

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2014-2-59 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 15-08/109-45
Karar Tarihi : 19.02.2015

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, Kenan TÜRK,
Üyeler : Dr. Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR,
Fevzi ÖZKAN, Doç. Dr. Tahir SARAÇ

B. RAPORTÖRLER : Bekir KOCABAŞ, Cemile YÜKSEK, Ahmet ŞAHİN

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : İsmi saklı tutulmuştur

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILAN : Sahibinden Bilgi Teknolojileri Paz. ve Tic. A.Ş.
Değirmen Yolu Cad. No:28 Asia OfisPark A Blok Kat:2
Ataşehir/İSTANBUL

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'nin www.sahibinden.com alan adına sahip internet sitesi kurumsal üyelik ücretlerini yüksek belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle;

Teşebbüsün otomotiv sektöründe faaliyet gösteren bir firma olduğu, ikinci el araçların satışı konusunda iki yıldır www.sahibinden.com internet sitesi ile çalıştıkları, şirketlerinin kurumsal üyeliğinin 26.11.2014 tarihinde sona erdiği, bu süre sonunda www.sahibinden.com yetkilisinin şirketlerine gelerek yeni üyelik koşulları hakkında kendilerine bilgi verdiği, ayrıca 1.700 TL karşılığında bir yıllık yeni üyelik tavsiye ettiği ve bu sistemde şirketlerinin aylık 15 ilan kotasının bulunduğunu, aylık 15 ilanın aşılması halinde ise ilan başına 39 TL ilave ücretin alınacağını bildirdiği ifade edilmektedir. Başvuruda devamlı bir önceki yıl 1.345 TL olan yıllık üyelik ücreti 1.700 TL'ye çıkmasına rağmen, kendilerinin işleri gereği bu koşulları kabul etmek zorunda kaldıkları belirtilmekte ve ayrıca www.sahibinden.com'un kendilerinden her ay gerekli tahsilatları yapmak üzere, sisteme kaydedilmek üzere kredi kartı bilgisi talep ettiği, buna karşılık kendilerinin daha önce olduğu gibi nakit veyahut kredi kartı ile tek seferde bu miktarı ödemeyi önerdikleri, ancak bu tekliflerinin www.sahibinden.com tarafından kabul edilmediği ifade edilmekte ve www.sahibinden.com'un söz konusu eylemlerinin hâkim durumun kötüye kullanılması niteliğinde olduğu

iddiaları dile getirilmiştir.

- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 27.11.2014 tarihinde intikal eden başvuru 18.12.2014 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek, 14-53/910-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme üzerine hazırlanan 12.02.2015 tarih ve 2014-2-059/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.

- (4) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; önaraştırma konusuna ilişkin olarak ilgili teşebbüsler hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

