800	17.400	20.400	19.300	19.000 / 20.000

Kaynak: LMC.

Bu yüzden müşteri beklentilerini doğru analiz edip, bu ihtiyaçlara en ekonomik çözümleri bulmak zorundayız.

Unutulmaması gereken önemli bir konu da insan faktörüdür. İnsan faktörü her şeyden önce gelir, bu bakış açısıyla insan güvenliğini ve konforunu baz alan çözümler üretmek zorundayız.

Otomotiv harcamaları aile bütçesinde emlak harcamalarına yaklaşan, hatta neredeyse aşan bir harcama kalemdir. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki, aracın satın alınma maliyeti kadar gerçekleşen tamir ve bakım tutarı hemen hemen eşittir. Sektörde avantaj sağlamak için yenileme parçalarının, tamir ve bakım masraflarının bütçeye uygunluğuna dikkat etmeliyiz. Araç sahipleri için bu konu oldukça önem taşır.

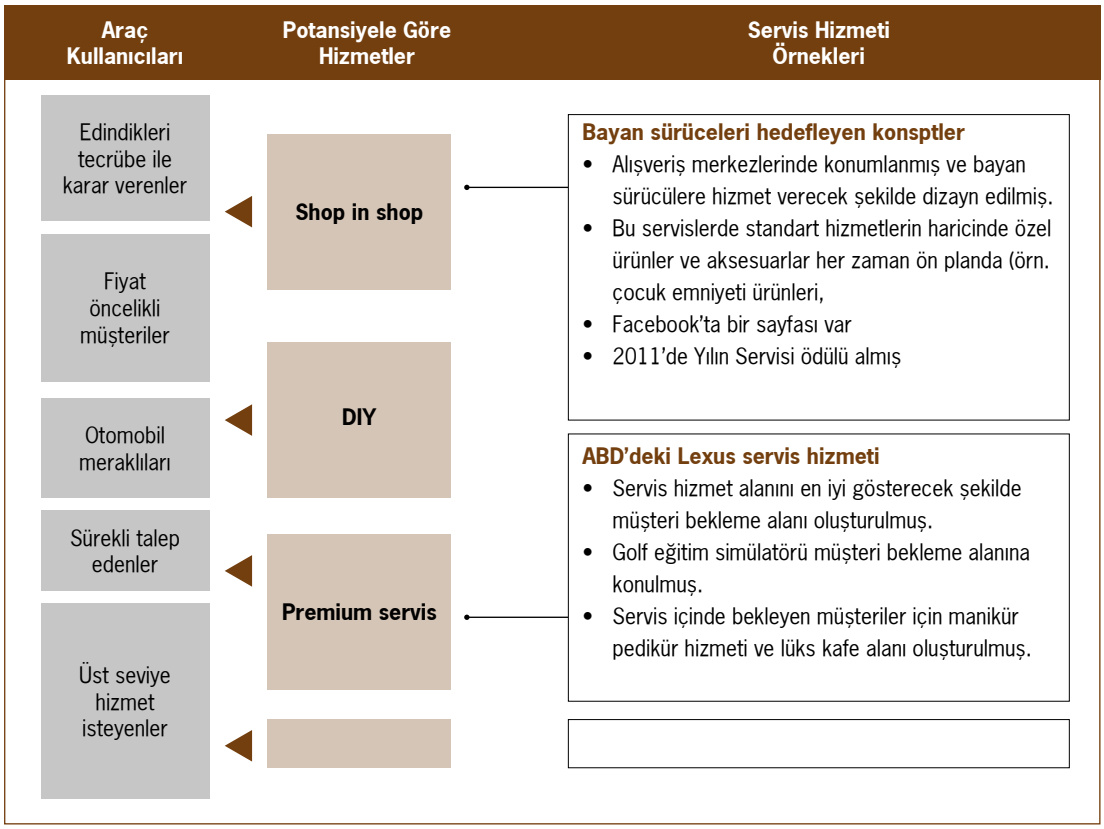
Tablo 4. Araç Sahipleri Nasıl Bir Hizmet Bekler?

1970	1980	1990	2000	2010	2020	2030	2040

GEÇMİŞ	GÜNÜMÜZ	GELECEK
• Araç sahibinin beklentisi aracının onarılmasıydı. • Hizmet genellikle sadece teknik anlamda basit bir teknoloji ile veriliyordu.	• Farklı müşteri segmentlerinin çok farklı tercihleri var. • Servisler farklılaşmayı hizmet çeşitliliği ve katma değer yaratan faaliyetlerle sağlıyorlar.	• Yeni sosyal ve otomotiv trendlerinin araç sahiplerinin davranışlarını önemli ölçüde belirleyebileceğini söyleyebilirz. • Yeni trendleri tanımlayan ve yaratan hizmet sağlayıcılar rekabet alanında güçlü olacaklar.

Kaynak: LMC.

Şekil 4. Servis Hizmet Örnekleri

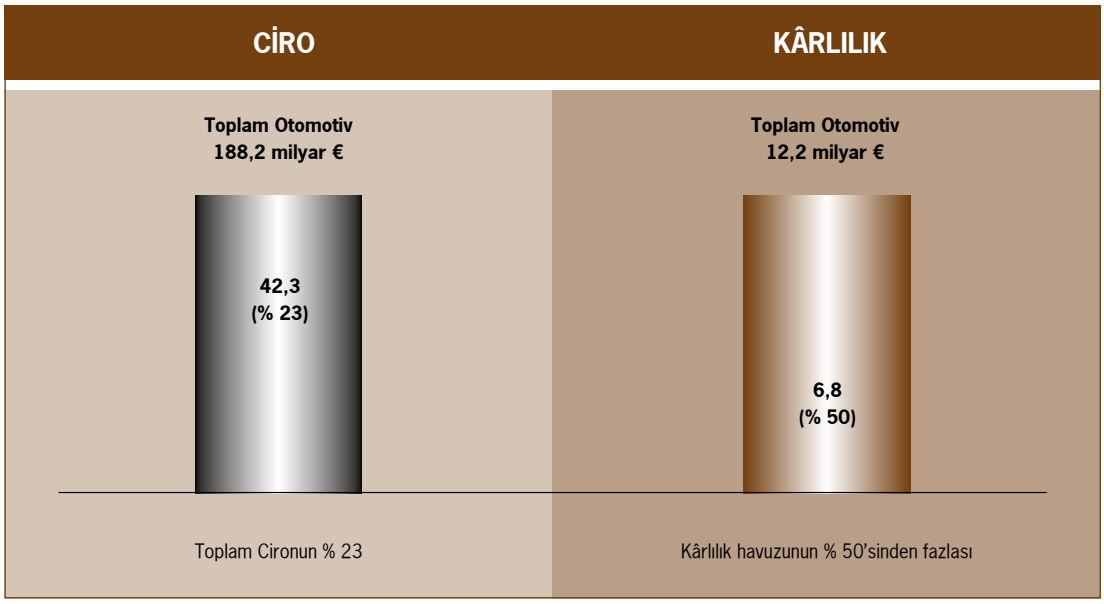


Kaynak: LMC.

Otomobil satın alımından sonra daima yüksek performans alabilmek için gerekli onarım ve düzenli bakım konusunu ihmal etmemek gerekmektedir. Arabanın tamir ve bakımı birçok değişik unsurdan oluşan karmaşık bir zincir gibidir ve biz bunu 'otomotiv yenileme pazarı' olarak adlandırmaktayız. Yenileme pazarı zincirinin her safhası önemli olup her işlemci yenileme parçalarının, tamir ve bakımının

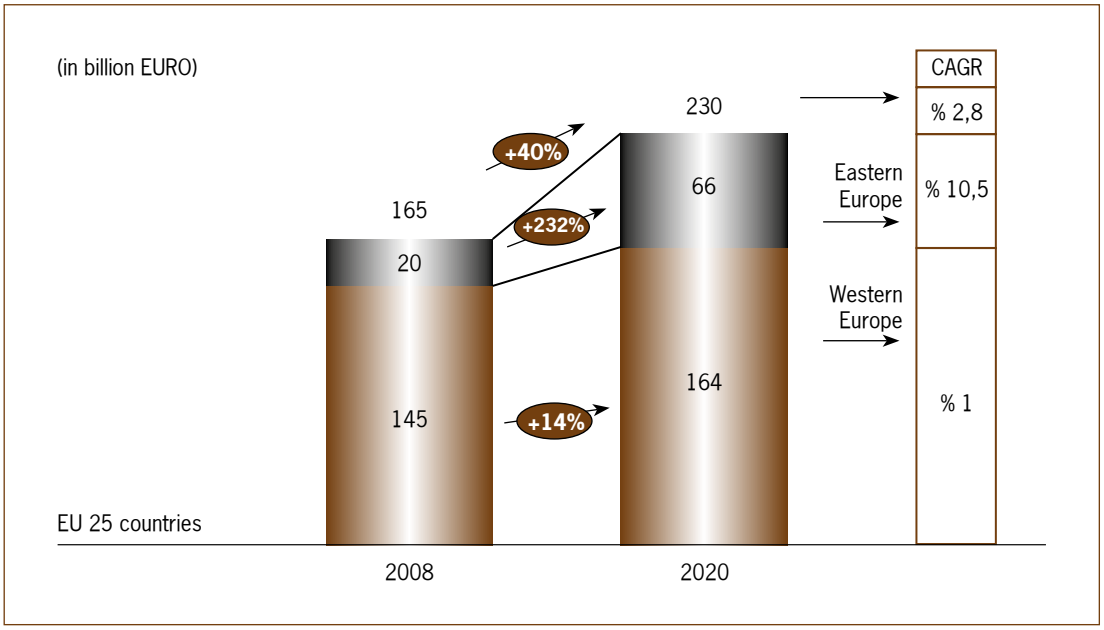
rekabetçi ve etkin olması için özel bir rol üstlenir. Gerçekte, rekabetçi otomotiv yenileme pazarının aracın tüm ömrü boyunca bütçeye uygun olabilecek bir hareketliliği sağlaması ön koşuldur.

Şekil 5. Alman Otomotiv Endüstrisi Ciro-Kârlılık Paylaşımı



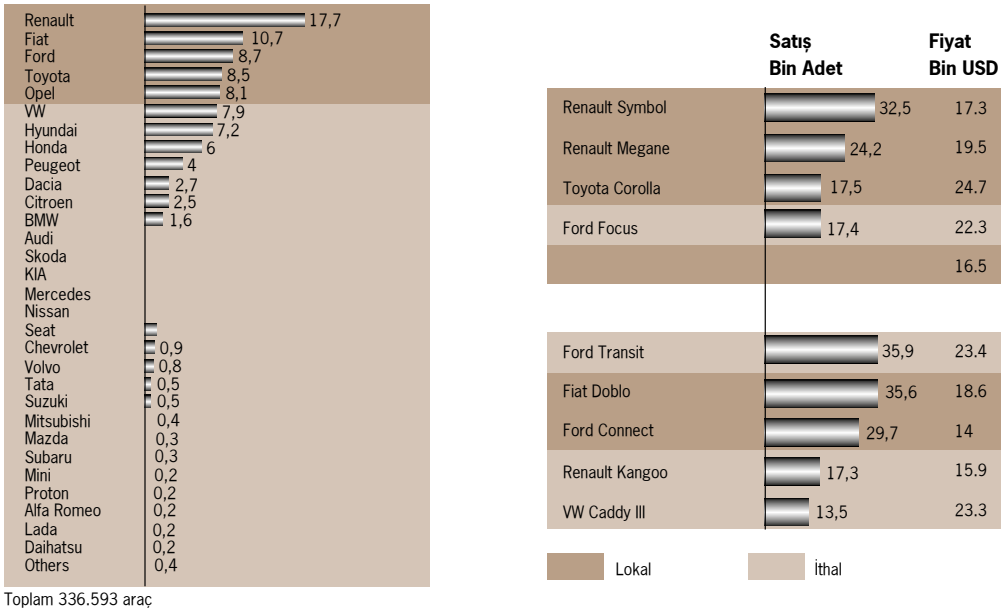
Kaynak: McKinsey Care Initiative; Datamonitor; AAIA Factbook 2005/06; 2005 ZDK.

Şekil 6. Avrupa Otomotiv Aftermarket Pazarı Gelişimi



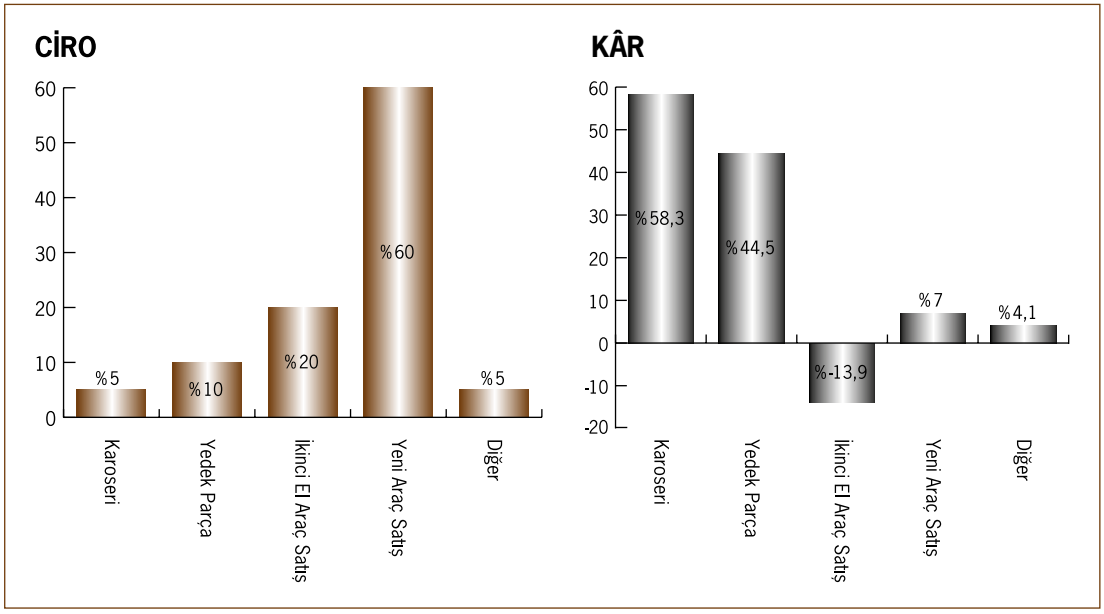
Kaynak: ACEA, PWC.

Tablo 5. Türkiye'de Marka Bazlı Araç Satışları (2007)



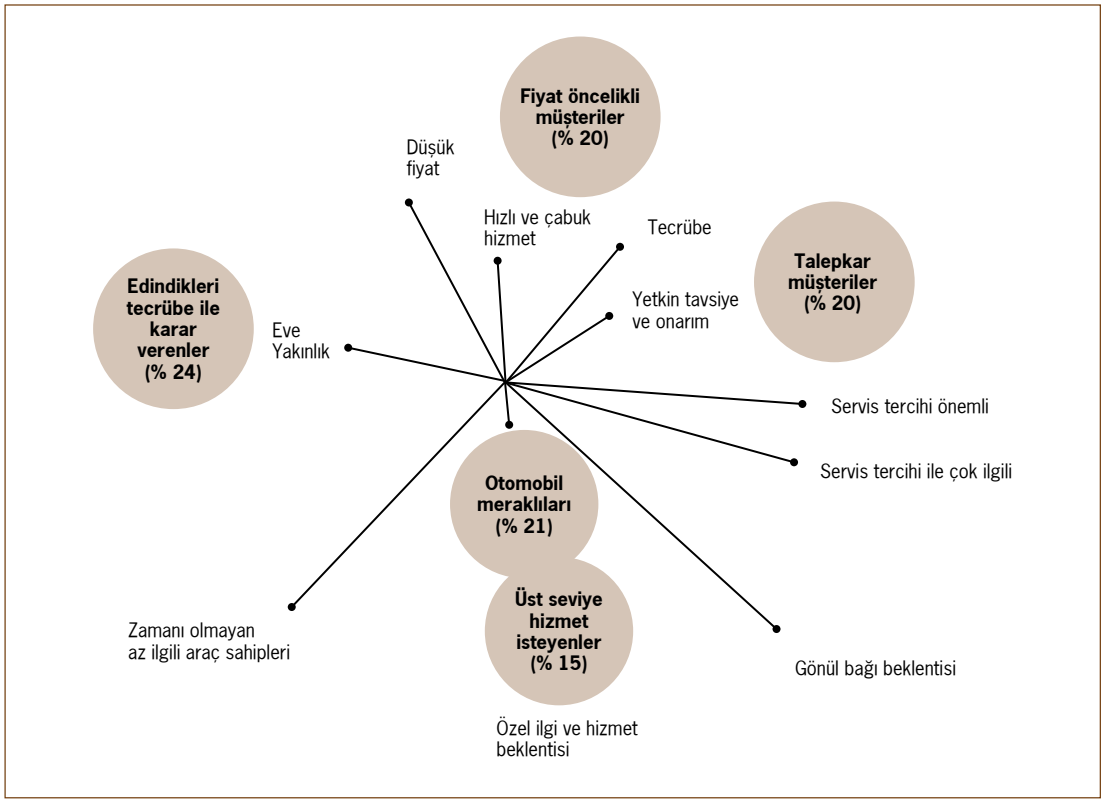
Kaynak: LMC.

Şekil 7. Araç Ömrü Boyunca Elde Edilen Kazanç Dağılımı



Kaynak: AUTOHAUS/ Institue for Automotive Research, Germany.

Şekil 8. Müşteri Beklentileri Dağılımı



Kaynak: LMC.

Tablo 6. Revaçtaki Müşteri Beklentileri

Sosyal alandaki tüketici trendleri

- İnternet kullanımının artışı ve mobil erişimin gelişimi
- Sosyal yaşama virtual gerçeklerin girmesi ve B2C yerinin C2C'nin alması
- Şehirleşmenin artması
- Sosyal sorumluluk bilincinin artması
- Yaşlanan nüfüs
- Çevresel konuların daha çok önem kazanması
- Bireysel sağlık ve keyif ön planda olacak yaklaşımlar

Otomotiv alanına özgü trendler

- Elektrikli ve alternatif enerji kaynaklı araçların ortaya çıkışı
- Yakıt, enerji verimliliği ve emisyonlardaki değişim konfor ve eğlence elektroniğinin araçlara entegrasyonu ve araçtan araca iletişimin artması
- Araçlardaki aktif emniyet özelliklerinin ön plana çıkması
- Ekonomik ağırlık merkezlerinin gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru kayması
- Çevresel konuların daha önem kazanması

OTOMOTİV YEDEK PARÇA ALANINDAKİ KİLİT MÜŞTERİ TRENDLERİ

DİJİTAL YAŞAM STİLİ	MOBİL OLMA İSTEĞİ	YENİ YEŞİL ÇEVRE BİLİNCİ

Kaynak: LMC.

Önemli Müşteri Beklentisi ve Kurumsallık

Sektörün önde gelen bir firmanın yaptırdığı araştırmaya göre müşteriler tercihlerini büyük oranda kurumsal firmalardan yana kullanmaktadır.

Kurumsallaşma bir kurumun, bir kuruluşun veya bir işletmenin kişilere bağımlı olmadan faaliyetlerini sürdürebilmesi ve geliştirebilmesini sağlayan bir yapıya kavuşturulabilmesi işlemine denir.

Kurumsallaşmanın temel amacı; kurum, kuruluş ve işletmelerin, patron, lider yönetici ve önemli personele bağımlı olmadan faaliyetlerini sağlıklı bir şekilde yürütebilmeleri ve geliştirebilmeleridir.

Tablo 7. Araç Yaşına Göre Servis Seçme Kriteri

≤ 2 YIL		3-4 YIL		5-7 YIL		≥ 8 YIL	
Faktör	Önem Derecesi*	Faktör	Önem Derecesi*	Faktör	Önem Derecesi*	Faktör	Önem Derecesi*
1. Kişisel deneyim	10	1. Kişisel deneyim	10	1. Kişisel deneyim	10	1. Düşük fiyat	10
2. Marka uzmanlığı	9,6	2. Tek çalışanla muhattap	4,9	2. Tek çalışanla muhattap	6,5	2. Kişisel deneyim	9,2
3. Orijinal parça kullanımı	9,1	3. Garanti	4,4	3. Gerekli onarımların detaylı anlatımı	5,3	3. Tek çalışanla muhattap	6
4. Garanti	6,6	4. Marka uzmanlığı	4,3	4. Hızlı servis	5	4. Tahmini fiyata bağlılık	5,6
5. Tek çalışanla muhattap	6,1	5. Orijinal parça kullanımı	4,2	5. Çalışanın dostça yaklaşımı	4,9	5. Erken tarihe randevu	5,5
...		...		...		...	
...		...		...		...	
...		...		...		...	
...		...		...		...	
				14. Düşük fiyat	3,6		
22. Çalışma saatleri	0,5	22. Çalışma saatleri	0,5	22. Marka uzmanlığı	1,4	22. Orijinal parça kullanımı**	0,2
23. Düşük fiyat	0	23. Düşük fiyat	0,4	23. Orijinal parça kullanımı	1,4	23. Marka uzmanlığı**	0,2

↓ KURUMSALLIK

Önem derecesine göre sıralanmıştır.
* Önemli, etkisi yüksek olan.
** Negatif veya pozitif etkisi çok düşük.

Kaynak: McKinsey Report Care.

Tamir Zinciri Nasıl İşler?