- (5) Dosya mevcudu bilgiler çerçevesinde, kesin bir ilgili ürün pazarları ve ilgili coğrafi pazar belirlenmemiştir.
- (6) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinde "Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması" yasaklanmakta ve maddenin ikinci fıkrasında da örnek niteliğinde bazı kötüye kullanma halleri sayılmaktadır. 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin lafzından da anlaşılacağı üzere, Türk rekabet hukukunda "hâkim durumun kötüye kullanılması" olarak nitelenebilecek bir ihlalin varlığı için iki koşulun bir arada sağlanması gerekmektedir. Bunlardan birincisi, "hâkim durum"daki bir teşebbüsün varlığı, ikincisi ise hâkim durumdaki teşebbüs tarafından gerçekleştirilen eylemin "kötüye kullanma" niteliğini taşımasıdır. Somut olayda bu koşullardan herhangi birisinin bulunmaması halinde, Kanun'un 6. maddesi kapsamında "hâkim durumun kötüye kullanılması" ihlalinden söz edilmesi mümkün değildir. Ayrıca, Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz'un (Kılavuz) 7. paragrafında da belirtildiği üzere, "hâkim durumun kötüye kullanılmasının" iki unsurundan birinin bulunmadığının açıkça gösterilebildiği durumlarda diğer unsura ilişkin analize yer verilmemesi mümkündür.
- (7) Bu çerçevede sahibinden.com'un eylemlerinin Kanun'un 6. maddesi kapsamında "kötüye kullanma" niteliğini taşıyıp taşımadığı değerlendirilmiştir.
- (8) Sahibinden.com'un önaraştırmaya konu eylemlerinden ilki, kurumsal üyelere uyguladığı fiyatlarda yüksek miktarlarda artış yaptığı iddiasıdır. Sahibinden.com'un söz konusu uygulamasının bir kötüye kullanma olarak kabul edilebilmesi için öncelikle "aşırı fiyat" niteliğini haiz olması gerekmektedir. Bu çerçevede, sahibinden.com tarafından kurumsal üyelere uygulanan ücretlerin "aşırı fiyat" niteliğinde olup olmadığı değerlendirilmiştir.
- (9) Aşırı fiyat, pazar gücünün uygulanması sonucunda sürekli olarak rekabetçi düzeyin önemli ölçüde üzerinde belirlenen fiyat olarak tanımlanmaktadır. Aşırı fiyatlandırma sonucunda rekabetçi piyasalarda oluşan tüketici fazlasının bir kısmı pazar gücünü elinde bulunduran firmaya üretici fazlası olarak geçmekte; bir kısmı ise tamamen kaybolmaktadır.
- (10) Rekabet hukuku uygulamalarının tüketici refahı odaklı olduğu göz önünde bulundurulduğunda, sömürücü nitelikteki davranışlar içerisinde yer alan ve tüketici refahında doğrudan bir kayba ve dağılım etkisizliğine yol açan aşırı fiyatlandırma davranışının, rekabet hukukunun temel ilgi alanlarından birini oluşturduğunu söylemek mümkündür. Ancak aşırı fiyatlandırmaya müdahale bazı tartışmaları da beraberinde getirmekte; bazı rekabet hukuku sistemlerinde ihlal olarak nitelendirilen aşırı fiyatlandırmanın, bazı sistemlerde hukuka aykırı olmadığı kabul edilmektedir. Bu tartışmaların kavramsal ve uygulamaya yönelik olduğu görülmektedir.
- (11) Kavramsal olarak değerlendirildiğinde, tekel gücüne sahip olan veya hâkim durumda bulunan teşebbüslerin fiyat belirleyici konumda buldukları ve fiyatlarını kendi maliyet

yapılarına göre belirledikleri yönünde yapılan tanımlamalar dikkate alındığında, aşırı fiyatlama tekel gücü ve hâkim durum kavramlarından ayrı düşünülemezdir. Uygulamaya yönelik olarak yapılan tartışmaları ise aşırı fiyatlamamanın tanımında yer alan “fiyatın sürekli bir biçimde ve önemli ölçüde rekabetçi fiyatın üzerinde olması” durumunun rekabet otoritelerince sağlıklı bir şekilde tespit edilip edilemeyeceğine ve rekabet hukukunun aşırı fiyatlamaya müdahale etmede doğru bir araç olup olmadığına yöneliktir

- (12) ABD’de aşırı fiyatlamaya rekabet hukuku çerçevesinde müdahale edilmediği görülmekte; AB rekabet hukukunun aşırı fiyatlama davranışına müdahale etmesinin yasal dayanağını ise Avrupa Birliği’nin İşleyişine Dair Anlaşma’nın (ABİDA) 102. maddesi oluşturmaktadır. Bu maddede kötüye kullanma örnekleri arasında sayılan “Doğrudan ya da dolaylı olarak haksız alım ya da satış fiyatları uygulamak veya haksız ticari koşullar öne sürmek” aşırı fiyatlamayı da içine alan bir başlık olarak kabul edilmektedir. Ancak uygulamaya bakıldığında bu kötüye kullanma halinin sınırlı sayıda karara konu olduğu görülmektedir. Her iki hukuk sistemi uygulamasında da pazarın kısa ya da orta vadede kendi kendini düzeltmesinin beklendiği hallerde rekabet otoritelerinin aşırı fiyatlamaya müdahale etmemesi gerektiği yönünde geniş bir görüş birliği vardır. Bununla birlikte, yüksek giriş engellerinin var olduğu ve uzun dönemde rekabetin sağlanamayacağı durumlarda düzenleme gereğinin ortaya çıktığı iki hukuk sisteminde de kabul edilmiştir.
- (13) Aşırı fiyatlamaya müdahale, beraberinde getirdiği birtakım sakıncalar nedeniyle tartışmalara konu olmaktadır. Bu sakıncalar, yüksek fiyatların sağlayacağı pazara yeni girişlerin engellenmesi, yatırım ve inovasyon güdüsünün azaltılması ile rekabet otoritelerinin uygulamada karşılaşılabileceği aşırı fiyat tespitindeki yapılabilecek hatalar, yaptırım ve tedbir uygulamalarının neden olabileceği zararlar olarak karşımıza çıkmaktadır.
- (14) Aşırı fiyatın tespitinde rekabet otoriteleri tarafından farklı kıstaslar dikkate alınmakta olup kullanılan testlerin farklı kavramsal ve pratik zorlukları olduğu tartışılmaktadır. Aşırı fiyatlama davranışının tespitinde kullanılan testler temel olarak üç başlık altında değerlendirilebilir: Ekonomik Değer Testi, Fiyat Karşılaştırması Analizi, Karlılık Analizi. Öte yandan anılan testlerin yanı sıra giriş sonrası fiyat düşüşleri yaklaşımı, yapısal yaklaşım ve kanıtların sayıca fazlalığı yaklaşımı da bazı rekabet hukuku kararlarında dikkate alınmıştır.
- (15) Aşırı fiyatın tespitine yönelik literatürde iki test öne çıkmaktadır. Birincisi, Avrupa Birliği Adalet Divanı’nın (ABAD) içtihatlarına dayanılarak oluşturulan Ekonomik Değer Testidir (ETD). ABAD, United Brands kararında; inceleme konusu ürünün satış fiyatı ve üretim maliyetleri arasındaki kâr marjını dikkate alarak ürünün fiyatı ile ekonomik değeri arasında bir kıyaslama yapılabileceğini öngörmüştür. Bu yaklaşıma göre ilgili ürünün maliyeti ve makul kar marjının toplamı ürünün değerini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda maliyet ve makul kar marjının toplamını aşan fiyatlar aşırı kabul edilmektedir.
- (16) United Brands kararında fiyatlamamanın haksız olup olmadığını ortaya koyabilmek amacıyla ETD’den sonra ikinci aşama olarak inceleme konusu fiyat teşebbüsün kendi fiyatları ve rakiplerinin fiyatları ile karşılaştırılmıştır. Fiyat Karşılaştırması Analizi olarak adlandırılan bu yaklaşımda iki yönlü bir metodolojinin izlendiği söylenebilir: Teşebbüsün kendi fiyatları ile yapılan kıyaslama ve/veya rakiplerin fiyatları ile yapılan kıyaslama.