Üretilmekte olan parçalar – Parça üreticisiz araç olamaz

Yenileme parçalarının bağımsız dağıtımı – Güçlü ortak

Aracın tamiri – Rekabetçi iki seçenek

Üretilmekte Olan Parçalar – Parça Üreticisiz Araç Olamaz

Bir aracı üretirken, üreticiler parça tedarikçilerine çok fazlasıyla güven duyarlar. Aynı zamanda Orijinal Ekipman Tedarikçileri (OES) olarak da adlandırılırlar. OES, yalnızca araç parçalarının en önemli üretim kaynağı değil, aynı zamanda yeni araçların ilk montaj parçalarının tasarım mühendisleri olarak da anılmaktadırlar.

Tablo 8. Satış, Pazarlama, Teknik Destek ve Servis Açısından Dün ve Bugün

	Eski Dünya	Yeni Dünya
Satış	Sıcak Satış Dikey Stok, stoklar üzerinden kazanç Satış Temsilcisi Sevkiyat	E-Ticaret Yatay Stok ve stok kontrol sistematiği Satış Danışmanı Planlı ve düzenli sevkiyatlar
Pazarlama	Montaj Spesifikasyonları Teknolojik ürünler ile büyüme Maliyet odaklı ürün pazarlama	Aftermarket Spesifikasyonları Teknolojik + Commodity ürünler ile büyüme Pazar odaklı ürün ve hizmet pazarlama Time to Market (Doğru zamanda doğru ürün)
Teknik Destek	Yedek Parça Teknik Destek	Yedek Parça - Diagnostik + Teknik Hizmetler Katma değer yaratan teknik destek
Servis Yönetimi	Ürün Bulunabilirliliği Fiyat / Kazanç odaklı hizmet anlayışı Beklentileri karşılamak Müşteri sadakati	Hızlı ve gün içinde sevkiyat Güven ve farklılık yaratan hizmet anlayışı Beklentileri yaratmak Tavsiye edilebilmek

Kaynak: LMC.

Yenileme pazarında araç üreticilerinin otomotiv yenileme parçalarının üretimine iştirak ettikleri geniş kamu kesimince çok fazla bilinmemektedir. Araç üreticileri sadece parçaların % 20'lik bölümünü tamir amaçlı üretirler, yani yenileme parçalarının kalanı parça üreticileri tarafından üretilir.

Bağımsız yedek parça üretici endüstrisinin varoluşu oldukça önemlidir, müşterilerin talebini karşılamak için geniş bağlamda ihtiyaç duyulan parçaları üretirler ve otomotiv yenileme pazarında yetkili araç üreticileri dağıtım ağı, bağımsız dağıtım ve tamir sistemi arasında da rekabeti oluştururlar.

Tablo 9. Araç Sahibi Segmentine Göre Değişen Servis Seçim Kriterleri

Talepkar araç sahibi	Üst seviye hizmet isteyenler	Otomobil meraklıları	Fiyat öncelikli araç sahipleri	Tecrübe ile kara verenler
1. Kişisel deneyim	1. Kişisel deneyim	1. Kişisel deneyim	**1. Düşük fiyat**	**1. Servisin müşteriye yakınlığı**
2. Tahmini fiyata bağlılık	2. Tek çalışanla muhattap	2. Tek çalışanla muhattap	2. Kişisel deneyim	2. Kişisel deneyim
3. Tek çalışanla muhattap	**3. Servisin müşteriye yakınlığı**	**3. Erken tarihe randevu**	3. Tek çalışanla muhattap	**3. Düşük fiyat**
4. Çalışanların dostça yaklaşımı	**4. Çalışanların dostça yaklaşımı**	**4. Çalışanların dostça yaklaşımı**	**4. Hızlı servis**	4. Tek çalışanla muhattap
5. Düşük fiyat	**5. Hızlı servis**	**5. Servisin müşteriye yakınlığı**	**5. Erken tarihe randevu**	**5. Erken tarihe randevu**
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
8. Erken tarihe randevu	8. Erken tarihe randevu	8. Gerekli onarımların detaylı anlatımı	8. Servisin müşteriye yakınlığı	8. Gerekli onarımların detaylı anlatımı
9. Hızlı servis	9. Gerekli onarımların detaylı anlatımı	9. Tahmini fiyata bağlılık	9. Tahmini fiyata bağlılık	9. Zaman uyumluluk
10. Yetkin çalışan				

- Önem derecesine göre sıralanmıştır.
- Kahverengi alanlar hizmet algısını farklılaştıran temel faktörlerdir.

Kaynak: McKinsey Report Care.

Yenileme Pazarının Bağımsız Dağıtıcıları – Güçlü Ortak

Üretim tamamlandıktan sonra servislerde tamir ve bakım işlemlerinin gerçekleştirilebilmesi için yenileme parçalarının dağıtımına ihtiyaç vardır. Dağıtımı yapılan parçaların kendine özgü bir yapısı vardır. Lojistik ve örgütlenmede mükemmel yönetim, esneklik, doğruluk, müşteri gereksinimlerini karşılamak adına geniş ürün yelpazesi ve istenen sürede teslimatın gerçekleşmesi gibi birçok kalite safhasının oluşumu uzmanlaşma gerektirmektedir. Tam zamanında teslimat çok ama çok önemlidir çünkü müşteri, aracının mümkün olduğunca çabuk tamir edilip yola çıkmasını ister.

Araç üreticileri kendi dağıtıcılarına, yetkili servislerine ve onların dağıtım ağında yer alan markalarının araç tiplerine ait yedek parçaların arzını gerçekleştiriler ve bu işlev sadece kendi markaları için geçerlidir.

Diğer yandan bağımsız toptancılar farklı tip ve markalarda olan yedek parça çeşitlerine (araç üreticilerinin markalı parçaları hariç), orijinal yedek parçalardan eşdeğer kalitedeki parçalara ya da daha yüksek kalitedeki parçalar ile aracın yaşına göre uyumlaştırılmış parçalara kadar farklı seçeneklerde dağıtım yapabilmektedirler. Her iki durumda da, tüm parçalar üretim güvenliğini ve çevresel kalite gereksinimlerini karşılamaktadır.

Bağımsız dağıtıcılar için çok markalı tamir servisleri, acil yol yardım şirketleri, filo sahipleri veya diğer perakende şirketler öncelikli müşterileri arasında yer almaktadır. Araç üreticilerinin dağıtım ağının yetkili servisleri de aynı yolla bağımsız parça

dağıtıcılarından parça satın alırlar. Rak bazlı depolama sistemine göz atarsak, bu sistem alanı bağımsız parça dağıtıcılarının kapasitesini şekillendirir. Stokları, gelen siparişleri, giden teslimatları ve müşterilerine doğru zamanda doğru parçaların tedariğini ve böylelikle tüm lojistik faaliyetleri yönetirler. Günümüz araç modelleri için sürekli olarak 200.000 civarında referansı stokta tutmaktadırlar. Kural gereği teslimat günde 2 ya da 3 kez gerçekleşir. Şahsi ve bireysel teslimatları da bunlara ilave etmek gerekmektedir. Esneklik, yenileme parçalarının dağıtımında anahtar bir rol üstlenmektedir.

Aracın tamiri – İki rekabetçi seçenek

Tamir veya bakım işini gerçekleştirirken servisler yenileme parçalarının kaynağına ihtiyaç duyarlar. Bu durumda yetkili dağıtım ağı veya bağımsız parça dağıtıcıları arasında seçim yapmak zorundadırlar. Eğer rekabet, pazar işlevlerinin en etkin olduğu durumda gerçekleşiyorsa yenileme parçalarının rekabetçi fiyatlarından önemli ölçüde avantaj elde ederler (örneğin bazı parçalarda bir istisna söz konusudur. Sözkonusu parçalar araç üreticileri tarafından üretilirler ve sadece araç üreticilerinin yetkili dağıtım ağına kaynak teşkil ederler).

Dağıtım zincirinin en sonunda, motorlu araç kullanıcısı veya ticari kullanıcı yer alır, (gerek hane halkına ait araç gerek filo şirketine ait ticari araç) araç üreticilerinin dağıtım ağında yer alan yetkili servisler veya bağımsız motorlu araçlara yönelik hizmet pazarı olarak bu iki ticari seçenek arasında seçim yapılır.

Neticede tamir olgusunun müşteriye uygun olması şarttır. Motorlu araç kullanıcıları nasıl, nerede, kim tarafından hangi parçalar araçlarına servis edilir veya tamiri yapılır, bunları özgür bir şekilde seçme hakkına sahip olmalıdır. Farklı servisler tarafından sunulan geniş ürün yelpazesi, motorlu araç kullanıcılarının farklı taleplerini karşılamakta ve makul bir seviyede ticari hareketliliği ve personel hareketliliğini temin ederek sağlıklı bir rekabet ortamı sağlamaktadır.

Perakende ve Servis Kanalı Beklentileri

- **Satış Danışmanlığı**
  - Bilgilendirme ve yönlendirme için daha fazla zaman
  - Sistematik bilgi akışının sağlanması

- **Sevkiyat Süreçleri**
  - Farklı müşteri yapılarına uygun sevkiyat çözümleri

- **Ürün Çeşitliği**
  - Sipariş karşılama düzeyi
  - Doğru ürün sevkiyatı

Yenileme Pazarının Can Damarı: Yedek Parça ve Yönetimi

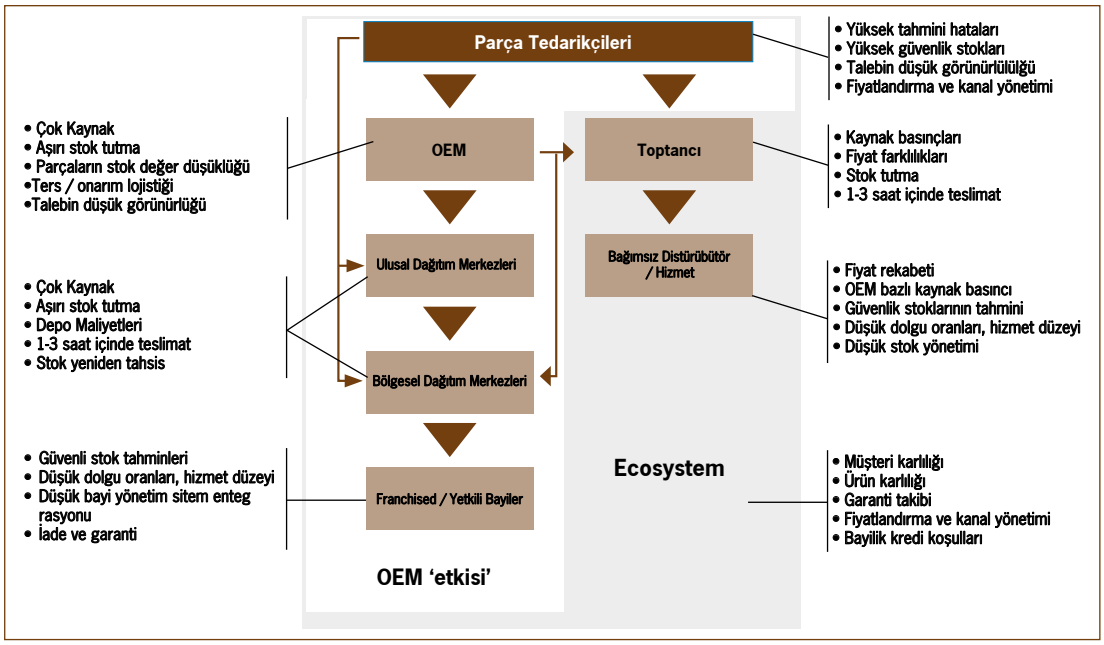
Temel amaç karmaşıklığı yöneterek otomotiv yedek parça kârlılığının korunması ve stok çeşitliğinin genişletilmesi sağlamaktır. Bu temel amacı sağlamanın yanı sıra özellikle yoğunlaşılması gereken en önemli konulardan biride yüksek stok maliyetini optimal seviyede tutabilmektir. Yüksek envanter yükünün işletmeler için büyük bir külfet oduğu sektördeki tüm firmalarca iyi bilinen bir realite olmasının yanı sıra; bir diğer yadsınamaz gerçek de müşteri memnuniyetinin en önemli kriterlerinden biri olan yedek parça bulunurluğu olduğunun unutulmaması gerçeğidir. Bu hedefe ulaşılmasının en belirgin göstergeside yüksek stok devir hızı değerleridir.

İşletmeler yüksek stok devir hızını yakalamayı temel amaç edinmenin yanı sıra, stok bulunurluğunu ve çeşitliğini yüksek değerlere ulaştırmaya çalışmalıdırlar. Bu yüzden uygun iş zekâsı yazılımlarının kullanılması zaruri bir hal almıştır. Bunun yanında dikkat edilmesi gereken bir önemli zaruret de tedarik zinciri yönetimidir. Bunu başarabilmenin yöntemi ise doğru ve itibar edilen ticari ortaklarla işbirliği yapmaktır.

Kapsamlı Zorluklar

Otomotiv yedek parça ekosistemi geniş ve son derece parçalanmış durumdadır. Yedek parça üreticileri müşteri portföylerini geliştirmek için tedarikçi ve servislerle satış sonrası hizmet için anlaşmalıdır. Buna ek olarak müşterilerin kullandığı dağıtım kanalları ile toptancılarla da özel bir ilişki geliştirmelidirler.

Şekil 9. Aftermarket Ekosistemi

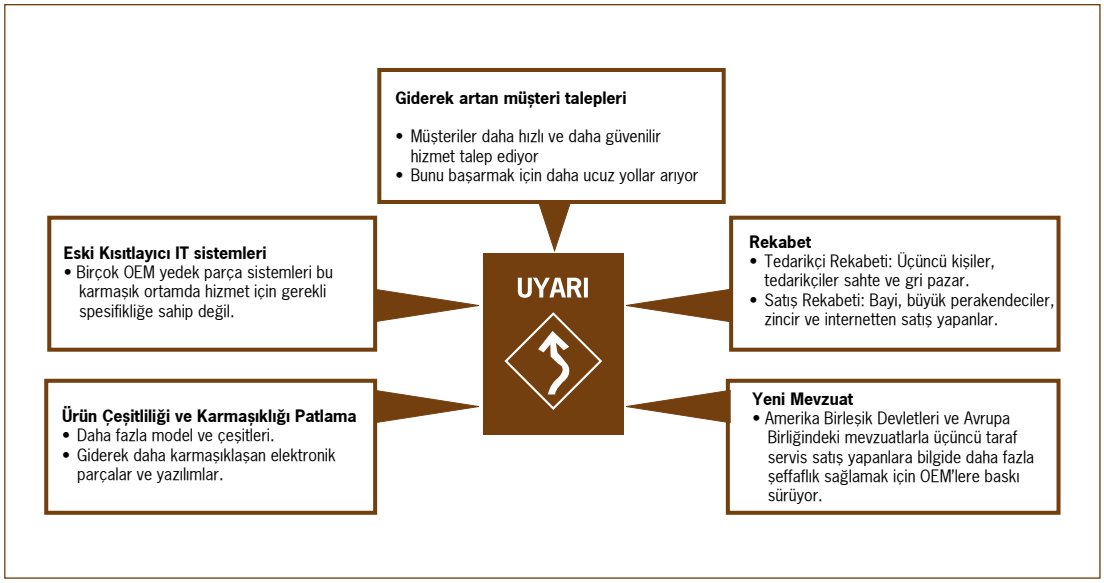


Kaynak: IBM Institue for Business Value.

Yedek parçalar tedarik zinciri boyunca stok yapılan tüm noktalarda farklı problemlerle karşılaşır. Doğru parçayı doğru zamanda doğru nokta da bulundurmak yüksek miktarda stok olmadığı müddetçe çok zordur. Stok noktalarında karşılaşılan sorunlar genel olarak iki maddeyle özetlenebilir, yetersiz tahmin ve envanterde görüş yetersizliği. Bu iki ana unsur esnek fiyatlandırma kriterini kısıtlandırır.

Stokun tedarik zincirlerinde hareketini görememe talebe bağlı tahmin kabiliyetini sınırlar. En üst seviyede yeteneğe sahip organizasyonlar bile, ne tedarikçi ne de OEM aftermarket talebini kesin tahmin edememektedir. Geleneksel olarak, talep tahmininin en net ve kesin olduğu nokta yığılma noktalarıdır. Yığılma seviyesinde bile net olmayışı zincirin son halkasına doğru tahminlerin ne kadar yetersiz olduğunu göstermektedir. Yedek parçadaki fırsatlar bu kadar aşikârken OEM'ler kendi

Şekil 10. Otomotiv OEM'in Önündeki Zorluklar



Kaynak: IBM Institue for Business Value

kârlılık oranlarını korumakta ve artırmakta birçok sorunla yüzleşmektedirler. (Bkz: Otomotiv OEM'in önündeki zorluklar). Yedek parça pazarı çok fazla segmentten oluşan diğer sektörlere göre daha karmaşık bir yapıya sahiptir, bu yüzden yönetimi de bu yapı içerisinde kısmen daha meşakkatlidir.

Rekabet

Müşteri kazanma rekabeti üçüncü taraf tamircileri, tedarikçiler, distribütörler ve perakendeciler arasında oldukça sıkı geçmekte ve OEM hacimleri ile marjinleri üzerinde artan baskıyla beraber daha da kızgınlaşmaktadır. Franchise bayilerinin birçoğu çok yalın maliyet yapısı ile çalışarak her geçen gün sayılarını arttırmakta-

dır. Gelişmiş pazarlarda pazar payı çeşitli hizmet kanalları arasında kurulmuş ve o ölçüde sabitlenmiştir.

Tedarikçi tarafından, üçüncü şahıslar agresif bir şekilde aftermarketi 'eşdeğer kalite' parça markası olarak hedeflemektedir. Bu baskı altında bazı marketlerde 'gri market' ürünleri (üretici tarafından konulan ücretlendirmenin aşağısında legal otoriteler tarafından satılan ürünler) ve taklit/sahte ürünleri de görmek mümkündür.

Sahte ürünlerin % 80'inin Çin bazlı olduğu tahmin edilmektedir. Bu parçaların % 50-85'inin otomotiv üreticilerine eşdeğer parça olarak satıldığı, satılanların da aşınma ve sistem entegrasyonu alanlarında sadece % 20-30 oranında performans sundukları tahmin edilmektedir. Araç üreticileri satış kaybı ile ilgilerini kaybetmektedirler. Eskime süresi kısa olan değişebilen parçalar aracın kendisini yansıtmaktadır. 2011'de sahte yedek parça pazarı 45 milyar dolara ulaşmıştır.

Aynı zamanda araba üreticileri büyüyen 'gri pazar'la da baş etmekte zorlanmaktadır. Gri market orijinal parça üreticilerinin yasal olmayan yollarla sattıkları ürünleri de kapsamaktadır. Örneğin bir üretici çalışma saatlerinde orijinal parça üretip, çalışma saatleri dışında kalan zaman diliminde de üretimi kesmeyip aynı ürünü üretmeye devam edebiliyor. Bu çalışma saatleri dışında üretilen parçalar legal olmayan distribütörlere çok uygun fiyatlarla satılıyor. Neticede, kayıtdışı üretilen bu parçaların kaydının olmaması bu ürünlerden piyasada kaçar adet dolaştığını takip etmeyi ve dolayısıyla gri marketin sektöre etkisini tahmin etmeyi zorlaştırıyor.

Perakende bazında büyük bağımsız satıcılar ve zincir yöneticileri araç üretiminden pay almaya çalışıyor. Bazı durumlarda OE Franchise bayileri de OE parçası olmayan parçaları piyasaya sürerek buna destek oluyor.

Yeni Mevzuat

ABD'de önerilen mevzuat, AB içerisinde de uygulanmaya konmuştur. Bu mevzuat OEM'lerin üçüncü taraf servislerine daha fazla bilgide şeffaflık sunmalarını gerektirmektedir. Araçların her geçen gün daha fazla yazılım ve gömülü sistemler tarafından kontrol ediliyor olması, üreticilerin aracı kilitleme (başka ürünle onarılmalarına olanak vermeme) ve üçüncü taraf servis outletlerinin işlem dışı kalmasına zorlamakla suçlanmalarına sebep olmaktadır. Bu mevzu birçok aftermarket birliği tarafından dile getirilmiş ve üreticilerin bilgi paylaşımında daha şeffaf olmalarına dair lobicilik yapılmasını gündeme getirmiştir.

ABD pazarında, motorlu araç sahiplerinin hakları ve Tamir Yasası (HR 2694) ABD Kongresi'nde sunulmuştur. Bu sunumun amacı OE üreticilerinin güvenlik ve tamir bilgilerini, tüm araç kullanıcıları ve bağımsız franchise bayilik ağı olan aracı tamir-

cileri de araçlara aynı oranda servis sunabilmelerini gerektirecek kadar ifşa etmeye zorlamaktır.

ABD federal mevzuatı geleceği belirsizliğini korurken, ABD içerisindeki statülerin bu konuyu daha aktif bir şekilde ele aldıkları görülmektedir. 2008 yılında başlayan uygulama ile Kaliforniya'da bağlı olmayan OE tedarikçileri tamamen işlevsel yedek anahtarlar sağlamaktadır. Bu şekilde tüm kodlama (anahtar) bilgileri ve araçları üçüncü şahıs tamir atölyelerine sunulmuştur. Bu mevzuat ile geleneksel OEM Francis'e onarım tesislerinin alanı olan servis sektörü diğer tedarikçilere emsal oluşturmuştur.

AB'de 2003 yılında değişen Muafiyet Tebliği (BER), araç üreticilerinin OE olmayan parça kullanılmış araçların garantilerini geçersiz kılmalarını engelledi. Üçüncü şahıslar bundan böyle kalitede eşdeğer parçaları kullanabilmektedir. Aynı zamanda araç üreticileri bağımsız tamircilere gerekli servis bilgilerini sunmak ve gerektiğinde parça tedarik etmek zorundadır. Bu mevzuata ek maddeler ve üreticilerin düzenli diagnosis rutinlerini de bağımsızlara açıp açmaması AB içerisinde tartışılmaktadır.

Ürün Çeşitliliğinde ve Karmaşıklığında Patlama

Son birkaç on yılda hemen hemen her ihtiyaca göre araç üreticilerinin yedek parçada çeşitlendirme sağlamaları ve araç modellerinde ki hızlı artışla yedek parça denklemi, hem karmaşık hem de çok büyük boyutlara ulaşmıştır. Bunun yanı sıra araç üreticileri, birçok farklı model için müşterilerinin isteklerine göre düzenleme seçeneği de sunuyor.

Seçeneklerin ve seçim bazlı ürünlerin yaygınlaşması daha kısa süreli tasarım döngülerinin ve rekabette kızışan market için daha fazla modelin daha hızlı bir şekilde pazara girmesini gerektiriyor. Bu da aftermarket çeşitliliğinde patlamaya sebep verirken yedek parçanın kompleks çeşitliliğini de kontrol etmeyi zorlaştırıyor.

Yedek parça yönetimini destekleyen şu an itibariyle var olan IT sistemleri ve yazılımlar elektrikli parçalardaki çeşitliliğini ve artışı takip etmekte sınırlı kalıyor. Çoğu durumda yedek parça yönetim sistemleri, henüz parça çeşitliliğinde etkin bir şekilde sınıflandırma sunamamaktadır. Yazılım güncellemeleri şu an fren balatasından çok da farklı bir şekilde muamele görmemektedir.

Yedek parça yönetimi, yazılımı tarafıyla uygulanan sistemlerin güncellemeleri ve değişik birçok yazılım bileşeninin doğru yönetimine bağlıdır. Her araç donanımı için yazılım bileşenleri ayrı varlıklar olarak yönetilmelidir. Her belirli yazılım bileşeni diğer yazılım bileşenine veya diğer belirli donanım platformuna göre ayrı bir kompleks yapıya sahiptir. Bu yapının ürün geliştirmede kurulması gerekmektedir.

Tüm üretim aşamalarında, serviste ve satış sonrasında düzenli takip edilebilmesi için kapsamlı veri yönetim omurgası gerekir. Şu anda birçok OEM için böyle bir uygulama söz konusu değildir.

Gelecekte aracın yazılım bileşenlerinin dağıtımı, elektrikli ve elektronik sistem mimarisi içinde standartlara göre yönetim sistemi içerisinde inşa edilmelidir. Aracın mevcut durumunu gösteren elektronik okumayı uyumlu, verimli ve güvenli bir şekilde uygulayabilen sistem güncellemeleri aftermarketin en büyük problemlerinden biri olarak devam etmektedir.

En Önemli Yardımcımız Gelişmiş Yazılım ve İş Zekâsı Çözümleri

OEM tarafından işletilen birçok yedek parça sistemleri şu dönemdeki karmaşık ortamın ihtiyaçlarına cevap vermede eksik kalıyor. Birçok araba üreticisi kendi sistemleri içerisinde tüm tedarik zincirlerini gösterip, onlara farklı katmanlardan oluşan bir sistem planlayarak optimize edebilecek yapıya henüz sahip değildir. Şu an en güncellenmiş sisteme sahip olanlar, sadece ellerindeki eski sistemi sınırlı işlevselliğe sahip programlarla değiştirmiş bulunmaktadır. Yedek parça yönetimi için hazırlanmış IT sistemi 6 ana konuya cevap vermelidir;

- Katalog ve ana malzeme
- Stok tahmini
- Stok görünürlüğü
- Sipariş karşılama / geri dönen parçalar
- Dinamik fiyatlandırma
- Sistem ve süreç entegrasyonu

Eski sistemler büyük ölçüde, kendi toplu-kontrolü doğası gereği, sipariş karşılama alanlarında sınırlıdır. OEM'lerden gelen siparişler hızlı teslimat ile kısıtlandırılmıştır. Gerçek zamanlı parça siparişi, nokta satış verilerinin satış tahminleriyle kombinesi, otomatik yenileme sistemi (perakende envanter yönetim sistemi) ve satıcı envanter eğitimi satıcının raflardaki parça oranını artırır. Envanter günlük yönetilir, acil siparişler ise bir istisna olarak görülür ve normal iş düzenine dahil edilmeksizin halledilir. Bayilerde istisnalarla karşılaşılması durumunda alternatif mekanizmalar olmalıdır. Mesela, bayiden bayiye transferler (B'den B'ye), eşzamanlı sipariş olanakları gibi.

Etkili IT sistemi OEM ve bayi arasındaki tüm envanter görünürlüğünün bağlantısını tüm aftermarket ağı üzerinden gösterir. Hem OEM hem de bayi, stok sıkıntısı ve kesintilerini doğru kararları alabilmek için yakından takip etmelidir.

Bu envanter görünürlüğünün olmaması, B'den B'ye yapılan işlemler manuel olarak yapılan ve vakit alan işlemlere dönüşür. Bayilerin aynı zamanda toptan satış gibi işlerini büyütmek adına yapmak zorunda oldukları diğer işleri de ağa bağlı envanter görünürlüğünü yakından takip ederek karar verilmesini gerektirir. Hızlı giden, raf ömrü çok olmayan parçaların envanterini ölçmek mümkün olmadığından OEM bu parçaları genelde ihtiyaç fazlası alacaktır ve bu bazı zamanlarda aşırı stoka sebep olacaktır.

Çoğu OE sistemi dinamik fiyatlandırma yapamamaktadır. Fiyatlandırma çok kısıtlı ve müşteriye sunulan kategoriye bağlıdır. Kullanılan 'cost plus' yaklaşımı fazla esneklik sağlamamaktadır. Bayiler bu konuda localı pazara daha hakim olduklarından pazar rekabetine, stok uygunluğuna ve parçasının doğasına göre fiyatlandırmayı daha kontrollü yapabiliyorlar. Bütçe entegrasyonları, fiyatlandırma, stok ve arz birbirleriyle alakalıdır. Sistemler ve yönetim alanları, bu etkenlerin zamana ve tedarik zincirlerine bağlantılarını ilişkilendirebilmelidir.

Son zamanlarda birçok marka bayilikler ortaya çıkmaktadır. Bu yedek parça sistemlerinin aynı anda birçok OE markası ile uyumlu bir şekilde çalışabilmesini de gerektirir. Birbirinden farklı OE markalarının yönetim sistemlerinin birbirleriyle örtüşmemesi de bayilerin markalar üstü çalışmasını zorlaştırmaktadır.

Sonuç olarak, tüm bayiler farklı stratejilerle çalıştıklarından kendi sistemleri de birbirinden farklı olacaktır. Bu yüzden, yazılacak sistemde OEM ve bayiler arasındaki bağı kuvvetlendirmenin yanında bayi içi esnekliğe de pay bırakılması gerekecektir.

Giderek Artan Müşteri Talepleri

Müşteriler daha hızlı ve daha güvenilir hizmete daha ucuz bir şekilde ulaşmayı talep ediyor. Parça, araç ve servis kanalları arasındaki etkileşim, müşteriye birçok seçenek sunarken kafa karışıklığına da sebep oluyor.

Otomobil servis outletlerinin sayısının çok fazla ve çeşitli olması, tam hizmet bayiliklerinden bölgesel zincir servislerine, küçük bağımsız garajlardan her şeyi kendin yap pazarlarına kadar, aracın yaşı, müşterinin aracı için ne tarzda parça kullanmak istemesinden, o parça için ne kadar harcayacağına kadar karar vermesini etkiler. Müşteriler tek bir servise vefalı kalmayıp birçok servise, birçok sebebe bağlı olarak gidebilirler. Yeni lastik için bölgesel zinciri tercih ederken, yağ değişimi için hızlıuyum outletlerini tercih edebilir, motorla alakalı meselelerde yetkili bayi kullanabilirler.

Seçeneklerdeki bu kadar farklı segmentler ve sadece küçük özel outletlerdeki kısıtlı görünürlük sebebiyle otomotiv aftermarket resmini net görmek neredeyse imkânsızdır.

Devamlı Kârlı Performans

Aftermarket karmaşıklığına çözüm arayışları yeni değil. Global OEM'ler şu an bunun farkında ve birçok araba üreticisi kendi araçlarının aftermarketini geliştirmek adına kuvvetli yatırımlar yapmakta. Birçok üretici ücretlerinde düşüşe giderek ve önceden beri konuşulan servis sıkıntılarına çözüm getirip servislerini geliştirerek aftermarket performanslarını yükseltmeye başlamışlardır. Belirli tedarik noktalarını, tüm tedarik zinciri düşünülerek değerlendirmek önemlidir. Gelişmeler sadece belirli alanlarda yapılabilir, ancak tüm tedarik zinciri üzerindeki etkisi iyi anlaşılmalıdır. Bu raporda, kârlı performans ve karmaşıklık yönetimi için 5 temel ilke Şekil 11'deki gibi özetlenmiştir.

İlke 1: Anlama

İlke 2: Optimize Etme

İlke 3: İşbirliği yapma

İlke 4: Rekabet Etme

İlke 5: Plan

Şekil 11. Şimdi Harekete Geçme Zamanı

Kaynak: DMC.

İkinci Bölüm

MÜSİAD SEKTÖR KURULU'NUN MOTORLU TAŞIT ARAÇLARI GRUP MUAFİYETİ UYGULAMALARINA DAİR GÖRÜŞ VE ÖNERİLERİ[1]

Ortak Pazar'da yoğun bir rekabet ortamı oluşturulmasını ve üye devletler arasında mal ve hizmet ticaretinin serbestliğinin sağlanmasını amaçlayan ve bu doğrultuda rekabet kurallarını tanımlayan Avrupa Topluluğu (AT)'nun kurucu Roma Antlaşması'nın 85, 86 ve 90. maddeleri ile Amsterdam Antlaşması'nın 81, 82 ve 86. maddeleri belirleyici niteliktedir. Bu bağlamda, kurucu antlaşmanın 85, 86 ve 90. maddeleri Konsey ve Komisyon'un tüzük, yönerge, karar ve görüşleri ile Avrupa Toplulukları Adalet Divanı (ATAD) İçtihatları Birlik Rekabet Hukuku müktesebatını oluşturmaktadır.

Avrupa Birliği ile Türkiye arasındaki Ortaklık Hukukunun içerdiği rekabet kurallarının bugüne kadar izlediği serüven değerlendirildiğinde; Türkiye Cumhuriyeti'nin özellikle Ankara Antlaşması (1963) ve Katma Protokol (1971) ile Roma Antlaşması'nın 85, 86 ve 90. maddelerine uyumlu bir rekabet kanununu yürürlüğe koymayı taahhüt ettiği gözlemlenmektedir. Bununla birlikte Türkiye Cumhuriyeti, 6 Mart 1995 tarihli ve 1/95 sayılı 36. Dönem Ortaklık Konseyi Kararı'nın 32, 33 ve 39. maddeleri ile AB'nin ikincil rekabet mevzuatını da kabul ederek AB İçtihat Hukuku ve Muafiyet Rejimi'nin ülke içerisinde geçerli kılındığı beyan etmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunu 13 Aralık 1994 tarihinde yürürlüğe koyarak, Avrupa Birliği Rekabet Hukuku'na uyum kapsamında bir başka adım daha atmıştır. Bu adım dahilinde 'birinci temel yasak

1 Çalışmanın bu bölümünde, büyük oranda Prof. Dr. Arif Esen'in "Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (Tebliğ No:2005/4) Uygulama Esasları üzerine KILAVUZ" ve "Yeni Otomotiv Grup Muafiyeti Tebliği Üzerine Açıklamalar" isimli makalelerinden istifade edilmiştir.

alanı olarak tanımlanan ve 4. maddesine vazedilen teşebbüsler arasında rekabeti kısıtlayıcı nitelikteki anlaşma karar ve uyumlu eylemlere tüketici yararına olması kaydıyla, süre ve şartları sınırlı olarak üretimde ve dağıtımda ekonomik ve teknolojik iyileşmeyi hedeflemesi halinde muafiyetin geri alınması hakkını da saklı tutarak' grup ya da bireysel muafiyetler tanınmaktadır.

1. 4054 SAYILI REKABETİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN ÇERÇEVESİNDE MUAFİYET REJİMİ

4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un muafiyet rejiminin getirdiği muafiyetlerin arasında, yalnızca birinci temel yasak alan olarak tanımlanmış olan anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararları marifetiyle teşebbüslerin, rekabeti sınırlayıcı nitelikte faaliyet göstermelerine ilişkin yasağa yönelik muafiyetler bulunmaktadır. Bu bağlamda düzenleyici nitelikteki muafiyet rejimi temel ilkelerinin kaynağı 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 5. maddesidir ve bu temel ilkeler Birlik Antlaşması'nın 81 (3) maddesi ile uyum arz etmektedir.

Rekabet Kurulu, AB mevzuatına uyumlu kalınması şartıyla bazı iş kolları ya da iş türlerine grup muafiyetleri tanımakta ve böylece bu alanlarda faaliyet gösteren teşebbüsleri toplu halde 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinden muaf kılmaktadır. Rekabet Kurulu'nun, Grup Muafiyeti ya da bireysel muafiyet uygulamalarında önem verdiği temel ilke, 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı'nın 39/2-a maddesi uyarınca Avrupa Birliği'nin muafiyet rejiminin referans verdiği piyasalardaki markalar arası ya da marka içi rekabetin geliştirilmesidir.

Bu bağlamda, Avrupa Birliği'ne uyum kapsamında Rekabet Kurulu, 12 Kasım 2005 tarihinde 2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'ni yayımlamıştır.

2. 2005/4 SAYILI MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDEKİ DİKEY ANLAŞMALAR VE UYUMLU EYLEMLERE İLİŞKİN GRUP MUAFİYETİ TEBLİĞİ'NDE ÖNEMLİ ESASLAR

2.1. Kapsam

2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 2. maddesinde, tebliğin kapsamı çizilmekte

olup sözü edilen maddenin ilk iki fıkrasında, konusu itibariyle grup muafiyetinden yararlanabilecek olan anlaşmalar belirtilmektedir.

Tebliğ'in 2. maddesinin ilk fıkrası; "Yeni motorlu taşıtların, bunların yedek parçalarının ya da tamir ve bakım hizmetlerinin alımı, satımı veya yeniden satımı konulu dikey anlaşmalar, dikey sınırlamalar içermeleri halinde bu Tebliğ'de düzenlenen koşullara uymak kaydıyla, Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamadan Kanun'un 5. maddesinin 3. fıkrasına dayanılarak grup olarak muaf tutulmuştur" demektedir.

Söz konusu Tebliğ'in bir diğer faydası ise ayrı ayrı yapılan dağıtım ve servis anlaşmalarının da muafiyetten yararlanabilmelerine olanak sağlamasıdır. Bu bağlamda yetkili servisin faaliyetleri yalnızca yedek parça bayiliği ve satış sonrası hizmetler ile sınırlanmaktadır. Bununla birlikte faaliyetleri yalnızca araç satışı ile sınırlandırılan bir diğer grup ise araç satışı yapmak isteyen bayilerdir. Yetkili servisin ya da bayiinin sahip olduğu bu hakların sınırlandırılmasına yönelik doğrudan ya da dolaylı geliştirilen uygulamalar, söz konusu anlaşmanın Tebliğ kapsamından çıkması sonucunu doğurmaktadır.

Söz konusu düzenleme ile amaçlanan; yetkili servis ve bayilerin, ticari açıdan başarıyı sağlayabileceklerine inandıkları faaliyet alanlarında yoğunlaşmalarına zemin hazırlanması ve bunun rasyonel maliyetlerle ve ticari riskten önemli oranda arındırılmış bir satış şebekesi üzerinden gerçekleştirilmesinin sağlanmasıdır.

Tebliğ'e göre, dağıtım ve servis anlaşmalarının birlikte yapılmasını zorlamak muafiyet almanın önünde bir engel teşkil etmektedir ancak bu aşamaların ayrı ayrı sözleşme konusu yapılmasına yönelik bir zorunluluk bulunmamaktadır. Dolayısıyla, dağıtım ve servis anlaşmalarının Tebliğ kapsamında yer alması için ayrı ayrı veya birlikte yapılmaları arasında fark görülmemektedir.

Bununla birlikte Tebliğ'in uygulama dışında kaldığı bir diğer husus ise karayollarında kullanım amaçlı ve en az üç tekerlekli olsa bile tüm motorlu araçlara ilişkin anlaşmalardır. Bu bağlamda, Tebliğ'in kapsama alanında esas olarak "yeni" motorlu taşıtlar bulunmaktadır. Bu nedenle ikinci el araç satışını konu alan anlaşmanın Tebliğ'de öngörülen muafiyetten yararlanabilmesinin önüne geçilmektedir ve yeniden satıcılık sözleşmelerinde ikinci el ve kullanılmış araç satışının sözleşmelerde yer bulması ve yeni araç satışı ile ilişkilendirilmesi sözleşmenin muafiyetten yararlanmasının önünde bir engel oluşturmaktadır.

Tebliğ kapsamındaki bir diğer unsur da "yedek parça" alımı, satımı veya yeniden satımına ilişkin anlaşmalardır. Bu bağlamda, yedek parça kavramı Tebliğ'in 3. maddesinde şu çerçeve ile açıklanmaktadır; "bir aracın parçalarını değiştirmek amacıyla aracın üzerine veya içine takılabilen, yakıt hariç olmak üzere, motorlu taşıtın kullanımı için gerekli olan yağlar gibi ürünlerin de dahil olduğu mallar."

Tebliğ ile birlikte yedek parça tanımı genişletilmiş, aracın kullanımında ihtiyaç duyulan madeni yağlar da yedek parça kavramı içerisinde değerlendirilmeye başlanmıştır. Tebliğ, bununla birlikte, mezkûr parçaların taşıtın faaliyetindeki ihtiyaca cevap verme konusuna önem vermesinden ötürü, taşıtın faaliyetiyle ilgisi olmayan aksesuar niteliğindeki parçaları yedek parça olarak kategorize etmemektedir. Radyo, CD çalar gibi parçalar, bu nedenle kural olarak yedek parça kategorisinde değerlendirilmemektedirler. Bu bağlamda, bir unsurun aksesuar mı yoksa yedek parça mı olduğunu tanımayan kriter, unsurun araca üretim aşamasında ya da üretim aşamasını takiben eklenmesi arasındaki ayrımdır. Eğer, söz konusu parçalar araca üretim aşamasında eklenerek araç ile parça arasında bir entegrasyon sağlanmışsa, parçalar bozulduklarında yerlerine konacak olan parçalar, yedek parça olarak tanımlanırlar. Üretim aşamasında sonra eklenen unsurlar ise aksesuar olarak kabul edilerek, Tebliğ kapsamının dışında kalacaktır.

Tebliğ'in getirdiği bir diğer ayrım ise, "orijinal yedek parça ile eşdeğer kalitede yedek parça"dır. Buna göre motorlu taşıt üreticilerinin üretim aşamasında kullandığı parçaları üreten sağlayıcı firmanın piyasaya sunduğu tüm parçalar orijinal yedek parça olarak tanımlanırken, bağımsız teşebbüslerin aynı standartlarda ve ölçülerde üretmiş oldukları yedek parçalar ise eşdeğer kalitede yedek parça olarak tanımlanmışlardır. Tebliğ'in bu iki unsur arasındaki rekabet unsurunu düzenleyerek parça üreticilerinin de dahil olduğu bir rekabet ortamı yaratmayı amaçladığı gözlemlenmektedir.

Tebliğ'de yer alan bir diğer tanım ise yetkili servis ve özel servistir. 3. maddede belirtilen bu tanıma göre; "Yetkili servis, sağlayıcı tarafından kurulan bir dağıtım sistemi içerisinde, motorlu araçlar için bakım ve onarım hizmetleri sağlayan teşebbüstür. Özel servis, sağlayıcı tarafından kurulan bir dağıtım sistemi içerisinde yer almaksızın motorlu araçlar için bakım ve onarım hizmeti sağlayan teşebbüstür."

Tebliğ kapsamı belirlenirken göz önünde bulundurulması gereken bir diğer husus ise 2002/2 Sayılı Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 2. maddesinin 4. fıkrasıdır. Bu fıkra, "Bu tebliğ, başka bir grup muafiyeti tebliği kapsamına giren dikey anlaşmalara uygulanmaz" hükmünü içermektedir. Tebliğ'in 2. maddesinde Tebliğ kapsamında değerlendirilecek olan anlaşmalar dikey anlaşmalar olarak tanımlanırken, 3. madde ise bu anlaşmaları amaçları bakımından, "üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki veya daha fazla teşebbüsün taraf olduğu anlaşmalar" olarak nitelendirmektedir.

Bu durumda belirli bir konuyu ya da sektörü esas alan tebliğlerin yayımlanması halinde genel bir düzenleme olan 2002/2 sayılı Tebliğ yerine daha ayrıntılı ve özel düzenlemeler içeren bu tebliğlerin uygulanması söz konusudur. Bir diğer deyişle yeni motorlu taşıt araçları, bunların tamir ve bakım hizmetleri ile yedek parçalara ilişkin dikey anlaşmalar, genel düzenleme olan 2002/2 Sayılı Dikey Anlaşmalara

İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında değil, bu konulara özel olarak düzenlenmiş 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında değerlendirilecektir.