- (17) Bu çerçevede fiyat karşılaştırması analizinde aşırı fiyatlama iddiasına konu olan ürün teşebbüsün farklı coğrafi bölgelerde, farklı müşteri gruplarına veya farklı zaman dilimlerinde uyguladığı fiyatlar ile kıyaslanabileceği gibi aynı ilgili ürün pazarında faaliyet gösteren rakiplerin, rekabetçi pazarlarda faaliyet gösteren diğer teşebbüslerin veya başka bir coğrafi pazarda hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün fiyatlarıyla da kıyaslanabilmektedir.
- (18) Yukarıda bahsedilen karşılaştırma yöntemlerinin uygulanmasına ilişkin olarak bazı hususların dikkate alınması gerekmektedir. Örneğin coğrafi kıyaslama yapılırken incelenen teşebbüsün ve ürünün karşılaştırmaya konu olan pazarlardaki durumu, yerel vergiler nedeniyle ortaya çıkan direkt maliyetler, farklı pazarlardaki işgücü piyasalarının kendine has koşulları, tüketicilerin gelir düzeyleri ve o ürüne yönelik talep esneklikleri vb. unsurların dikkate alınmaması halinde hatalı sonuçların öngörülmesi muhtemeldir. Benzer biçimde, teşebbüsün farklı zamanlarda uyguladığı fiyatların karşılaştırılmasında girdi fiyatlarındaki artışlar, pazar koşullarındaki değişiklikler, dönemsel talep artışları, yatırımlara finansman sağlama ihtiyacı gibi fiyat artışına neden olan etkenlerin de doğru biçimde analizini gerekmektedir.
- (19) Hâkim durumdaki teşebbüsün uyguladığı fiyatlar ile rakiplerinin fiyatlarının karşılaştırılmasına ilişkin olarak Komisyon'un IMAX kararında dikkat çektiği husus ise kıyaslamaların tutarlı olabilmesi için "aynı kalite ve işlevselliğe sahip, aynı vadeye ve koşullara tabi olan aynı miktardaki" ürünlerin fiyatlarının kıyaslanması gerektiğidir.
- (20) Hâkim durumdaki teşebbüsün fiyatlama davranışının haksız niteliğini ortaya koymak amacıyla kullanılan ikinci test Kârlılık Analizi testidir. Kârlılık analizinin özellikle sabit ve batık maliyetlerin yüksek olduğu endüstrilerde faaliyet gösteren teşebbüslerin fiyatlama davranışının incelenmesinde faydalı olabileceği kabul edilmektedir. Şöyle ki, yatırımın ve inovasyonun önemli rol oynadığı bu endüstrilerde yatırılan sermayenin ve katlanılan riskin büyüklüğü gibi, kâr marjının değerlendirilmesinde etkili olacak unsurları dikkate almaksızın sadece fiyat-maliyet karşılaştırmasına dayanarak aşırı fiyatın varlığı hakkında bir değerlendirme yapılmasının objektif bir değerlendirme olmayacağı anlayışı hakimdir. Bu bağlamda bazı ulusal rekabet otoriteleri fiyat-maliyet karşılaştırmasının bu eksikliğini bertaraf etmek amacıyla aşırı fiyat değerlendirmelerinde kârlılık ölçütlerini esas alan aşırı kârlılık yaklaşımını kullanmışlardır.
- (21) Aşırı fiyatlamaya yönelik rekabet otoritelerinin müdahale anlayışının temelinde aşırı fiyatlamamanın tüketici faydasında doğrudan bir kayba neden olabileceği, fiyatın tekel fiyatına yaklaşabileceği endişesi yatmaktadır. Ancak bu endişeye rağmen aşırı fiyatlamamanın tespitinde hatalı sonuçların öngörülmesinin muhtemel olması nedeniyle sadece istisnai koşullarda müdahale edilmesi gerektiği görüşü genel olarak benimsenmiştir.
- (22) Kurul'un BELKO¹ kararında BELKO'nun Ankara ısınma amaçlı kömür pazarındaki hâkim durumunu aşırı fiyat uygulayarak kötüye kullandığı iddiası değerlendirilmiştir. Kararda; "...aşırı yüksek fiyatlamamanın; uzun dönemde piyasaya yeni girişleri sağlayacağı ve bu sayede artan arzla birlikte fiyatların düşeceği, dolayısıyla bir kötüye kullanma sayılmaması gerektiği argümanı, pazara giriş engellerinin bulunmaması ya da çok düşük seviyelerde olması durumunda bir anlam ifade etmektedir." ifadesine yer verilerek kötüye kullanma değerlendirmesi yapılırken; BELKO'nun yasal olarak sağlanmış bir tekel

¹ 6.4.2001 tarihli ve 01-17/150-39 sayılı Karar

hakkının olmasına, pazarın yeni girişlere mutlak olarak kapalı olmasına, fiyatlama konusunda olası istismarların önüne geçmek için gerekli yasal düzenlemelerin yapılmamış olmasına ve ilgili ürünün talep esnekliğinin oldukça düşük olmasına vurgu yapılmıştır.