Dikey anlaşmalar tanımı ışığında bir anlaşmanın dikey anlaşma olarak kabul edilmesi için şu hususları ihtiva etmesi gerekmektedir;

a. Anlaşma iki veya daha fazla teşebbüs arasında yapılmalıdır. Bu nedenle teşebbüs niteliği bulunmayan ve nihai tüketici konumunda bulunan gerçek kişiler arasında yapılan işlemler birer dikey anlaşma değildirler.

b. Anlaşmanın taraflarını oluşturan teşebbüslerin üretim ve dağıtım zincirinin farklı aşamasında faaliyet göstermeleri gerekmektedir. Örneğin, hammadde üreticisi bir teşebbüs ile bu hammaddeyi ara mamul olarak değerlendirip yeniden satışını yapan teşebbüsler arasında gerçekleştirilen anlaşmalar dikey anlaşma özelliği gösterirler.

c. Teşebbüsler arasında gerçekleştirilen anlaşma belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımına yönelik bir amaca sahip olmalıdır. Buna göre 2005/4 sayılı Tebliğ'in muafiyetinden faydalanabilecek dikey anlaşmalar; aracın üretici tarafından tedarik edildiği ilk aşamadan son kullanıcıya ulaştırılmasına kadar ve yedek parçalar için de parçanın ilk üreticisi tarafından tedarik edilmesinden son kullanıcının bakım ve onarım hizmetini almasına kadar tüm aşamalarda yapılan anlaşmalardır.

2.2. Fikri Hakların Kullanımı ve Devrini İçeren Dikey Anlaşmalar

2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 3. maddesine göre fikri hakları; "Eser sahibinin hakları ve komşu haklar dahil her türlü fikri ve sınai haklar" olarak ifade edilmektedir. Fikri mülkiyet hakları, sahibine hak üzerinde mutlak ve inhisari bir yetki sağlarken, fikir hakkının sahibi münhasır ve izinsiz kullanımlara müdahale etme yetkisiyle birlikte hakkı bir başkasına devretmek ya da başka bir kişiye kullanma hakkını devretmek yetkisini de edinmektedir.

Rekabet Hukuku fikri mülkiyet haklarının varlığını tanır. Bu da rekabeti korumak amacı ile fikri mülkiyet haklarının ihlal edilmemesi gerçeği ile bizi karşı karşıya getirmektedir. Rekabet Kurulu bu noktada fikri mülkiyet haklarının rekabet üzerinde bir tehdit oluşturduğu durumlarda kurallarını uygulamaya sokmaktadır.

Bu bağlamda, 2005/4 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinin 2. fıkrası, teşebbüsler arasında akdedilen dikey anlaşmalar kapsamında arz edilen hizmetler ve yeniden satışa su-

nulan malların üzerindeki fikri mülkiyet haklarına ilişkin her türlü hak ve yükümlülüğün kullanımı ve devri işleminin, hangi şartlar altında muafiyet kapsamında olduğunu belirtmiştir.

Buna göre; "Mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımına ilişkin düzenlemelerle birlikte fikri hakların alıcıya devri veya alıcı tarafından kullanımıyla ilgili hükümler içeren dikey anlaşmalar da, söz konusu fikri hakların anlaşmanın asli konusunu oluşturan mal veya hizmetlerin alıcı veya alıcının müşterileri tarafından kullanımı, satımı veya yeniden satımı ile doğrudan ilgili olması ve bu fikri hakların devri veya kullanımının anlaşmanın esas amacını oluşturmaması kaydıyla, bu Tebliğ'de öngörülen grup muafiyetinden yararlanır. Ancak bu muafiyet, anlaşma konusu mallarla veya hizmetlerle ilgili olarak, söz konusu haklara ilişkin hükümlerin bu Tebliğ ile muaf tutulmayan dikey sınırlamalarla aynı amaç veya etkilere sahip rekabet sınırlamaları içermemesi şartıyla uygulanır."

Bu fıkra ışığında fikri mülkiyet haklarının devrini içeren bir dikey anlaşmanın Tebliğ kapsamında tanımlanması için şu şartları taşıması gerekmektedir;

a. Anlaşma mal ve hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımına ilişkin bir anlaşma olmalı ve fikri mülkiyet haklarına ilişkin hükümler bu anlaşmanın bir parçası olmalıdır.

b. Sözleşmenin temel amacı fikri mülkiyet haklarının devri ya da kullanımına izin verilmesi değil, mal ve hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımına yardımcı olunması olmalıdır. Bu bağlamda, sözleşmenin esas amacı mal ya da hizmetlerin alımı veya dağıtımı olmalı, fikri mülkiyet hakları ile ilgili hükümler dikey anlaşmanın uygulanmasında ise ikincil işlevi yerine getirmelidir. Dolayısıyla lisans devrini merkezine alan bir anlaşma tebliği kapsamında değerlendirilemez.

c. Fikri mülkiyet haklarının kullanımını ya da devrini içeren bir dikey anlaşmanın tebliğ kapsamında olup olmadığına karar verilirken, hakların kimden kime devredildiği sorunu gündeme gelmektedir. Burada hakların devir yönü satın alıcıya tahsis edilmeli veya alıcı tarafından kullanılmasına yönelik izin verilmesi sağlanmalıdır. Mezkur hakların alıcı tarafından sağlayıcıya aktarılması gibi bunun oluşmadığı durumlarda sözleşmeyi grup muafiyetinden çıkaracaktır.

Bu bağlamda fikri hakların devri ya da kullanımına yönelik hükümlerin alıcının ya da müşterinin mal ya da hizmetleri kullanımı, satışı veya yeniden satışı ile ilişkili olması zorunluluğu gündeme gelmektedir. Bu nedenle anlaşmaya konu olan mal ve hizmetlerin arzu edilen kalite düzeyine yükseltilmesi için fikri mülkiyet haklarının alıcıya devri ya da alıcı tarafından kullanımına izin verilmesi zaruret arz etmektedir.

Buradan hareketle motorlu taşıtlar tebliği kapsamında yer alan fikri mülkiyet haklarını içeren dikey anlaşmaları ili ayrı kategoride değerlendirilmektedirler;

a. Marka hakkının kullanımının devri açısından; sağlayıcının (üretici-distribütör) marka hakkının kullanım yetkisini alıcıya (bayi) devretmesi, mal ve hizmetlerin belli bir coğrafi alanda dağıtımı için gereklidir.

b. Fikri mülkiyet haklarının devrini içeren bir dikey anlaşmanın tebliğ kapsamında değerlendirilebilmesi açısından; fikri hakların devri ya da kullanımına yönelik geliştirilen hükümler Tebliğ'de muaf tutulmayan dikey sınırlamalarla aynı amaç veya etkiye sahip rekabet sınırlamaları içermemelidir. Tebliğ'de kendisine referans verilen sınırlamalara fikri hakların devredilmesi aracılığı ile ulaşılmak istenmesi durumunda, bu vaka kanuna karşı hile olarak değerlendirilir ve yeni düzenlemenin sağladığı muafiyetin dışında sayılır.

2.3. Muafiyet Tebliği'nin Dağıtım Sistemine Etkileri

2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği, dağıtım sistemine önemli değişiklikler getirmiştir. Tebliğe göre sağlayıcı dağıtım sistemleri arasında Münhasır ya da Seçici Dağıtım Sistemi arasında bir seçim yapma zorunluluğu ile karşı karşıya kalmıştır. Bu da sağlayıcının bir bayi ile bu modellerden yalnızca biri doğrultusunda anlaşma yapabileceği sonucunu doğurmaktadır.

Bununla birlikte sağlayıcıların yalnızca bir bayiye yönelik münhasır bölge ile seçici dağıtım sistemini bir arada kullanmaları engellense de, sağlayıcıların bir bölgede münhasır dağıtımı diğerinde ise seçici dağıtımı kullanmalarının önünde bir engel yoktur.

2.3.1. Münhasır Dağıtım Sistemi

Münhasır Dağıtım Sistemi, her bir bayinin coğrafi sınırlarının belli bölgeler ya da belli müşteri gruplarının tahsis edilmesi amacıyla çizildiği bir yapılanmadır. Bu bağlamda, sağlayıcı distribütör teşebbüs ürünlerini Türkiye'nin her ilinde atanmış olan bayiler vasıtasıyla dağıtabilir ve bu durumda bayilere rekabet karşısında bölgesel koruma sağlamakla yükümlüdür. Dolayısıyla bayiler, bu yapılanmada birbirlerinin bölgelerine/müşteri gruplarına satış yapamadıkları gibi ve her bayi kendi bölgesine odaklanır ve bu bölgede distribütörün satışlarını yükseltmesini sağlar. Sağlayıcının bu noktada temel serbestisi dağıtım ağını oluştururken bölgeleri dilediği gibi belirlemesidir.

Münhasır Dağıtım Sistemi'nin temel özellikleri şunlardır;

a. Sağlayıcı, dağıtım ağını oluştururken sadece münhasır bölge veya sadece münhasır müşteri grubuna yönelebilir,

b. Sağlayıcı, bu iki uygulamayı birleştirebilir. Diğer bir deyişle belli bir bölgedeki belli müşteri grubu için tek bir bayi atayabilmektedir. Örneğin, Konya'da kamu ihaleleri için tek bir bayinin atanması yeterli gözükmektedir.

c. Sağlayıcının kendisine ya da onun tarafından başka bir alıcıya tahsis edilmiş bir münhasır bölge veya müşteri grubunu oluşturabilmesi, bu bölgenin ya da müşteri grubunun sadece tek bir alıcının ya da sağlayıcının kendisinin aktif olarak satışının söz konusu olması gerekmektedir. Bu nedenle bir bölgede ya da müşteri grubunda iki ya da daha fazla satışçı yoksa o bölge münhasır kabul edilmemektedir.

d. Münhasır Dağıtım Sistemi'nde üyeler aktif satış yapamamaktadırlar. Tebliğ'in 5. maddesinin (b) bendinde; "dağıtıcı ya da yetkili servisin müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcı tarafından kendisine ya da başka bir dağıtıcıya tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışların kısıtlanmasının" muafiyet kapsamına gireceği söylenmektedir.

Burada üzerinde özenle durulması gereken husus, korumanın niteliğidir. Çünkü teşebbüslere münhasır bir bölge ya da müşteri grubu atfetmenin getireceği koruma mutlak değildir. Yani sağlayıcı teşebbüs, kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışları kısıtlama hakkına sahip olsa da, bu bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak pasif satışları kısıtlaması durumunda, anlaşmayı grup muafiyetinden çıkar.

Rekabet Kurulu da bu doğrultuda aldığı bir kararında ürünleri pazarlama ve dağıtma, müşteri arama, şube açma ve dağıtım deposu kurma gibi dolaylı faaliyetlerdeki yasaklamaların pasif satışların engellenmesi sonucunu ve rekabetin zedelenme sakıncasını belirtmiştir.

Bu nedenle satışların aktif ve pasif olarak kategorize edilmesi önem kazanmaktadır. Buna göre;

Aktif satış; başka bir alıcının münhasır bölgesindeki veya münhasır müşteri grubundaki münferit müşterilere mektup veya ziyaret gibi doğrudan pazarlama yöntemleriyle gerçekleştirilen satışlar.

Pasif satış; başka bir alıcının bölgesindeki veya müşteri grubundaki müşterilerden gelen ve alıcının aktif çabası sonucu olmayan taleplerin karşılanması durumunu oluşturan satışlardır. Bu satışlarda alıcının ürünün teslimatını müşterinin adresinde yapması dahi durumun değişikliğe uğramaması sonucunu getirmektedir.

Münhasır Dağıtım Sistemi'nde aktif satış yasağının açıklanmasında iki temel unsur söz konusudur. Bunlar; "aktif satış yasağında önemli olan alıcı konumundaki teşebbüsün münhasır bir bölgeye sahip olup olmaması değil, teşebbüsün satış yapacağı bölgenin niteliğidir" ilkesi ve "bölge ya da müşteri konusunda getirilen aktif satış yasağı, müşterilerce yapılacak satışları kapsamamalıdır" ilkesidir.

Birinci ilkeye göre, satış yapılacak bölge başka bir teşebbüse münhasır olarak atanmışsa bu bölgeye aktif satışın yasaklanmasının önü açılmaktadır fakat alıcının kendine ait münhasır bir bölgesi olması, bu münhasır bölgenin dışında kalan ve sağlayıcının kendisine ya da başka bir alıcıya tahsis edilmemiş bölgelere (serbest bölgelere) aktif satış yapabilme serbestisine sahip olması durumunda bunun geçerli olacağı vurgulanmalıdır.

Dolayısıyla her iki dağıtım sistemi bir arada uygulandığında, seçici dağıtıma için ayrılmış olan bölgeler belirli bir dağıtıcıya tahsis edilemeyeceğinden münhasır bölgedeki dağıtıcının seçici dağıtıma ayrılmış olan bölgelerde de aktif ve pasif satış yapmasının önü açılmış olmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken husus, bu olgunun Tebliğ'in 5'inci maddesinde "dağıtıcı ya da yetkili servisin müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla…" ifadesiyle belirtilmesidir. Bu nedenle sağlayıcı teşebbüs ancak dağıtıcı ya da yetkili servisler tarafından gerçekleştirilen aktif satışları engelleme hakkına sahiptir. Bunun dışında, sağlayıcı ile alıcı arasındaki anlaşmanın tarafı olmayan ancak anlaşmaya taraf olan bayiden ürün ya da hizmet almış müşteriler, mezkur mal ve hizmetleri, aktif/pasif satış ayrımı yapmadan istediklerine satabilme hakkına sahiptirler. Yetkili satıcının kendi tanımlanmış bölgesi içindeki bir galeriye motorlu taşıt satması yasaklanamazken, onun da diğer dağıtıcılara tahsis edilmiş bölgelere satış yapmasının önünde herhangi bir engel söz konusu değildir.

2.3.2. Seçici Dağıtım Sistemi

Bir diğer dağıtım sistemi ise Seçici Dağıtım Sistemi'dir. Bu sistem 2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 3'üncü maddesinde şu şekilde tanımlanmaktadır; "f) Seçici dağıtım sistemi, sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri sadece belirlenmiş kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara veya yetkili servislere doğrudan veya dolaylı olarak satmayı taahhüt ettiği, bu dağıtıcıların veya yetkili servislerin de söz konusu malları veya hizmetleri yetkilendirilmemiş dağıtıcılara veya servislere satmamayı taahhüt ettiği bir dağıtım sistemi anlamına gelir."

Bu tanımdan hareketle, sağlayıcının yalnızca belirli kriterleri karşılayabilen dağıtıcılara ürün ve hizmet vermesi, dağıtıcıların da anlaşma dahilindeki mal ve hizmetleri yetkilendirilmemiş dağıtıcılara ya da servislere satamaması durumuna Seçici Dağıtım Sistemi denmektedir. Bu yöntemle birlikte sağlayıcının ürün ve hizmetleri, sadece belirli kriterleri karşılama fonksiyonları ile seçilmiş dağıtıcılarda bulunabilecektir. Bu kriterleri karşılayamayan dağıtıcılar ise ağın dışında kalma durumu ile karşı karşıya olacaklardır. Bu nedenle Seçici Dağıtım Sistemine üye olan bir bayinin, anlaşmaya konu edilen malları kendi bölgesi içinde bir yetkisiz dağıtıcıya satması sözleşmeyi ihlal kapsamına girecek ve grup muafiyetinden yararlanamaması sonucunu doğuracaktır.

Bu duruma istisna teşkil eden iki olgu, Tebliğ'in 3. maddesinin (f) bendinde kendisine yer bulmaktadır. Bunlar;

- Yetkili servislerin bağımsız teşebbüslere yedek parça satma hakkı,

- Sağlayıcının, bağımsız teşebbüslerden gelen, motorlu taşıtların bakım ve onarımının yapılması için gereken ya da çevre koruma mevzuatının öngördüğü teknik bilgiye, teşhis cihazına ve diğer ekipmana, gerekli yazılıma ya da eğitime erişim taleplerini karşılaması yükümlülüğü saklıdır.

3. madde aynı zamanda yetkili servis ve bağımsız teşebbüs kavramlarına da yeni tanımlar getirmektedir;

k) Yetkili servis, sağlayıcı tarafından kurulan bir dağıtım sistemi içerisinde, motorlu araçlar için bakım ve onarım hizmetleri sağlayan teşebbüstür.

v) Bağımsız teşebbüs, doğrudan ya da dolaylı olarak araçların bakımı ve onarımı ile iştigal eden teşebbüsleri, özel servisleri, onarım aracı ve ekipmanı üreticilerini, bağımsız yedek parça üretici ve dağıtıcılarını, teknik bilgi yayımcılarını, otomobil klüplerini, yol yardımı veren teşebbüsleri, test hizmeti veren teşebbüsleri ve servisler için eğitim veren teşebbüsleri ifade eder.

Tebliğ'in sağladığı yeni düzenlemenin başlıca amaçlarından biri de satış sonrası rekabetin arttırılmasıdır. Bu nedenle bahsi geçen iki istisna ile bağımsız teşebbüsler, yedek parçalar ve dolayısıyla yedek parça üreticileri de rekabet içerisine çekilmiş ve sektörel anlamda daha rekabetçi bir yapının oluşturulması söz konusu olmuştur.

Tebliğ'in 3. maddesinin, Seçici Dağıtım Sistemi'ni bayileri çeşitli niceliksel ve niteliksel kriterlerle donatmak amacıya ikiye ayırdığı gözlemlenmektedir. Bunlar;

g) Niceliksel Seçici Dağıtım Sistemi, sağlayıcının, dağıtıcılarını veya yetkili servislerini seçerken onların sayılarını doğrudan sınırlandıracak ölçütler kullandığı seçici dağıtım sistemidir.

h) Niteliksel seçici dağıtım sistemi, sağlayıcının, dağıtıcılar veya yetkili servisler için sadece niteliksel olan, anlaşma konusu mal veya hizmetlerin niteliğinin gerektirdiği, dağıtım sistemine katılmak için başvuran tüm aday teşebbüsler için aynı olacak şekilde belirlenen ve ortaya konan, ayrımcı bir biçimde uygulanmayan ve dağıtıcıların veya yetkili servislerin sayısını doğrudan sınırlamayan ölçütler kullandığı bir sistemdir."

(g) bendindeki tanım sağlayıcının, dağıtıcı veya yetkili servislerinin sayısını doğrudan sınırlandırmaya yönelik kriterlerin devreye girmesi durumunda Niceliksel Seçici Dağıtım Sistemi'nin devreye gireceğini vurgulamaktadır. Buna göre sağlayıcının bu sınırlamayı çeşitli kriterleri gündeme getirerek gerçekleştirir. Örneğin bayilerin showroomunun 1000 metrekare olma zorunluluğunu taşımaları bu anlamda getirilen niceliksel bir kriterdir.

Burada sağlayıcının, bayi sayısını sınırlandırmak için koyduğu kriterler ürün ya da hizmetlerin niteliğinden kaynaklanmadığı görülmektedir.

Niteliksel Seçici Dağıtım Sistemi'nde ise sağlayıcı, dağıtım ağını oluştururken bayilerin ağa dahil olabilmeleri için çeşitli niteliksel kriterleri gündeme getirmektedir. Bu kriterler ürün ve hizmetleri diğer ürün ve hizmetlerden ayırt edici niteliktedir. Bu nedenle sağlayıcı, dağıtım ağını oluştururken hangi kritere başvurduğunu, anlaşma konusu ürün ya da hizmetin hangi özelliğini referans verdiğini belirtmek zorunluluğu ile karşı karşıyadır.

Örneğin sağlayıcı bayilerin personellerine standart bir eğitim verilmiş olmasını, showroom tasarımının belirli kriterler doğrultusunda gerçekleştirilmiş olmasını zorunlu kılabilmektedir. Burada ürün ya da hizmetin niteliği ile personelin niteliği arasında bir rabıta söz konusudur. Otomotiv sektörü yüksek teknoloji gerektiren bir sektördür ve bu nedenle personelin asgari düzeyde bilgisayar bilgisine sahip olması gerekmektedir. Bu sağlayıcının getirdiği niteliksel kriterlere dahildir.

Niteliksel dağıtım sisteminin içerdiği bir başka özellik ise, yetkili dağıtıcılık/servis faaliyeti ile mütenasip niteliklerin zorunlu tutulması, konu ile ilgisi bulunmayan veya yetkili dağıtıcı/servisi zora sokacak özelliklerin talep edilerek yetkili dağıtıcı/servis sayısının kısıtlanması durumudur. Bir diğer deyişle, sağlayıcıların yetkili tamircilere verebilecekleri en yüksek düzeydeki yükümlülük belirli bir kalitede ve belirli bir zamanda bakım onarım hizmetlerinin yapılması olarak ön plana çıkmaktadır.

Bu noktada sağlayıcı tamirciden bakım onarım gören araçların yıkanıp temizlenerek teslim edilmesini zorunlu kılsa da, bu doğrultuda bir otomatik yıkama aracı bulundurmasını niteliksel bir kriter olarak gündeme getiremez. İşlevsel anlamda

temizlik faktörü ön plana çıktığından aracın temizlenmesi gereğinin hangi yollarla karşılanacağı belirleyici olmamaktadır.

3'üncü maddede dikkat çekilen bir diğer husus ise bayi ağına dahil olmak kriterlerindeki tarafsızlıktır. Bu nedenle, "dağıtım sistemine katılmak için başvuran tüm aday teşebbüsler için aynı olacak şekilde belirlenen ve ortaya konan, ayrımcı bir biçimde uygulanmayan" ifadesine yer verilmektedir.

Bu ifade ile vurgulanan sağlayıcının getirdiği kriterlerin dağıtım/servis ağındaki tüm adaylara eşit şekilde uygulanması zorunluluğudur. Bu nedenle Bursa'da da, Çankırı'da da showroom tasarımlarının farklılaştırılması doğrultusunda bir esneme çift standart oluşturur ve rekabeti zedeleyici bir özellik sergiler.

2.3.3. Seçici Dağıtım Sistemine Getirilen Sınırlamalar

Niceliksel veya Niteliksel Seçici Dağıtım Sistemleri'nin her ikisinde de sistem üyeleri kendi içlerinde alışverişi sürdürmelidirler. Bu nedenle bu alışverişi kısıtlamaya yönelik uygulamalar muafiyet önünde engel olarak nitelendirilmektedir. Tebliğ'in 5'inci maddesinin (c) bendinde de bu özellik şöyle vurgulanmaktadır; "Seçici Dağıtım Sistemi'nde, sistem üyelerinin kendi aralarındaki alışverişin engellenmesi anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkarır".

Seçici sistem üyelerinin mal temini açısından sağlayıcıyla ilişkili kalmalarını sağlayan Tebliğ'in bu maddesine göre üyeler ürünleri sağlayıcıdan temin edebilecekleri gibi, sistemin diğer üyelerinden de temin etme hakkına sahiptirler. Bu şekilde, seçici sistem üyelerine tanınmış olan serbesti sayesinde sağlayıcının marka içi rekabeti kısıtlamaya yönelik uygulamalarının önüne geçilmesi hedeflenmektedir.

Buna göre seçici dağıtıcılar, Seçici Dağıtım Sistemi'nin geçerli olduğu pazarların her noktasında bulunmakta olan son kullanıcılara aktif ve pasif satış yapabilme olanağına sahiptirler. Tebliğ'in burada getirdiği yegane sınırlama hafif ticari araç ve otomobiller hakkındadır. Ağır vasıtalar ise bir kısıtlama gerekçesi değildir çünkü seçici sistem üyelerinin son kullanıcılara yapacağı satışların kısıtlanması bu kategoride mümkün olmaktadır ve anlaşma grup muafiyetinden yararlanılmasının önü açıktır.

Bu noktada getirilen istisna, sistem üyesinin yetki verilmemiş bir tesis yerinde faaliyet göstermesi durumunda oluşur. Buna karşın 5. madde; "Muafiyet, bir seçici dağıtım sistemi üyesinin, yetki verilmemiş bir tesis yerinde faaliyet göstermesini yasaklayan anlaşmalara da uygulanır" ilkesini benimsemektedir.

Buna karşılık yetki verilmemiş tesis yeri, 3. maddenin (y) bendinde şöyle tanımlanmaktadır; "Yetki verilmemiş tesis yeri, bir seçici dağıtım sistemi üyesinin, faaliyet

gösterdiği tesisine ek olarak sağlayıcının izni olmaksızın satış yeri, depo ya da teslimat noktası kurduğu başka bir adres ya da bölgeyi ifade eder."

Buna göre, sağlayıcı izin vermediği takdirde, dikey anlaşmanın tarafı olan dağıtıcı veya yetkili servisin esas tesisinden ayrı, aynı bölgede veya başka bölgede açacağı satış yeri, depo ya da teslimat noktası gibi yerler, yetkisiz veya izinsiz tesis yerleri olarak kategorize edilecek ve böylece seçici sistem üyesinin, anlaşmada belirtilenin haricinde bir başka bir yerde satış yeri, depo ya da teslimat noktası kurması durumunda üyenin –bu adresten– son kullanıcılara yapacağı satışların sağlayıcı tarafından kısıtlanması mümkün olacaktır.

3'üncü maddede, bu durumun istisnası şöyle tarif edilmektedir; "Ancak böyle bir yasaklamaya muafiyetin uygulanması 6'ncı maddenin 2'nci fıkrasının (b) bendi hükmüne tabidir".

6'ncı maddenin 2'nci fıkrasının (b) bendine göre; "seçici dağıtım sistemi içindeki hafif ticari araç veya otomobil dağıtıcısının, seçici dağıtımın uygulandığı başka bölgelerde satış veya teslimat yerleri açmasını engelleyen doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük" anlaşmayı grup muafiyetine çıkarmaz ama kendisi de muafiyetten yararlanamaz.

Üstteki bilgiler ışığında 5'inci maddenin (d) bendinde yer alan "Muafiyet, bir Seçici Dağıtım Sistemi üyesinin, yetki verilmemiş bir tesis yerinde faaliyet göstermesini yasaklayan anlaşmalara da uygulanır." şeklindeki ikinci cümlenin şu şekilde anlaşılması söz konusu olmaktadır;

Seçici Dağıtım Sistemi'nin dağıtıcıya getirdiği *location clause* (esas tesisinden başka yerde faaliyetlerini sürdürmeme, satış yeri ve depo açmama) hükmü, anlaşmayı grup muafiyetinden çıkarmamakla birlikte hükmün kendisi muafiyetten yararlanamaz.

Tebliğ'in getirdiği bir diğer özellik ise, Seçici Dağıtım Sistemi'nde sağlayıcının, yeni motorlu taşıtların ve yedek parçaların yetkili olmayan dağıtıcılara satışını seçici sistem üyelerine yasaklayabilmesidir. 5'inci maddenin (b) bendinde belirtildiğine göre; "dağıtıcı ya da yetkili servisin müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, seçici dağıtım sisteminin uygulandığı pazarlarda, yeni motorlu taşıtların ve yedek parçaların, seçici dağıtım sistemi üyeleri tarafından yetkili olmayan dağıtıcılara satışının kısıtlanması" durumu, bu şekilde muafiyet kapsamına girmektedir.

Buradan da anlaşılacağı üzere, seçici sistem üyelerine sistem dışı dağıtıcılara mal satmalarını engelleyici yasaklar konulması, sistemin doğasına uygundur. Fakat yedek parçaların, bakım onarımda kullanacak olan özel servislere satımı hususunda

dağıtım sistemi üyelerine uygulanması olası kısıtlamalar anlaşmayı grup muafiyeti kapsamından çıkaracaktır. Tebliğ'in 5'inci maddesinin (h) bendinde bu durum; "Seçici Dağıtım Sistemi üyelerinin, motorlu taşıtların yedek parçalarını, bu parçaları motorlu araçların bakım onarımında kullanacak olan özel servislere satma serbestisinin kısıtlanması" tanımı ile bir muafiyet engeli olarak gündeme getirilmektedir.

Tebliğ'in Seçici Dağıtım Sistemi'ni 3'üncü maddesinin (f) bendi düşünüldüğünde bu tanımlama anlam kazanmaktadır. Buna göre; "Seçici Dağıtım Sistemi'nde (...) yetkili servislerin bağımsız teşebbüslere yedek parça satma hakkı" kısıtlanamaz.

Buradan hareketle bağımsız teşebbüslere yedek parça satma hakkı meselesinin Tebliğ'in 3'üncü maddesi ışığında yorumlanması önem kazanmaktadır. Buna göre Seçici Dağıtım üyelerinin (yetkili yedek parça dağıtıcılarının ve yetkili servislerin), yedek parçaları özel servislere bakım-onarım amacıyla satmalarının önünde herhangi bir engel söz konusu olamaz. Bununla birlikte yetkili servisler bu yedek parçaları yeniden satış amacıyla bağımsız teşebbüslere (özel servisler, bağımsız yedek parça üretici ve dağıtıcıları vs.) satma hakkına da sahiptir.

Tebliğin 6'ncı maddesinin 2'nci fıkrasına göre, "Seçici Dağıtım Sistemi içindeki hafif ticari araç veya otomobil dağıtıcısının, seçici dağıtımın uygulandığı başka bölgelerde satış veya teslimat yerleri açmasını engelleyen doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük anlaşmayı grup muafiyeti kapsamından çıkartır". Buna göre Seçici Dağıtım Sistemi üyeleri, sistemin uygulandığı başka yerlerde tali mağazalar açabilir. Diğer bir deyişle, sağlayıcı ile hafif ticari araç ve otomobil dağıtıcıları arasında yapılacak anlaşmalara, dağıtıcının faaliyetlerini sadece anlaşmada belirtilen adresten yürüteceğine dair bir şart (*location clause*) konamayacağı gibi, dağıtıcılar, seçici dağıtımın uygulandığı diğer bölgelerde de satış yeri ve teslimat noktası kurabilme özgürlüğüne sahiptirler.

Burada bayilerin satış mağazalarına yönelik yükümlülükleri gündeme gelmektedir. Buna göre satış mağazaları, araç satışının gerçekleştirildiği gerekli showroom ve alt yapıdan oluşur. Satılan araçların teslimatının aynı satış ofisinden ya da başka bir teslimat noktasından gerçekleştirip gerçekleştirmemek bayinin inisiyatifinde olan bir konudur.

Bu bağlamda bir diğer tanım olan teslimat noktası; satılan araçların son kullanıcıya teslim edildiği mekânlar olarak tarif edilmektedir.

Tebliğ'in 6'ncı maddesinin son fıkrasında, seçici dağıtımın uygulandığı yerlerde yetkili servislerin tesis yeri ile ilgili herhangi bir yükümlülüğe muafiyetin uygulanmayacağı belirtilmektedir. Buna göre; "Tamir ve bakım hizmetleri veya yedek parçaların satışı bakımından, seçici dağıtımın uygulandığı yerlerde yetkili servislerin tesis yeri ile ilgili doğrudan veya dolaylı yükümlülüklere muafiyet uygulanmaz."

Dolayısıyla seçici dağıtımın uygulandığı yerlerde yetkili servisler, hizmet verecekleri yeri kendileri seçebilme hakkına sahiptirler. Bu şekilde yetkili servis ve yedek parça dağıtıcılarına hizmet verecekleri yer açısından aşırı bir serbestlik tanınmaktadır.

Özetle Seçici Dağıtım Sistemi şu özelliklere sahiptir;

a. Seçici bayi veya servis istasyonu yalnızca nihai tüketiciler için Seçici Dağıtım Sistemi kullanılan tüm alanlarda aktif/pasif satış yapabilmekteyken, münhasır dağıtıma ayrılmış bölgelerden gelen taleplere yönelik pasif satış gerçekleştirmektedir,

b. Seçici Dağıtım Sistemi kapsamındaki bayilerin kendi aralarında satış yapmalarının da önüne geçilememektedir,

c. Hafif ticari araç ve otomobil dağıtıcılarının seçici dağıtımın uygulandığı farklı bölgelerde satış ya da teslimat noktası açmasının önüne geçen direkt ya da endirekt her türlü yükümlülük rekabeti zedeleyici kabul edilecek ve sistem üyesi tamirci ve yedek parça satıcılarının ise hizmet verecekleri yerle ilgili herhangi bir kısıtlama söz konusu olmayacaktır.

2.3.4. Sözleşmelerin Süreleri ve Fesih İşlemleri

Sözleşmelerde en temel bağlayıcı kriterlerin başında süreler ve fesih işlemleri gelmektedir. Tebliğ'in 4'üncü maddesinin 3'üncü fıkrası; "Muafiyet (...) c) sağlayıcı ile dağıtıcı veya yetkili servis arasında yapılan anlaşmanın,

1) En az beş yıl süreli olması ve anlaşmada yer alacak olan yenilememe isteğini anlaşmanın sona ermesinden asgari altı ay önce bildirmeyi her iki tarafın da kabul etmesi,

2) Belirsiz bir süre için yapılması halinde feshi ihbar süresinin her iki taraf için de en az iki yıl olması ancak bu sürenin; sağlayıcının anlaşmaya son vermesi durumunda kanundan veya anlaşmadan dolayı uygun bir tazminat ödemek zorunda olduğu veya dağıtım sisteminin önemli bir kısmını ya da tamamını yeniden düzenlemesinin zorunlu olması nedeniyle sağlayıcının anlaşmayı sona erdirmesi hallerinde en az bir yıla indirilmesi koşullarıyla uygulanması" durumunda motorlu taşıt dağıtım ve servis anlaşmaları belirli bir zamanla sınırlı olarak yapılabileceğini ancak belirsiz süreli de anlaşmaların söz konusu olabileceğini söylemektedir.

Anlaşmanın belirli bir süre çerçevesinde ele alınması gündemdeyse bu süre 5 yıldan az olmamalıdır. Çünkü süresi 5 yıldan az olan anlaşmalar muafiyetten yararlanamamaktadır.

Tebliğ'e göre fesih ise, belirli sözleşmeler için 6 aylık feshi ihbar süresi çerçevesinde mümkün olabilmektedir. Diğer bir anlatıma göre bir sözleşmeyi feshetmek isteyen taraf bu talebini 6 ay önceden karşı tarafa bildirmek mükellefiyeti taşımaktadır. Ancak burada üzerinde durulması gereken husus, sözkonusu ihbar süresinin anlaşmada açıkça belirtilmiş olmasıdır. Bu gerçekleşmediğinde taraflar muafiyetin önkoşulunu yerine getirmemiş sayılırlar.

Taraflar arasındaki anlaşma belirsiz süreli ise, anlaşmanın feshini isteyen tarafın en az iki yıl önceden bu niyetini karşı tarafa bildirmesi zorunludur. Ancak bu süre, "sağlayıcının anlaşmaya son vermesi durumunda kanundan veya anlaşmadan dolayı uygun bir tazminat ödemek zorunda olduğu veya dağıtım siteminin önemli bir kısmını ya da tamamını yeniden düzenlemesinin zorunlu olması nedeniyle" sağlayıcının anlaşmayı sona erdirmesi hallerinde bir yıla kadar indirilebilmektedir.

Fesih için gerekli unsurlar şunlardır;

a. İhbar objektif ve haklı gerekçelere dayanmalı,

b. Sözleşme haklı sebeple fesih olmalı,

c. Süre bitmiş olmalı,

d. Belirsiz süreli bir sözleşmede reorganizasyon sebebiyle kanundan veya sözleşmeden dolayı bir tazminat ödenmesi gerektiği haller gündeme gelmiş olmalı.

Bu bağlamda sözleşmenin yeniden yapılandırılması, pazarda aktif olan rakiplerin tutumları ya da diğer makro-mikro ekonomik gelişmelerin sonucunda gündeme gelebilmektedir. Bu durumda, yeniden yapılanma şeklinde alınabilecek olan kararın sağlayıcı tarafından motive edilmesinin veya dışarıdan gelen etkilerle meydana gelmesinin de temelde bir önemi yoktur. Çünkü yeniden yapılanma objektif kriterler ile şekillenen bir karardır.

Dolayısıyla yeniden yapılanma sadece sağlayıcının "gerekli görmesi" ile mümkün olmamaktadır. Bu ve benzer durumlarda uyuşmazlığın çözümü için yeniden yapılanmanın kararı hakem ya da yargı tarafından verilir.

2.3.5. Tahkim

2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nde bayiye tanınan hakların etkili şekilde korunması için bayilere güvenli bir sistem önerilmelidir. Tebliğ, bunu sağlayabilmek için tarafların arasında gündeme gelen ve mevcut anlaşmalardan kaynaklanan bir takım uyuşmazlıkların, tarafların mahkemeye başvuru hakkı saklı kalarak bağımsız bir uz-

man ya da hakeme götürme hakkının tanınması halinde muafiyet verilebileceğinden bahisle, uyuşmazlıkları çabuk şekilde çözüme ulaştırmayı önceliklendirmiştir.

Bu önceliklendirme durumuna Tebliğ'in 4'üncü maddesinin son fıkrasında; "Muafiyet, anlaşmanın her iki tarafa da anlaşmadan kaynaklanan yükümlülüklerin yerine getirilmesi ile ilgili olarak ortaya çıkacak anlaşmazlıkları, tarafların mahkemeye başvuru hakkına halel getirmeksizin, bağımsız bir uzmana ya da hakeme götürme hakkını tanıması halinde uygulanır" cümleleri ile referans verilmektedir.

Bu madde aynı zamanda uyuşmazlık konuları için sınırlayıcı olmayacak şekilde örnekler vermiştir. Bunlar;

a) Mal ve hizmet sağlama yükümlülükleri,

b) Satış hedeflerinin konulması ya da bu hedeflere ulaşılması,

c) Stok taşıma yükümlülüğünün yerine getirilip getirilmediği,

d) Teşhir aracı sağlama ve kullanma yükümlülüğü,

e) Değişik markaların satışı ile ilgili sağlayıcının öne sürdüğü koşullar,

f) Yetki verilmemiş bir tesis yerinde faaliyet göstermesinin engellenmesinin, otomobil veya hafif ticari araç dışındaki motorlu taşıt aracı dağıtıcısının işini büyütmesini sınırlandırıp sınırlandırmayacağı,

g) Anlaşmanın fesih bildiriminde gösterilen gerekçelerin anlaşmanın feshini haklı gösterip göstermeyeceğidir.

Tebliğ uyarınca tarafların bağımsız bir uzman veya hakeme gitmelerinin, mahkemelere başvuru hakkını engellemeyeceği hüküm altına alınmıştır. Öte yandan taraflardan her ikisinin de hakemin veya uzmanın kararları konusunda anlaşmaları gerekmektedir. Aksi halde, yani taraflardan biri hakem kararından tatmin olmazsa uyuşmazlığın çözüleceği merci şüphesiz mahkeme olacaktır.

2.3.6. Yeni Düzenlemenin Fiyat ve Bölge Sınırlamasına İlişkin Koşulları

2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nde rekabet hukukundaki iki temel unsura referans verilmektedir. Bu unsurlar; fiyat tespiti ve bölge / müşteri tahsisidir.

2.3.6.1. Fiyat Tespiti

Tebliğ'in 5'inci maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi;

a) Dağıtıcı veya yetkili servisin kendi satış fiyatını belirleyebilme serbestisinin kısıtlanması. Bununla birlikte taraflardan herhangi birinin baskısı veya teşviki sonucu asgari veya sabit bir fiyata dönüşmemesi şartıyla, sağlayıcının azami veya tavsiye edilen satış fiyatı belirlemesi mümkündür" cümleleri ile dağıtıcı ya da yetkili servisin kendi satış fiyatını belirleyebilme serbestisinin engellenmesi halinde anlaşma grup muafiyetinden yararlanamayacağını belirtmektedir.

Rekabet Kurulu ise yeniden satış fiyatlarının sağlayıcı tarafından belirlenmesini yasak olarak görmektedir. Bu düzenleme sayesinde sağlayıcı yeniden satıcıların satış fiyatlarını tespit edememekte fakat yeniden satıcının azami satış fiyatını belirleme hakkı mahfuz kalmaktadır.

Ayrıca sağlayıcı önerdiği satış fiyatlarını yeniden satıcılara bildirebilmektedir. Bununla birlikte azami satış fiyatı ya da tavsiye edilen fiyatın zorunlu uygulanarak fiyat haline dönüştürülmesi ya da bu fiyatın asgari fiyat şeklinde uygulanmasını zorunlu hale dönüştürecek eylemlerde bulunulması hukuka aykırı addedilmektedir. Sağlayıcı bu durumlarda dolaylı fiyat uygulamalarına girişmektedir.

Sağlayıcıların yeniden satıcılarına önerdiği fiyatları uygulama noktasında negatif bir eylem içerisinde olmaları durumunda ise cezai hükümler uygulaması; mal sevkiyatını geciktirmesi, sözleşmeyi iptal ettirici hükümler koyması, uyarı yazıları göndermesi, yeniden satıcıların satış fiyatlarını takip etmek üzere birtakım yöntemler geliştirmesi, tavsiye ettiği fiyatın altında satış yapan yeniden satıcıların takip edilmesi görevini diğer yeniden satıcılar marifetiyle yaptırması yasaklanmış eylemler olarak nitelendirilmektedir.

2.3.6.2. Bölge ya da Müşteri Tahsisi

Dağıtıcıların satış faaliyetlerini yürüteceği coğrafi sınırları tespit olunmuş bölgeye, sağlayıcının seçtiği bayi dışında, diğer bayiler satış yapamazlar. Müşteri tahsis edilirken ise her bir dağıtıcının belli bir müşteri grubuna satış yapması mümkündür. Bayiler, dağıtım ağında bulunan diğer üyelerin müşterilerine hizmet vermemekte, bu müşterileri, kendisine tahsis edilen bayiye yönlendirmektedirler.

Bu durumlardan her ikisi de marka içi tekele zemin hazırlamaktadır ve Tebliğ'in 5'inci maddesinin (b) bendine göre; "Aşağıdaki haller dışında, dağıtıcı veya yetkili satıcının anlaşma konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge ya da müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi" durumunda muafiyetten yararlanamazlar.

Ancak bazı istisnai durumlar söz konusudur. Sözkonusu istisna aynı maddenin (b) bendinde söylendiği üzere; münhasır dağıtım sisteminin tercih edilmesi halinde

bölge ya da müşteri konusunda aktif satışlara ilişkin getirilen kısıtlama grup muafiyetinden yararlanabilmektedir.

2.3.7. Grup Muafiyetine Aykırı Sınırlamalarda İstisnalar

Tebliğ'deki düzenlemenin dışında kalıp da grup muafiyeti içerisinde kabul edilebilen çeşitli istisnalar söz konusudur ve bunlar Tebliğ'in 5'inci maddesinin (b) bendinde, dört grup halinde belirtilmiştir. Bu istisnalar;

- Münhasır Dağıtım Sistemi'nin tercih edilmesi sebebiyle bölge ya da müşteri konusunda aktif satışlara ilişkin kısıtlama getirilmesi,
- Toptancı seviyesinde faaliyet gösteren dağıtıcıların son kullanıcıya satışlarının yasaklanması,
- Seçici Dağıtım Sistemi'nde yeni motorlu taşıtların ve yedek parçaların yetkili olmayan dağıtıcılara satışının kısıtlanması
- Birleştirme amacıyla sağlanan parçaların rakiplere satılması yasağıdır.

2.3.7.1. Münhasır Dağıtım Sistemi'nin Tercih Edilmesi Sebebiyle Bölge ya da Müşteri Konusunda Aktif Satışlara İlişkin Getirilen Kısıtlama

Münhasır Dağıtım Sistemi'nin tercih edilmesi durumunda bölge ve müşteri tahsisinde sağlayıcıya muafiyet tanınır. Bu muafiyet, Tebliğ'in 5'inci maddesinin (b) bendine göre; "1) Dağıtıcı ya da yetkili servisin müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcı tarafından kendisine ya da başka bir dağıtıcıya tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışların kısıtlanması" şeklinde açıklanmıştır.

Münhasır Dağıtım Sistemi, her bir bayiye coğrafi sınırları çizilmiş belli bölgeler veya belli müşteri gruplarının tahsis edilmesini öngörürken, Sağlayıcı, dağıtım ağını sadece münhasır bölge ya da sadece münhasır müşteri grubu üzerinden uygulayabileceği gibi, bu iki uygulamayı birleştirmesi yani belli bir bölgedeki belli müşteri grubu için tek bir bayi ataması da olanaklıdır.

Sağlayıcının kendisine ya da onun tarafından başka bir alıcıya tahsis edilmiş bir münhasır bölge veya müşteri grubunun oluşabilmesi için bu bölgeye ya da müşteri grubuna yalnızca tek bir alıcının ya da sağlayıcının kendisinin aktif olarak satış yapması kriterinin karşılanması gerekmektedir. Bu nedenle, bir bölgeye veya müşteri grubuna aktif satış yapan teşebbüs sayısı iki ya da daha fazla ise, o bölge veya müşteri grubu artık münhasır olarak kabul edilmemektedir. Dolayısıyla aktif satış yasağı münhasırlık için önemli bir bileşen olarak algılanmaktadır.

2.3.7.2. Toptancı Seviyesinde Faaliyet Gösteren Bir Dağıtıcının Son Kullanıcılara Satışının Kısıtlanması

Tebliğ'in 5'inci maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde, grup muafiyetine aykırı sınırlamalara getirilen istisnalardan ikincisini şu şekilde belirtilmektedir, "2) Toptancı seviyesinde faaliyet gösteren bir dağıtıcının son kullanıcılara satışının kısıtlanması". Bu durum muafiyet kapsamında değerlendirilmektedir.

Bu noktada sağlayıcının getirdiği yasak, toptancı ile son kullanıcı arasında kurulacak satış sözleşmesine yönelik olup, sağlayıcı tarafından, anlaşmanın tarafı olan toptancıya, son kullanıcıya yapacağı satışlar bakımından yasak getirilmesi, anlaşmanın grup muafiyetinden yararlanmasına engel olmayacaktır.

5'inci maddede geçmekte olan 'nihai kullanıcı' kavramı Tebliğ'in 3. maddesinin (u) bendinde, "u) Nihai Kullanıcı, mülkiyetin geçmesi hükmünü veya anlaşma süresinin sonunda aracın satın alınması seçeneğini içermediği sürece finansal kiralama şirketleri de dahil yeni motorlu aracı kendi kullanımı için alan gerçek veya tüzel kişidir" olarak açıklanmaktadır. Bu hüküm sayesinde dağıtım sisteminin işlerliği ve toptancı dağıtım ağı ile parekendecilerin haksız rekabetinin önlenmesi sağlanmıştır.

2.3.7.3. Seçici Dağıtım Sistemi'nde Yeni Motorlu Taşıtların ve Yedek Parçaların Yetkili Olmayan Dağıtıcılara Satışının Kısıtlanması

Grup muafiyetine aykırı sınırlamalara yönelik geliştirilen üçüncü istisna ise Seçici Dağıtım Sistemi üyelerine getirilen yasaklamadır. Buna göre; "3) Dağıtıcı ya da yetkili servisin müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, seçici dağıtım sisteminin uygulandığı pazarlarda, yeni motorlu taşıtların ve yedek parçaların, seçici dağıtım sistemi üyeleri tarafından yetkili olmayan dağıtıcılara satışının kısıtlanması," muafiyet kapsamında değerlendirilir.

Dolayısıyla seçici sistem motorlu taşıt dağıtıcılarının galerilere motorlu taşıt satmasının yasaklanmasının önü açılmakta olduğu gibi, yedek parça dağıtıcılarının, bağımsız yedek parça dağıtıcılarına yapacağı satışların da önüne geçilebilmesinin olanağı sağlanmıştır.

Bununla birlikte grup muafiyetinin asgari koşullarının sağlanması ve bundan yararlanılması amacıyla bazı noktalara dikkat edilmelidir. Bunlar;

Yedek parçaları bakım onarım hizmetinde kullanacak olan özel servislere bu parçaların satılması konusunda Seçici Dağıtım Sistemi üyelerine yasak getirilememesi (Tebliğ'in 5'inci maddesinin (h) bendi; "Seçici Dağıtım Sistemi üyelerinin, motorlu taşıtların yedek parçalarını, bu parçaları motorlu araçların bakım onarımın-

da kullanacak olan özel servislere satma serbestisinin kısıtlanması" anlaşmayı grup muafiyetinden çıkaracaktır).

Seçici Dağıtım Sistemi üyelerine, yetkisiz satıcılara yapacakları satış bakımından getirilen kısıtlamada aktif-pasif ayrımı bulunmamakta ve bu nedenle sağlayıcı hem dağıtıcının doğrudan pazarlama teknikleri ile yaptığı satışları (aktif satış) hem de aktif çaba sonucunda doğmayan talepleri karşılama yöntemiyle gerçekleştirdiği satışları (pasif satış) yasaklayabilme olanağı doğmaktadır.

Bu yasağın müşteriler tarafından yapılacak satışları kapsamaması durumu söz konusudur. Bu nedenle, Seçici Dağıtım Sistemi dağıtıcısıdan motorlu taşıt veya yedek parça tedarik eden müşteriler, bu ürünleri aktif-pasif satış ayrımı olmaksızın dilediklerine satmak serbestisine sahiptirler.

2.3.7.4. Birleştirme Amacıyla Sağlanan Parçaların Sağlayıcının Rakiplerine Satılması Yasağı

Grup muafiyetine aykırı sınırlamalara getirilen istisnaların dördüncüsü ve sonuncu olanı, birleştirme amacıyla sağlanan parçaların sağlayıcının rakiplerine satılmasının yasaklanabilmesidir. Bu bağlamda, Tebliğ'in 5'inci maddesinin birinci fıkrasının (b) bendine göre; "4) Alıcının, birleştirilme amacıyla sağlanan parçaları, bu parçaları sağlayıcı tarafından üretilen mallarla aynı tipte malların üretiminde kullanmayı amaçlayan müşterilere satma imkanının kısıtlanması." grup muafiyetinden yararlanabilecektir.

Maddede geçen 'alıcı' terimi Tebliğ'in 3'üncü maddesinin (j) bendinde belirtilmiştir. Buna göre; "j) Alıcı, başka bir teşebbüs adına mal veya hizmet satan teşebbüsü de içerecek şekilde dağıtıcı veya yetkili servis konumundaki teşebbüstür."

Tebliğ, getirdiği istisna ile sağlayıcıya, alıcının 'birleştirme amacıyla sağladığı parçaları sağlayıcının rakiplerine satmasını' yasaklama hakkı tanırken, aktif ve pasif satış arasında herhangi bir ayrıma gitmemekte ve bu şekilde motorlu taşıt üreticisi konumundaki sağlayıcı, motorlu taşıtı oluşturan parçaların, aynı işi yapan rakibi konumundaki diğer motorlu taşıt üreticilerinin eline geçmesine engel olmaktadır. Bu bağlamda, sağlayıcının alıcı konumundaki dağıtıcı veya yetkili servise getirdiği kısıtlama grup muafiyetinden yararlanacaktır.

2.3.8. Tebliğ'in Özel Koşulları

2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 6'ncı maddesinde grup muafiyetinden yararlanamayacak olan özel hükümler sıralanmıştır. 6'ncı madde, ağır sınırlamalara

sahip olan 5'inci maddeden farklı olarak sözkonusu maddede belirtilen hallere ilişkin anlaşmaya konan hükümler sebebiyle, anlaşmanın tamamını grup muafiyetinden çıkarmamakta, sadece hükmün kendisini muafiyetten hariç tutmaktadır.

Bu maddenin birinci fıkrasının (a) ve (b) bendlerinde sözleşme döneminde getirilen sınırlamaları, (c) bendinde ise sözleşme bitiminden sonraki dönem için getirilen sınırlamaları düzenlemiş olup, anılan maddelerin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentleri aşağıdaki gibidir;

a) Her türlü doğrudan veya dolaylı rekabet etmeme yükümlülüğü,

b) Dağıtım sistemi üyelerinin rakip sağlayıcıların sunduğu motorlu taşıtları veya yedek parçaları satmasını veya bu motorlu taşıtlara tamir ve bakım hizmetleri vermesini engelleyen, doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük.

Bu noktada (b) bendinde altı çizilmekte olan durum, (a) bendinde belirtilen rekabet etmeme yükümlülüğünün dahilindedir ve böyle bir durumda sözleşme döneminde sağlayıcı tarafından alıcıya getirilen doğrudan ve dolaylı rekabet etmeme yükümlülüğünün incelenmesi gerekliliğini doğurmaktadır.

Bu yükümlülük, 2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 3'üncü maddesi tarafından "Rekabet etmeme yükümlülüğü, alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden malları veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını veya yeniden satmasını engelleyen doğrudan ya da dolaylı her türlü yükümlülüktür. Ayrıca alıcının bir önceki takvim yılındaki alımları esas alınarak, ilgili pazardaki anlaşma konusu mal veya hizmetlerin ya da onları ikame eden mal veya hizmetlerin % 30'undan fazlasının sağlayıcıdan veya sağlayıcının göstereceği başka bir teşebbüsten satın almasına yönelik olarak alıcıya doğrudan veya dolaylı biçimde getirilen herhangi bir yükümlülük de rekabet etmeme yükümlülüğü olarak kabul edilir. Dağıtıcının istihdam ettiği markaya özel satış personelinin maliyeti sağlayıcı tarafından karşılanmadıkça, dağıtıcıya farklı marka araçlar için ayrı satış personeli istihdam etme yükümlülüğü getirilmesi bu Tebliğ'e göre rekabet etmeme yükümlülüğü anlamına gelir. Markalar arası karışıklıktan kaçınmak için başka sağlayıcıların motorlu araçlarını teşhir yerinin ayrı bölümlerinde satmasına dair dağıtıcıya getirilen yükümlülük, bu Tebliğ bakımından rekabet etmeme yükümlülüğü anlamına gelmemektedir" cümleleri ile tanımlanmaktadır.

Bu tanıma göre; alıcı, rakip ürün veya hizmetleri üretmek, satın almak, satmak veya yeniden satmak noktasında önündeki direkt ya da dolaylı engelleyici hiçbir yükümlülükle karşı karşıya kalmamaktadır. Bu bağlamda bir sağlayıcı, Tebliğ doğrultusunda, dağıtım anlaşmalarının grup muafiyetinden yararlanmak istiyor ise, bayilerinin rakip sağlayıcılara ait markaları satmalarına da izin vermek zorundadır.

Bayinin markaya özel satış personeli kullanmasına yönelik üstlenilecek olan yükümlülük de rekabet etmeme yükümlülüğü kapsamında değerlendirilmektedir fakat satış personelinin tüm giderleri sağlayıcı tarafından karşılanırsa, farklı marka araçlar için ayrı personel istihdam etme yükümlülüğü, rekabet etmeme yükümlülüğü kapsamında değerlendirilmeyecek, bu nedenle bu hükmü içeren anlaşma grup muafiyetinden istifade edebilme olanağı kazanacaktır.

Bu maddenin son cümlesinden de anlaşılabileceği üzere, sağlayıcı, kendine ait araçların showroomun ayrı bölümlerinde sergilenmesini isteme hakkına sahip olup, bu şekilde bayinin birden fazla marka satış hizmeti vermesi sebebiyle oluşabilecek markalar arası karışıklık tehlikesini önlemektedir. Örneğin, bir bayi bünyesinde x, y ve z markalarını barındırmaktaysa, x marka kendi ürün ya da hizmetlerini markalar arası rekabette geri kalmamak adına çeşitli donatılar ile ilişkilendirebilir.

Örneğin, x markanın kendi markaları ile diğer markaları arasına duvar veya perde benzeri ayraçlar koydurması ya da showroomda başka marka araçlara yer kalmayacak şekilde teşhir aracı talebi makuliyet sınırını aşmış olacak ve Tebliğ ile sağlanan muafiyetten çıkılması sonucunu doğuracaktır.

2005/4 sayılı Tebliğ'in 6'ncı maddesinin sözleşme bitimini izleyen döneme yönelik sınırlamaları (c) bendi ile düzenlemektedir. Buna göre;

c) Dağıtıcının veya yetkili servisin, anlaşmanın sona ermesinden sonra, motorlu taşıtları üretmemesi, satın almaması, satmaması, yeniden satmaması veya tamir veya bakım hizmetleri vermemesine neden olan doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük.

Dolayısıyla sağlayıcı, sözleşme bittikten sonraki dönemde dağıtıcının bir daha araç ticareti yapamayacağına ilişkin bir şartı sözleşmeye koyamaz. Çünkü bu yönde gündeme getirilen bir şart, sözkonusu sözleşmeyi rekabet etmeme yükümlülüğü sebebiyle grup muafiyetinden mahrum bırakacaktır.

Bu durum, yetkili servislerin sözleşme sona erdikten sonra tamir veya bakım hizmetleri veremeyeceğine dair hüküm içeren sözleşme için de sözkonusudur. Böylece yetkili, satıcılığın bırakılması halinde hiç bir rekabet etmeme yasağı söz konusu olmaksızın başka marka satıcılığına girişme ve servis açma hakkının sağlanması söz konusudur.

Tebliğ'in bu anlamdaki işlevi, dağıtıcı ve yetkili servislerin, sağlayıcının baskısı nedeniyle sözleşmeyi devam ettirmelerini, böylelikle sağlayıcıya bağımlı hale gelmelerini önlemek olarak ön plana çıkmaktadır.

Bununla birlikte 6'ncı maddenin sağlayıcının anlaşmaya koyacağı mekân klozunu yasaklamayan;

b) Seçici Dağıtım Sistemi içindeki hafif ticari araç veya otomobil dağıtıcısının, seçici dağıtımın uygulandığı başka bölgelerde satış veya teslimat yerleri açmasını engelleyen doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük" bendi ile Seçici Dağıtım Sistemi bünyesindeki hafif ticari araç ve otomobil dağıtıcılarının, seçici dağıtımın uygulanmakta olduğu başka bölgelerde satış veya teslimat yerleri açmasını engelleyen doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük grup muafiyetinden yararlanamayacaktır. Böylelikle; sağlayıcı, Seçici Dağıtım Sistemi içindeki dağıtıcının faaliyet göstereceği noktayı sabitleyememekte ve dağıtıcılar bir başka seçici dağıtım bölgesinde tali satış yerleri açabilmektedir. Bu özgürlüğün önündeki her türlü engelleyici yükümlülük rekabeti zedeleyici kabul edilecek ve grup muafiyetinden yararlanma olanağı nihayete erecektir.

Bu noktada (b) bendinin uygulamasında dikkate alınması gereken husus, hem dağıtım konusu malları hem de bu malların dağıtımı için belirlenen sistemin yalnızca hafif ticari araç ve otomobil dağıtıcıları için geçerli olduğudur. Bu bağlamda, ağır vasıta dağıtıcıları için bu yönde getirilmiş olan dolaylı ya da doğrudan yükümlülük grup muafiyetinden yararlanacaktır ancak satış ve teslimat yerinin kurulmasının hedeflendiği bölge, münhasır bir bölge ise muafiyetten yararlanmak söz konusu olamaz.

Mekân klozunun yasaklanmasını ve bayilere tali satış mağazaları açma hakkını getiren sözkonusu (b) bendindeki düzenleme, tüketicinin yararına olarak marka içi rekabetin güçlenmesine, bayilerin işlerini genişletmelerine ve sağlayıcılarından daha bağımsız şekilde hareket etmelerine zemin tanırken, Tebliğ'in 6'ncı maddesinin son fıkrası; "Tamir ve bakım hizmetleri veya yedek parçaların satışı bakımından, seçici dağıtımın uygulandığı yerlerde yetkili servislerin tesis yeri ile ilgili doğrudan veya dolaylı yükümlülüklere muafiyet uygulanmaz" hükmüyle yetkili servislere tesis yerlerini belirleme hakkı da getirmiştir. Bu bağlamda, seçici dağıtım sistemi tercih edildiği takdirde, yetkili servislere satış sonrası servis hizmetleri ile yedek parçaların satışı bakımından tesis yeri ile ilgili getirilen yükümlülükler muafiyet kapsamında değerlendirilmeyecek ve böylece yetkili Seçici Dağıtım Sistemi'nin uygulandığı yerlerde hizmet verecekleri yeri kendilerinin serbestçe belirleyebilmesine olanak tanınacaktır.

2.4. Muafiyet Tebliği'nin Satış Sonrası Hizmet ve Yedek Parça Üretimi ve Dağıtımına Etkileri

2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin bugüne kadar kapsamakta yetersiz kaldığı

ancak oldukça önemli düzenlemeler getirdiği üç alan; satış sonrası hizmetler, bakım onarım faaliyetleri ve yedek parça ticaretidir.

Bu üç alanda özellikle servisler lehine düzenlemeler söz konusudur. Burada temel neden, distribütör firmaların yedek parça ticaretinden tüketicinin ve servislerin aleyhine olmak kaydıyla aşırı karlara yönelmeleridir. Türkiye'de ana sanayi ve distribütör firmaların konu edildiği bir araştırmaya göre; distribütör firmaların yıllık yedek parça ciroları bir milyar ABD dolarını aşarken, yedek parça satışı ile elde edilen ciro firma başına 45 milyon doları aşmaktadır. Bununla birlikte yan sanayi firmalarının ürettiği ve araç üreticileri kanalı veya distribütörler ile yetkili servislere ulaşan parça fiyatlarının tüketiciye ortalama % 35'lik bir fiyat artışı ile ulaştığı gözlemlenmektedir. Bu artış bazı ürünlerde % 60'ı bulurken, tamir ve bakım için yetkili servise giden araç sahipleri, eski düzenlemenin distribütörlere tanıdığı haklardan ötürü, yılda 650 milyon ABD doları kayba uğramaktaydılar.

Bu nedenlerin bir sonucu olarak bakım onarım ve yedek parça faaliyetlerinde köklü düzenlemelere gidilmiştir.

2.4.1. Satış ve Satış Sonrası Hizmetlerin Ayrılması

2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliğ'ine göre, sağlayıcının dağıtıcıya getireceği satış sonrası hizmetleri verme yükümlülüğü ağır sınırlama olarak kabul edilmekte ve sözkonusu yükümlülüğü içeren anlaşma grup muafiyetinin dışarısında bırakılmaktadır. Tebliğ'in, Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar başlığını taşıyan 5'inci maddesinin birinci fıkrasının (f) bendinde bu durum; "f) Dağıtıcının, bakım onarım hizmetlerine ilişkin yükümlülüklerini, imzalayacağı alt anlaşmalarla yetkili servislere devretme hakkının kısıtlanması" olarak tarif edilmekte ve anlaşmayı grup muafiyeti kapsamından çıkaracağı bildirilmektedir.

Burada temel unsur, faaliyetini yalnızca bakım onarım hizmeti ve yedek parça satışıyla sınırlamak isteyen yetkili servislerin bu isteğini sınırlayan hükümlerin anlaşmaya konmasının, sözkonusu anlaşmanın muafiyetten yararlanmasına engel olmasıdır.

Bu bağlamda, yetkili dağıtıcı ve servisler, devir hakkını sağlayıcının izni olmadan kullanabilirler fakat bu devir işleminin şebeke içerisinde yer alan yetkili üyeleri kapsaması gerekmektedir. Ayrıca hak ve yükümlülüklerin devir işleminin ağ içinde aynı faaliyeti gösterenler arasında olması gerektiği gerçeğine riayet edilmelidir. Bu durum ihlal edilemez ve hak devri sağlayıcının izni olmaksızın imkân dahilinde değildir. Bununla birlikte, yetkili dağıtıcı veya servis, hakkın devrine yönelik bir eğilim durumundan sağlayıcıyı haberdar kılmalı ve en az dört hafta önceden sağ-

layıcının konu hakkında bilgilendirilmesi hususunda dikkatli olmalıdır. Sağlayıcı ise satış işleminin aksatılmayacağı bir şekilde yükümlülüklerini yerine getirmelidir.

2.4.2. Satış Sonrası Hizmetlerin Ayrı Ayrı Verilmesi

Yedek parça dağıtıcısının, sadece yetkili yedek parça satıcılığı faaliyetinde bulunmak istemesi ya da yetkili tamirci şebekesi üyesinin bakım onarım hizmetleri içinde sadece boya kaporta faaliyetiyle uğraşmak istemesi satış sonrası hizmetlerin de ayrı ayrı verilmesi kavramına örnek olarak sunulabilir.

Sağlayıcının bu taleplere vereceği cevap, seçmiş bulunduğu Seçici Dağıtım Sistemi'nin nitel ya da nicel özelliğini doğrudan tayin etmektedir. Sağlayıcının Niteliksel Seçici Dağıtım Sistemi'ni seçmesi durumunda, sadece yedek parça satışı yapmak isteyen dağıtıcıyı reddedemez. Çünkü yedek parça satıcılığı, tamirciliği zorunlu kılan hiçbir unsuru içermez.

Öte yandan, sağlayıcı şebekesinin merkezinde yalnızca nitel seçici dağıtım sistemine yer vermekteyse, yetkili şebeke bünyesinde bulunan bir servisin sadece kaporta boya işleri ile uğraşmasını ve onarım faaliyetinde bulunmamasını kabul etmeme hakkına sahip olmaktadır. Niteliksel yapının tüm hizmetlerin verildiği, tamamen kaliteye dayanan bir sistem olması bunda en önemli etkendir. Fakat şebeke içerisinde sadece kaporta boya işleri yapan yetkili servisler bulunmaktaysa, şebekeye dahil olacak yeni adaylara veya mevcut yetkili tamircilerin sadece kaporta boya işlerine yönelerek bakım onarım işinden çekilmelerinin reddedilmesi söz konusu olmamaktadır.

Bununla birlikte, düzenleme sonrası yetkili servisin yalnızca bakım onarım hizmeti verip yedek parça satışıyla iştigal etmek istememesi de mümkün gözükmektedir. Böyle bir durumda sağlayıcı yetkili servise, bakım onarım hizmeti yanında yedek parça satış zorunluluğu getirememektedir.

2.4.3. Satış Sonrası Hizmetlerde Niteliksel Seçici Dağıtım, Mekân Klozu ve Çok Markalılık

Niteliksel Seçici Dağıtım Sistemi'nin satış sonrası hizmetlerde uygulanıyor olması, yetkili servislerin tercih edilmesinde sağlayıcıların yalnızca niteliksel kriterleri belirleyebilmesi, bunların ilgili tamircilere bildirilmesi ve bu kriterleri sağlayan tüm teşebbüslerin yetkili servis olarak kabul edilmesi anlamına gelmektedir. Tebliğ'in, sağlayıcının ilgili pazardaki pazar payının % 30'un üzerinde olması durumunda, bakım-onarım hizmetleri ve yedek parça dağıtımı konusunda yalnızca niteliksel seçici dağıtıma muafiyet tanıdığı görülmektedir. Buna mukabil, pazar payı % 30'un altındaki sağlayıcıların ise, motorlu taşıt dağıtımında olduğu gibi Niceliksel Seçici Dağıtım veya Münhasır Dağıtım Sistemi'ni seçmeleri olanaklıdır.

Tebliğ'in 6'ncı maddesinin son paragrafı, motorlu taşıt dağıtımında olduğu gibi seçici dağıtım sisteminde faaliyet gösteren yetkili servislere de sağlayıcı tarafından "mekân klozu" getirilmesini yasaklarken, bu seçici dağıtım sistemi üyesi yetkili servislerin sağlayıcının izni olmaksızın istedikleri bölgelerde ek tamirhaneler açmakta serbest olması sonucunu doğurmaktadır.

Son olarak düzenlemede motorlu taşıt dağıtımında çok markalılığa yönelik olarak getirilen kurallar, satış sonrası hizmetler ve yedek parça için de geçerlidir. Tebliğ'de, yetkili servislerin başka marka motorlu taşıtlara yönelik bakım onarım hizmeti vermesini engelleyen her türlü yükümlülük muafiyet kapsamı dışında bırakılmaktadır.

2.4.4. Bağımsız Teşebbüslerin Rekabete Dahil Edilmesi

Otomotiv sektöründeki satış sonrası hizmetler, iki grup tarafından sağlanmaktadır. Bunlar;

a. Motorlu taşıt üreticisinin yetkili ağında bulunan teşebbüsler,

b. Bağımsız teşebbüsler.

Birinci kategorideki teşebbüsler, motorlu taşıt üreticisinin yetkili satıcılık ağında bulunan yetkili satıcılar ve yine taşıt üreticisinin ağında yer alan ancak araç satışı yapmayan yetkili servisler den oluşurken, ikinci kategoride bulunan bağımsız teşebbüsler ise, tebliğin 3. maddesinde;

"v) Bağımsız teşebbüs, doğrudan ya da dolaylı olarak araçların bakımı ve onarımı ile iştigal eden teşebbüsleri, özel servisleri, onarım aracı ve ekipmanı üreticilerini, bağımsız yedek parça üretici ve dağıtıcılarını, teknik bilgi yayımcılarını, otomobil kulüplerini, yol yardımı veren teşebbüsleri, test hizmeti veren teşebbüsleri ve servisler için eğitim veren teşebbüsleri ifade eder" cümleleri ile tanımlanmaktadır.

Tebliğ'e göre, satış sonrası hizmetlerin etkin bir rekabetin öğesine dönüşebilmesi, bakım-onarım işleriyle iştigal eden bağımsız teşebbüslerin de, pazara dahil olması ile mümkün olacaktır. Dolayısıyla, bakım-onarım işleriyle uğraşan bağımsız teşebbüslerin, yetkili satıcılarla aynı teknik bilgi, eğitim, araç ve ekipmana sahip olması gerekliliği tebliğin 5'inci maddesinin 2'nci fıkrasında açıklanmaktadır;

"Bu Tebliğ'in öngördüğü muafiyet, motorlu araç üreticisinin, motorlu araçların bakım ve onarımının yapılması ya da çevre koruma ölçütlerinin uygulanabilmesi için gerekli olan herhangi bir teknik bilgiye, teşhis cihazı ve diğer ekipmana, gerekli yazılıma ya da eğitime, bağımsız teşebbüslerin erişimini engellemesi durumunda uygulanmaz".

Görüldüğü üzere söz konusu erişim bilhassa bir motorlu aracın elektronik kontrol ve teşhis cihazlarının kısıtlanmadan kullanımını, bu cihazların sağlayıcının standart prosedürlerine uygun bir biçimde programlanmasını, tamir ve bakım talimatlarını ve teşhis ve servis araç ve ekipmanlarını kullanmak için gerekli olan bilgiyi ihtiva etmelidir.

Bununla birlikte bağımsız teşebbüslerin erişimine yönelik uygulamalar, ayrımcılık yapılmadan, tam ve uygun bir şekilde sağlanmalı ve bilgi kullanıma uygun bir şekilde verilmelidir. Bu bağlamda, söz konusu unsur bir fikri hak kapsamındaysa veya bir know-how oluşturmaktaysa, erişim kötüye kullanma yoluyla engellenmemelidir.

Bu şekilde, motorlu araç üreticileri, motorlu araçların bakım-onarımının yapılması ya da çevre koruma ölçütlerinin uygulanabilmesi için gerekli olan teknik bilgiye bağımsız teşebbüslerin erişimini engelleyemeyeceklerdir.

Söz konusu bilgilerin en temel karakteristiği, tanısal ve elektronik sistemleri de içerecek şekilde bakım ve onarım hizmetlerinin yürütülebilmesi için gerekli olan her tür enformasyona referans vermeleridir. Bu enformasyon iki şekilde oluşabilir; elektronik data ve normal yazı.

Maddenin çizdiği çerçeveye göre bağımsız teşebbüs, yetkili tamircilerin kullandığı her tür araç-gereçten (bakım hizmetinde kullanılan el ve makine araçları, hardware ve software araçlar ve tanı sistemleri vb.) yararlandırılmalıdır.

Özenle üzerinde durulması gereken husus, bağımsız teşebbüslere verilecek bilginin, yetkili servislerle bağımsız teşebbüsler arasında ayrım yapılmadan ve kullanılabilir formatta verilmesidir. Buna göre, bilginin eksik olması, geciktirilerek veya yetkili servislere göre daha caydırıcı şartlarla verilmesi, teknik bilgiye erişimin engellenmesi anlamına geleceği gibi, grup muafiyetinden yararlanmanın da şartlarını ortadan kaldırmaktadır.

Tebliğ'e göre, teknik bilginin bir fikri hak kapsamında olması veya bir know-how oluşturması durumunda, fikri mülkiyet hakkının sağlayıcı tarafından kötüye kullanılması ile erişimin engellenmemesi gerekir.

2.4.5. Yedek Parça

Motorlu taşıtların satış sonrası hizmetlerinin içerisinde kabul edilecek bir başka husus ise söz konusu hizmetlerin verilebilmesi için gerekli olan yedek parçalardır. Yedek parça kavramı Tebliğ'in 3'üncü maddesinde"p) Yedek parça, bir aracın parçalarını değiştirmek amacıyla aracın üzerine veya içine takılabilen, yakıt hariç olmak

üzere, motorlu taşıtın kullanımı için gerekli olan yağlar gibi ürünlerin de dahil olduğu mallar" olarak tanımlanırken, yeni düzenleme ile motorlu taşıtın kullanımı için gerekli olan madeni yağlar da yedek parça kavramının tanımı içerisinde kabul edilmiştir.

Tebliğ, yeni düzenlemelerle tüketicinin lehine olmak kaydıyla ve rekabet ortamının daha adil ve güçlü şartlarla donatılması amacıyla, "orijinal ve eşdeğer yedek parça" kavramlarını getirmiştir. 3'üncü maddenin (r) bendine göre orijinal yedek parça;

"r) Orijinal yedek parça, bir motorlu aracın üretiminde veya montajında kullanılan parçalarla aynı kalitede olan ve söz konusu motorlu aracın üretiminde veya montajında kullanılan parçaların veya yedek parçaların üretiminde sağlayıcı tarafından getirilen spesifikasyonlara ve üretim standartlarına göre üretilmiş yedek parçalar anlamına gelmektedir. Aracın parçaları ile aynı üretim bandında üretilen yedek parçalar da bu kapsamdadır. Bu parçaların, söz konusu aracın montajında kullanılan parçalarla aynı kalitede olduğunun ve araç üreticisinin spesifikasyonlarına ve üretim standartlarına göre üretildiğinin parça üreticisi tarafından belgelendirilmesi halinde, aksi kanıtlanana kadar, orijinal yedek parça olduğu varsayılır" cümleleri ile tanımlanırken, bu tanım üç kategorideki parçaları kapsamaktadır. Bunlar;

a. Motorlu taşıt üreticisi tarafından üretilen parçalar,

b. Araç üreticisi ile yedek parça üreticisi arasında akdedilen tedarik anlaşmasına binaen yedek parça üreticisi tarafından sağlanan parçalar,

c. Yedek parça üreticisinin, motorlu taşıt üreticisinin üretim standartlarına göre çoğunlukla aynı üretim bandında ürettiği, ancak ona sağlamadığı parçalardır.

Ancak tanımın tam anlamıyla çözemediği unsurların başında, orijinal yedek parçanın ıspat meselesi gelmektedir. Tanıma göre, parça üreticisinin düzenleyeceği belge, parçanın orijinal olduğu konusunda bir karine teşkil etmekte ve böylece aksi ispat edilmediği sürece parça üreticisinin, ilgili unsurların aracın montajında kullanılan unsurlar ile aynı kalitede olduğu ve araç üreticisinin belirttiği özelliklere ve üretim standartlarına uygun olarak üretildiğini beyan ettiği yedek parçalar da orijinal yedek parça olarak kategorize edilmektedir.

Bu noktada parça üreticisinin beyanı, paketin üzerinde yazılı olabileceği gibi parça ile birlikte verilen yazılı bir kağıtla da sağlanabilmektedir. Bu şartlar yerine getirildikten sonra parça üreticisinin, bu belgenin dışında bir başka ek delil göstermesini gerekli kılan ortam ortadan kalkmaktadır.

Bu belgenin varlığı ile birlikte Tebliğ, ispat yükünü, parçanın orijinal olmadığını ileri süren tarafa yükler ve bu nedenle parçanın orijinal olmadığını iddia eden, bu iddiasını ispat etmek durumundadır.

Eşdeğer kalitede yedek parça kavramı ise aynı maddenin (s) bendinde "Bir motorlu aracın montajında kullanılan parçalarla eşdeğer kalitede olduğu varsa mevzuat gereği aranan mecburi standartlara uygunluğunun üreticisi tarafından belgelendirilmesi gereken parçalardır" cümleleri ile açıklanmaktadır.

Bu şekilde Tebliğ, aracın meydana getirilmesinde kullanılan parçalarla aynı kalitede olmasına rağmen araç üreticisi tarafından sağlanan üretim standartları ve spesifikasyonlara uygun olarak üretilmeyen parçaları eşdeğer kalitede yedek parça olarak tanımlamıştır. Böyle bir durumda bu parçalar orijinal parçalarla aynı, hatta daha kaliteli, buna karşılık farklı bir materyalden yapılan veya farklı bir renge sahip parçalar olarak ön plana çıkmaktadır.

Parça üreticisine bu noktada düşen, ürettiği parçanın, motorlu taşıt aracının parçaları ile eşdeğer kalitede olduğunu belgelendirmektir. Bu belge, üretilen parçanın eşdeğerliliği iddiasını kanıtlamakta ve ispat yükünü aksini iddia edenlere devretmiş olmaktadır.

Tebliğ'in, yedek parça kavramını genişletmesinin yanında getirdiği bir diğer işlev ise yedek parça pazarlarında etkin rekabetin sağlanmasıdır. Tebliğ'deki düzenlemeler, yetkili servis ya da dağıtıcı olmanın önündeki engelleri kaldırmakta, ayrıca yetkili olmayan dağıtıcı ve servislerin de sisteme dahil olmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda, Tebliğ'in 5'inci maddesinin (j) bendi, "Bir dağıtıcı veya yetkili servisin orijinal yedek parçaları veya eşdeğer kalitedeki yedek parçaları kendi tercih ettiği üçüncü bir teşebbüsten satın almasının ve bunları motorlu araçların bakım ve onarımı için kullanmasının engellenmesi" halinde anlaşmanın grup muafiyetinden yararlanamayacağını belirtmektedir.

Bu bilgiler ışığında, sağlayıcının yetkili dağıtıcı ve servislerini araçlarının olağan bakım onarım hizmetlerinin ifası sırasında yalnızca kendisi tarafından sağlanan orijinal yedek parça kullanmasını zorunlu kılması mümkün olmamaktadır. Bu şekilde dağıtıcı ya da yetkili servislerin, orijinal ya da eşdeğer kalitede yedek parçaları bağımsız üçüncü teşebbüslerden temin ederek tamir ve bakım hizmetlerinde kullanabilmelerinin önü açılmıştır.

Bununla birlikte bendin son cümlesinde "Garanti kapsamında yapılan tamir, ücretsiz bakım ve araç geri çağırma işlerinde, motorlu taşıt sağlayıcısı kendisinin sağladığı orijinal parçaların kullanımını zorunlu kılabilir" ifadelerine yer verilerek, yukarıdaki düzenlemeye bir istisna getirilmekte ve sağlayıcıya; garanti süresi içinde yer alan –dolayısıyla ücreti tüketici tarafından değil, sağlayıcı tarafından ödenen– tamir, bakım ve araç çağırma işlerinde kullanılan parçaların, kendisinden temin edilmesini şart koşma hakkı tanınmaktadır.

Bu noktada özenle üzerinde durulması gereken husus, verilen tamir ve bakım hizmetlerinin garanti kapsamında olup olmadığının tespit edilmesidir. Çünkü, garanti kapsamının dışındaki bir bakım onarım hizmeti garanti süresi içinde verilse bile yukarıda belirtilen istisnanın dışında kalacak, yani distribütör, sözkonusu hizmet için kullanılan parçaların kendisinden temin edilmesini bir koşul olarak öne süremeyecektir.

Bir diğer husus ise, yetkili dağıtıcı ve servislerin, motorlu araç üreticilerinden sağladıkları parçaları bakım onarım hizmeti için değil, bağımsız tamircilere satması durumunda oluşabilecek olan sorundur. Tebliğ'in gerçekleştirdiği, Seçici ve Münhasır Dağıtım Sistemleri arasında ayrıma göre, Seçici Dağıtım Sistemi'nde, sistem üyelerinin bağımsız tamircilere yapacağı satışlara yönelik olarak getirilecek her tür sınırlama rekabetin de sınırlanması anlamına gelirken, münhasır sistemde ise pasif satışların kısıtlanması aynı değerlendirme ile karşı karşıya kalmaktadır.

Tebliğ'in, aynı maddenin (i) bendinde, yedek parça sağlayıcısının iki kanaldan dağıtımının önlenmesini grup muafiyeti dışında bırakması; "i) Orijinal yedek parça, eşdeğer kalitede yedek parça, tamir ekipmanı, teşhis cihazı ya da diğer tip ekipmanların sağlayıcısıyla bir motorlu taşıt üreticisi arasında yapılan anlaşmayla, sağlayıcının söz konusu mal ve hizmetleri yetkili veya bağımsız dağıtıcılar, ya da bağımsız teşebbüsler ve son kullanıcılardan herhangi birine satma imkânına kısıtlama getirilmesi" durumuna bağlanmaktadır.

Bu şekilde maddenin işaret etmiş olduğu parça ve ekipmanların üreticileri ile motorlu araç üreticileri arasında yapılan anlaşmada, sağlayıcının motorlu taşıt üreticisi olan diğer taraftan başkalarına bu parça ve ekipmanları satmasının yasaklanamadığı gözlemlenmektedir. Tebliğ bu düzenleme sayesinde, araç üreticisinin yedek parça üreticisi karşısındaki arza ilişkin kısıtlamalarının önüne geçme imkânı kazanmaktadır.

Bir diğer önemli husus ise yedek parça sağlayıcısının, ürettiği parçalar üzerine marka ve logo koyma hakkına dair olan Tebliğ'in 5'inci maddesinin (k) bendidir. Bende göre; "Bir motorlu taşıt üreticisi ile ürettiği motorlu araçlarda kullandığı yedek parçaların sağlayıcısı arasında yapılan anlaşmayla, yedek parça sağlayıcısının marka ve logosunu, sağlanan parçalar üzerine etkili ve kolayca görülebilir bir biçimde koymasını engelleyici nitelikte kısıtlamalar getirilmesi" anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkarmaktadır.

Tebliğ bu noktada tereddüt edilen hususların aşılması adına yedek parça üreticisine, ürettiği parçalar üzerine marka ve logo koyma hakkı tanırken, hem yeniden satıcı ve tüketicilerin parçanın orijinalliği konusundaki tereddütlerinin ortadan kalkmasını hem de yedek parçada alternatif temin kaynağı yaratılmasın sağlamıştır.

3. MUAFİYET TEBLİĞİ'NİN UYGULAMASI HAKKINDA GÖRÜŞ VE ÖNERİLER

Rekabet Kurulu'nun *Resmi Gazete*'de 12 Kasım 2005'te yayımladığı 2005/5 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği, beraberinde çeşitli avantajlar getirirken bunlar rekabet piyasalarının beklentileri çerçevesinde açıklanması gerekli hususlardır.

Tebliğ araç satış ve servis faaliyetlerine ilişkin yetkili satıcılara geçmişte uygulama imkânı bulunmayan avantaj ve yeni haklar tanısa da, uygulama bu yönde gelişmemiştir. Buna göre Tebliğ ile birlikte;

1) Çok marka satıcılığına serbestlik tanınmıştır;

Tebliğ yürürlüğe girmeden önce birçok marka yetkili satıcısına faaliyetlerini plaza ortamında sürdürme zorunluluğu getirilirken, işaret edilen plazalar Avrupa'da pek rastlanmayan türde lüks ve gelişmişlik içermektedir. Bununla birlikte satış, yedek parça, tamir onarım, boya, aksesuar, sigorta faaliyetleri vb. işler zaten tebliğin yürürlüğe girmesinden önce devreye alınmıştır ve araç satıcılarının başka markalara yönelmesi önemli ölçüde kısıtlanmıştır.

Tebliğ yürürlüğe girdikten sonra Anadolu kentlerinde bazı bayiler kendi marka yelpazesine yakın olan markaları bünyelerine katmak istemişlerse de kendi bölgelerindeki yetkili satıcılar distribütör firma tarafından yapılan giderleri öne sürerek yeni yetkili satıcılık verilmemesi yönünde baskı yapmışlardır. Bununla birlikte bir çok distribütör Niceliksel Seçici Dağıtım Sistemi'ni yürürlüğe koyarak bayi sayısını sınırlandırmış ve marka içi rekabet daraltarak, yaptırılan özel plaza dizaynları ile aynı mekânda çok marka satıcılığının marka imajını ve görselliğini bozacağı iddiasıyla bu durum engellenmiştir.

2) Yalnızca araç satışı veya servis hizmeti sunma serbestisi tanınmıştır;

Tebliğ'in bu temel özelliğinin önündeki en temel engel bir üst maddede sayılanlardır. Tebliğ yürürlüğe girdiğinde bazı bayiler sadece servis hizmetine yönelmek istemişler ancak distribütör firma sözleşmelerinde araç satışı ile bakım onarım hizmetleri arasında pratik geçerliliği olmayan ilişkiler koymuşlardır. Bu durumda da sadece satış ya da servis hizmeti vermek hakkı uygulanamayan teknik bir unsur olarak kalmıştır.

3) Sadece araç satışı ile uğraşılırken servis hizmetlerini taşeron, yetkisiz serbest tamircilere yaptırmak mümkündür;

Tebliğ ile sağlanan bu gelişme distribütör firmaların yedek parça teminindeki özel programları ya da eğitim, alet edevat, test cihazı gibi ana tamir unsurlarının yetkisiz tamircilere vermemesi ya da verdiği takdirde de yüksek fiyatlar ile çalışmak istemesi sonucu pratiğe geçirilmemiş bir unsur olarak kalmıştır. Oysa ki, plan Tebliğin tanıdığı bu hak neticesinde tüketicilerin bakım onarım giderlerinin düşürülmesiyse de, bugün itibarı ile tablo tam aksi şekilde işlemektedir.

4) Yetkili satıcı bölge dışına satış yapmak, yeni showroom ya da tali bayi açmak imkânına sahip olmuştur;

Bazı markaların yetkili satıcıları bu hakkı kullanmak istemişler ancak dağıtım kanalı içerisinde yer alan diğer yetkili satıcılar buna karşı çıkmışlardır. Bu hamlenin sonucunda distribütör firma sözde hakem rolünü üstlenmiş ve bayileri kendi aralarında uzlaşmaya götürmüş, böylece uyumlu eylem halinden bayiler çok ağır soruşturmalar geçirerek, idari para cezaları gibi müeyyideler karşısında kalmışlardır.

5) Yetkili satıcıya satış yerini ve mekânını distribütöre rağmen ve danışmadan değiştirme hakkı getirilmiştir;

Tebliğ'deki en önemli özelliklerden biri olan bu durum, yakın geçmişte bayinin showroomunun yerini ya da servis binasını değiştirmesi sonucu bayiliğin ve yetkili servis hakkının sözleşme gereği elinden alınabilmesi durumunu ortadan kaldırmak amacıyla uygulamaya koyulmştur ancak hiçbir zaman hayata geçmemiştir. Çünkü bir yetkili satıcının yerini değiştirmesi dağıtım sistemi içinde tüm dengeleri değiştirebilmektedir. Distribütör firmalar kurdurdukları bayi konseyleri, dernekler aracılığı ile Seçici Dağıtım Sistemi'ni seçmelerine karşın, aslında zımnen bölgeleri paylaştırmışlardır. Rekabetin engellenmesi anlamına gelen bu hususla birlikte çeşitli soruşturmalar da gündeme gelmiştir.

6) Münhasıran tek bir markanın bayiliği üstlenilmişse, personel giderlerinize distribütör firmanın katılımı gerekmektedir;

Bugüne dek bayilerin lehine olan bu düzenleme hiç katılım görmemiştir. Çünkü plaza sistemi bünyesinde çalışan sektörün sözleşmeleri karmaşıktır ve prim sistemleri ve bayi değerlendirme sistemleri sonucu elde edilecek yıl sonu primleri içerisinde bu hakka gereken önem verilmemiştir. Bununla birlikte yetkili satıcılar ve servisler hemen hemen tüm vakalarda distribütör firmaya verdiği eğitim, test cihazı, bakım onarım için gerekli software yazılım programları için ayrı ücret ödemek durumunda kalmakta ve bu meblağları yüksek bulmaktadırlar.

Meblağların yüksekliği şikayet edilse de, hakem müessesini düzenleyen sözleşme maddelerinde hakemlerin distribütör dernekleri yöneticileri olarak saptanması sonucu yetkili satıcı ve servisler bu taleplerine gereken karşılığı bulamamışlardır.

7) Yetkili satıcıya, distribütör dışında doğrudan istediği araç modellerini ve yedek parçalarını ithalat etme hakkı tanınmıştır;

Bu uygulama sonucunda araç fiyatlarında tüketicinin lehine bir sonuç beklenirken, yetkili satıcıların distribütörün bazı modelleri bazı bayilerine sübjektif kriterler ile vermemesinin önüne geçilmek istenmiştir. Ancak Tebliğin yürürlük süresinde gündeme gelen krizlerle birlikte, üreticilerin fiyat politikalarının araç fiyatlarında olağan dışı artışları getirmediği gibi çoğu marka ve modelde fiyatlar da göreceli olarak düşmüştür. Ancak yedek parça işinde de önemli sorunlar gözlemlenmektedir. Çünkü orijinal yedek parçaların fiyatları oldukça yüksek seyretmektedir ve yetkili servisler özellikle kasko kapsamındaki araçların onarımında bu pahalı parçaları kullanarak yıl sonu primlerini hak etme çabası içerisine girmektedirler.

Distribütörler ve bayilerin sözleşmeler çerçevesinde sistemin kuruluş ve çalışma biçimi hiçbir zaman bir servisin kendi başına parça ithal etmesine müsaade etmemiştir. Bununla birlikte distribütör firmalar, bugüne kadar marka patent gerekçelerine başvurarak gümrükler nezdinde paralel ticareti Rekabet Kurulu'nun bütün müeyyide ve çabalarına rağmen engellemişlerdir. rağmen önlemişlerdir. Son olarak kurulmuş olan prim hak ediş düzeneğinin parça fiyatlarını geriletecek girişimleri önleyici özelliğinin de vurgulanması gerekmektedir.

8) Yetkili satıcı ve yetkili servis yedek parça tedarikini distribütörden yapma zorunluluğu kaldırılmıştır;

Bir üst maddede gündeme getirilen gerekçeler, plaza sistemi içinde çalışan yetkili satıcı ve servislerin haklarını kullanmalarını mümkün kılmamaktadır. Bununla birlikte bir sonraki maddede işleneceği üzere üçüncü şahıslardan (üreticiler) da eşdeğer parça temininin önüne geçilmiştir ve bu husus haktan daha büyük ve ağır bir rekabet ihlali kategorisinde değerlendirilmektedir.

9) Eşdeğer yedek parça kullanımı serbest bırakılmıştır;

Eşdeğer parça Tebliğ'de yeni bir kullanım alanı açılması anlamında bir anahtar kelime niteliğindedir. Eşdeğer parçanın kullanımındaki yaygınlaştırma politikası ile şu unsurlar hedeflenmiştir;

- Parça fiyatlarının düşmesi,
- Bakım onarım masraflarının azalması,
- Kasko sigorta primlerinin gerilemesi,

- Yan sanayinin uluslararası rekabete bile açılabilmesi,
- İstihdama büyük bir katkı sağlanması,
- İthalatın geriletilmesi vb.

Ancak bu unsurlardan birçoğu gerçekleşmemiş ve eşdeğer parça sürecin hiçbir alanında etkili bir unsura dönüşmemiştir. Distribütör firmaların yüksek kar oranları yakalamasının temel kaynağı da eşdeğer parçayı yetkili servislere sokmamak olarak ön plana çıkmaktadır. Nitekim yetkili servisleri de bu pastadan bir nebze pay sahibi yaparak tüketici aleyhine sistem kilitlenmiştir. Bununla birlikte yetkili olmayan servislerin ise marka logo vb. fikri haklara ilişkin zorlamalar ile çalışmaları engellenmiş ve son tahlilde hedeflenen etkinlik düzeyine ulaşılamamıştır.

10) Stok tutma ve satış programı üzerine çıkan uyuşmazlıklarda yetkili satıcılara hakeme gitme hakkı tanınmıştır;

Hakem müessesesinin, distribütör-bayi-servis sözleşmelerindeki düzenleniş şekli oldukça yetersiz ve tarafsızlığa gölge düşürür niteliktedir. Çünkü, hakemler distribütör firmaları yakınlığı ile bilinen kişilerden seçilmekte ve bu şekilde sözleşmelerde yer almakta ve böylece stok ve satış programları üzerine hiçbir tartışmaya söz konusu olmadan uygulamaya geçilmektedir. Bununla birlikte, prim teşvik sistemleri ve Seçici Dağıtım niceliksel sisteminin ağırlıklı olarak tercih edilmesi bayi ve distribütör arasındaki satış programlarının distribütörün istediği biçimde yönlendirilmesi sonucunu doğurmaktadır.

11) Yetkili satıcılığın bırakılması durumunda hiçbir rekabet etmeme yasağına uğratılmadan derhal başka marka satıcılığına girişme ve servis açma hakkı verilmiştir;

Yetkili satıcılık bırakıldığından ve başka bir marka ile anlaşma sağlanıldığında Tebliğ zorlayıcı bir durumla karşı karşıya kalmasa da, bu durumda asıl sorun bayilikten çıkartılan işletmenin alacağı tazminatın çevresinde oluşan anlaşmazlıklar olmaktadır. Buna göre, Tebliğ'in yürürlüğe girmesini müteakiben dağıtım sistemlerini yeniden düzenleyen distribütör firmalar birçok bayiyi sistemin dışına çıkartmışlardır ancak bu uygulama yargıya ve Rekabet Kurulu'na dava ve soruşturmalar olarak intikal etse de herhangi bir sonuca varılamamıştır.

12) Yetkili satıcıları ihlalelere doğrudan teklif atma imkânı getirilmiştir;

Markadan markaya değişiklikler gösteren bu hakka göre, ihalelerde ihaleyi getiren bayinin bir komisyonu mevcut olsa da, satışlar merkezden düzenlenmektedir ve bu tür ihalelere birden fazla bayi çoğunlukla girmemektedir. Ancak ihalelerde markalar arası rekabet söz konusudur.

13) Her yetkili satıcıya şahsına münhasır diğer yetkili satıcılardan ayrı olarak sözleşme imzalama hakkı verilmiştir;

Tebliğ'in hiçbir zaman kullanılmayan temel özelliklerinden biri de, her yetkili satıcıyla şahsına münhasır diğer yetkili satıcılardan ayrı olarak sözleşme hakkı tanınmasıdır. Sözleşmeler matbu olarak düzenlenmiş ve bayilerin bunu aynen imzalamışlar ve Tebliğin yürürlüğe girmesi sürecinde bayilik hakkını kaybetmek istemeyen işletmeler sözleşmeleri imzalama yoluna yönelmişlerdir.

Bu bağlamda, Tebliğ öncesi uygulamada Otomotiv Yan Sanayicileri'nin aleyhine olmak üzere rekabeti engelleyici bir ortam söz konusudur ve bu nedenle mevzuatta değişiklikler gündeme getirilmiştir. Burada temel amaç rekabet ortamındaki mobilizasyonu engelleyici unsurların minimize edilmesidir. Yine Tebliğ öncesi dönemde, yetkili servislerde satılan yedek parçaların bir bölümü, araç üreticileri ve distribütör firmaların kendileri tarafından sağlanmakta olup, yetkili servislerin tamir-bakım atölyelerinde tüketicilerin farklı yedek parçalar arasında seçim hakkı bulunmamaktadır.

Tebliğ ile birlikte yedek parça imalatçıları yetkili servislere doğrudan erişim imkânı edinmekte ve böylece, tüketici, araç imalatçısı tarafından piyasaya sunulan "orijinal yedek parçaları" tercih etme hakkını kullanabileceği gibi, yedek parça imalatçıları tarafından piyasaya sunulan aynı "orijinal yedek parçaları", ya da başka yedek parça imalatçılarının üretimi olan "eşdeğer kalitedeki yedek parçalar" olarak nitelendirilen yedek parçaları tercih edebilecektir.

Bu bağlamda, yetkili servisler, yeni mevzuat doğrultusunda gelecekte hem yedek parça imalatçılarından hem de araç imalatçılarından yedek parça tedarik edebilecek ve tüketiciye daha geniş bir yelpazede ve daha çok alternatif içeren bir ürün gamı sunabileceklerdir. Yeni Tebliğ ile yan sanayicilere getirelen haklar ise şu şekilde sıralanmaktadır;

14) Yetkili satıcı ve yetkili servisin yedek parça tedariğini distribütörden yapma zorunluluğu kaldırılmış ve doğrudan yan sanayiciden tedarik hakkı getirilmiştir;

Tebliğ'in getirdiği en önemli yeniliklerden biri olan bu hak, yetkili servislerin distribütörleri ile yaptıkları sözleşmelerde yer alan prim sistemleri nedeniyle kullanıma girememiş ve bu hakkın kullanımını deneyen yetkili servisler dolaylı yollardan cezalandırılmıştır.

15) Yetkili servislerin bağımsız tamircilere yedek parça satma hakkı tanınmıştır;

Tebliğ'de yer alan bir başka önemli konu ise, bağımsız tamircilerin yedek parçalara hızlı ulaşım imkânıdır. Uygulama aşamasında distribütör firmalar uyguladıkları

fiyat politikası ile yetkili servisin bağımsız tamirciye mal satmasının önüne geçmektedirler. Bu nedenle Bağımsız servisler gereksinimlerini serbest piyasadan gider yoluna başvurmakta ve bu nedenle yetkili servisler ile bu alanda bir ticari ilişkiyi tercih etmemektedirler. Dolayısıyla tebliğ'in bu maddesi atıl kalan maddelerden birine dönüşmüştür.

16) Bir parça üreticisinin belgelendirilmesi durumunda orijinal yedek parça olarak tanımlanmakta, bu durumu aksi iddia edildiğinde ise üretici ya da distribütör parçanın orijinal olmadığını ispat ile yükümlü olmaktadır;

Tebliğ'deki en önemli gelişme olan bu tanım, hiçbir kesim tarafından önlenememektedir. Bununla birlikte yan sanayi ile taklit mallar arasında yaşanan karışıklık ortamı, özellikle Uzak Doğu kökenli kalitesiz ve düşük kaliteli, standart dışı mal iddialarına Tebliğ'in yürürlüğe girdiği günden beri yol açmaktadır. Bilhassa, kasko onarım faaliyetlerinde daha da artan bu tartışmalar Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirilen ihracatlarda da gündeme gelmektedir. Örneğin, Türk ihracatçılar orijinal parçaları piyasadan tedarik etmeleri durumunda, AB gümrüklerinde taklit mal iddiası ile karşı karşıya kalmışlar ve faaliyetleri durdurulmuştur. Buna karşın, iç piyasada kendi logosu ile orijinal parça üreten imalatçının taklit mal üreticisi olarak algılanmasına yönelik sektörde bir çabadan bahsedilebilmektedir.

17) Eşdeğer kalitede yedek parçanın, bir motorlu aracın montajında kullanılan parçalara eşdeğer kalitede olduğu mevzuat gereği standartlara uygunluğunun yan sanayici tarafından belgelendirilmesi sonucu da sağlanılabilmektedir;

Bugün belgelendirme hususu, özellikle tebliğden sonra oldukça netameli bir konuya dönüşmüştür. Bu noktada belgenin ne olduğu sorusu önem kazanmaktadır. Dolayısıyla yürürlükte olan ISO, TSE, CZ gibi belgelerin geçerliliğin sınırları da, bu doğrultuda tartışılmaya başlanmıştır. Bununla birlikte parçaların tip onayı sorununda rekabet oluşmadığı da gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, belgelere itirazdan ziyade piyasalarda yan sanayi malları; taklit, çürük, uyumsuz mal olarak görülmekte ve tüketici bizzat yetkili servisler tarafından prim sisteminin getirmiş olduğu kaygılarından ötürü orijinal ve pahalı parçaya yönlendirilmektedir.

18) Yan sanayici orijinal yedek parça, eşdeğer kalitede yedek parça, tamir ekipmanı, teşhis cihazı ya da diğer tip ekipmanları yetkili veya bağımsız dağıtıcılar, ya da bağımsız teşebbüsler ve son kullanıcılardan herhangi birine satma imkânı getirilmiştir.

Pazardaki pratiğe bakıldığında, bu hakkın kullanıma girdiği gözlemlenmektedir. Buradaki temel unsur ise, bu hakkın bağımsız dağıtıcılar, ya da bağımsız teşebbüsler ve son kullanıcılara satışından çok bu parçaların bakım onarım aşamasında kul-

lanılmasıdır. Dolayısıyla bu noktada bir direnç oluşmaktadır ve bu direncin merkezinde distribütör kontrolündeki yetkili servisler bulunmaktadır. Bununla birlikte söz konusu parçalar bağımsız tamircilerin sıklıkla kullandığı parçalar arasındadır.

19) Yan sanayici ürettiği orijinal yedek parçalara kendi marka ve logosunu koyarak ayrıca satışa sunabilmektedir;

Bu hak yetkili satıcılar tarafından engellenmek istenen bir haktır ve buradaki temel argüman fikri mülkiyet hakları olmaktadır. Bununla birlikte bu hak kullanılmaktadır ancak bu ürünlerin servislerde kullanılması hedefi henüz gerçekleşmemiş gözükmektedir.

20) Tebliğ'in bir sonucu olarak yan sanayici ana sanayicinin rakip ürünlerini üretebilmekte ve satabilmektedir;

Tebliğ ile birlikte gelen bu hak kısmen kullanılmakta kısmense kullanılmamaktadır. Özellikle birçok yan sanayicinin tezgâhlarını üretici firmaların desteği ile alması ve üreticilerin rakiplerinin ürünlerinin o tezgâhlarda üretilmemesini istemeleri durumu önemli bir sorun yaratmaktadır. Bununla birlikte hangi tezgâhın hangi üründe hangi kapasite ile kullanıldığını tespit etmek uzun süreli ve kapsamlı bir bilirkişi faaliyetini gerektirdiğinden genel olarak çok büyük parça üreticileri haricinde yan sanayiciler bir markanın birçok modeline yönelik parça üretmektedirler.

21) Yan sanayiciler direkt olarak yetkili servislere veya serbest tamircilere orijinal yedek parça satma hakkını elde etmişlerdir;

Bununla birlikte bu hakkın doğrudan yetkili servislere satış hakkı olarak kullanıldığı söylenemez ancak serbest tamircilere orijinal yedek parça satma hakkı kolaylıkla kullanıma girmiştir.

Üçüncü Bölüm

SONUÇ

Son tahlilde, 12 Kasım 2005 tarihinde Rekabet Kurulu'nun yayımladığı 2005/5 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin arzu edilen ve beklenen etkiyi yaratmamış olduğu görülmektedir. Tebliğ'in temel hedefi markalar arası rekabetin kurallarının ve etkinliğinin marka içerisindeki rekabette de ucuz ve bol yedek parça sağlanabilmesi için yan sanayinin gelişimine destek verilmesi, bakım onarım giderlerinin geriletilerek araç güvenliğinin arttırılması ve hepsinin ötesinde tüketicilerin bundan yarar sağlaması gibi sonuçlar üreterek arttırılması olmuştur. Oysa bugünkü nokta arzu edilenin oldukça gerisinde kalmıştır.

Rekabet Kurulu da bu Tebliğ döneminde birçok ön araştırma ve soruşturma açarak, idari para cezalarının uygulamasına karar vermiş ve birçok hususta markalara ve dağıtım sisteminde yer alan önemli aktörlere uygulamalarını düzeltmeleri için uyarılar götürmüştür. Bütün bunlara rağmen sistemin tam randımanlı olarak çalışması sağlanamamıştır. Bu bağlamda, temel önerinin Avrupa Birliği uyumu kapsamında yeni bir düzenleme olduğu açıktır ve bunun aciliyetle uygulamaya geçirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

IBM Global Business Services.

OSD 2012 Değerlendirme Raporu, Rapor: 2013/03.

T.C Kalkınma Bakanlığı 10. Beş Yıllık Kalkınma Planı Otomotiv Sanayi Çalışma Grubu Raporu, Şubat 2013.

"Developments in Car Retailing and Aftermarket Sales Under Regulation N 1400/2002," Final Report to European Commission DG Competition, London Economics, June 2006.

Lo, Gerwin and Vickie Ho. China Auto Conference Call: "Value Migration in China's Car Sector: Winning the Aftermarket," Bear Stearns Equity Research, Septermber 23, 2005. "http://www.oliverwyman.com/ow/pdf_files/Auto_China_Winning_Aftermarket.pdf".

North American Automotive Parts Development in e-Commerce. www.woodsseaton.com; "State of the Aftermarket." MEMA Financial Services Group. September 2007.

Definition of "gray market." Merriam-Webster's Dictionary of Law Merriam-Webster, Inc.

"U.S. Automotive Parts Industry Annual Assessment, 2007. U.S. Department of Commerce.

Automotive Aftermarket Suppliers Association, presentation to MEMA Services Group, 2007. "http://www.memafsg.com/spotlightFiles/StateoftheAftermarket.ppt".

U.S. House of Representative, Motor Vehicle Owners Right to Repair Act of 2007 (H.R. 2694), 2007.

State of California Senate, California Senate Bill 1542, 2006.

European Union, Block Exemption Regulations 1400/2002, 2003.

Butner, Karen and Leib, Robert Dr. "North American, European and Asia-Pacific Markets for 3PL Services: The 3PL Provider CEO Perspective." IBM Institute for Business.

10. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018) II. Taslak, 05 Şubat 2013.

Otomotiv Sanayii Çalışma Grubu Raporu.

Automotive Sector Groups of Houtoff Buruma and Liedekerke Wolters Waelbroeck Kirpartick: Flawed Reform of the Competition Rules for the European Motor Vehicle Distribution Sector, ECLR

Issue 6, Sweet&Maxwell Limited and Contributors, 2003.

Commission Regulation (EC) No 772/2004 of 27 April 2004 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of technology transfer agreements OJEU L 123, 2004.

Council Regulation (EC) No 411/2004 of 26 February 2004 repealing Regulation (EEC) No 3975/87 and amending Regulations (EEC) No 3976/87 and (EC) No 1/2003, in connection with air transport between the Community and third countries OJEU L 68, 2004.

http://www.figiefa.eu/

http://www.clepa.be