- (23) İlgili kararda aşırı fiyatın tespitinde öncelik fiyat kıyaslamasına verilmiş ve fiyat-maliyet karşılaştırmasına ancak maliyetlerin kesin olarak belirlenebildiği takdirde başvurulması gerektiği ifade edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda ilgili ürünün fiyatı diğer coğrafi pazarlardaki satış fiyatları ile karşılaştırarak BELKO'nun fiyatlarının %50-60 oranında daha yüksek olduğu tespit edilmiş ve yapılan değerlendirme sonucunda BELKO'nun aşırı yüksek fiyat uygulayarak hâkim durumunu kötüye kullandığına karar verilmiştir². Benzer şekilde, HAVAŞ³ kararında da "ürünün ekonomik değeriyle kabul edilebilir bir ekonomik bağı bulunmayan aşırı fiyat" hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmiştir.
- (24) Kurulun hangi ölçüde bir kâr marjını aşırı olarak kabul ettiğine ilişkin yaklaşımı olayın niteliğine göre değişmiştir. Örneğin; BELKO kararında tespit edilen %50-%60 oranındaki fiyat farkı doğrultusunda, MTS kararında⁴ aşırı fiyatın tespitine ilişkin olarak fiyat kıyaslaması yapılmış; ancak %25-30 aralığında olan fiyat farklılığı aşırı fiyat tespiti için yeterli bulunmamış; BİLETİX kararında⁵ ise aşırı fiyatın tespiti için %11-18 aralığında olan marjın aşırı olmadığı değerlendirilmiştir.
- (25) Kurul, BOTAŞ-EGO-İZGAZ-İGDAŞ kararında⁶ ise incelemeye konu olan teşebbüslerin doğal gaz satış fiyatlarının alt ve üst limitlerinin ilgili bakanlık tarafından belirlendiği, tarafların fiyat serbestisine sahip olmadıkları bu nedenle düzenlemeye tabi olan pazarlar bakımından müdahalenin gerekli olmadığına karar verilmiştir.
- (26) Ancak Kurul ASKİ-2 kararında⁷, düzenlemeye tabi bir pazar olması ve fiyatın tespit yönetimine ilişkin bir düzenleme bulunduğu halde; ilgili düzenlemede teşebbüsün %10'dan aşağı olmayacak şekilde kâr elde etmesinin öngörülmesinin doğal ve yasal tekel niteliğindeki pazarlar bakımından rekabet karşıtı etkilere yol açmasının muhtemel olduğu yönünde değerlendirme yaparak ilgili düzenlemenin aşırı fiyat düzeylerinin önüne geçecek şekilde yeniden tanzim edilmesi yönünde görüş gönderilmesine karar vermiştir.
- (27) Bereket Jeotermal kararında⁸ Kurul, aşırı fiyat analizi sonucunda elde edilen bulguları aşırı fiyat tespiti için yeterli görmeyip, "aşırı fiyatlama riskinin kontrol altında tutulması gerekliliği"nden hareketle pazarın beş yıl süre ile izlenmesine karar vermiştir.
- (28) Son olarak TÜPRAŞ kararında⁹ ise TÜPRAŞ regülasyona tabi olmasına rağmen TÜPRAŞ'ın fiyatlama davranışının 4054 sayılı Kanun kapsamında incelenebileceği belirtilmiş ve "11.10.2008- 01.01.2009 tarihleri arasındaki yaklaşık üç aylık dönemde TÜPRAŞ tarafından uygulanan rafineri satış fiyatlarının EPDK tarafından uygun bulunan 22.12.2006 tarihli "Akaryakıt Tavan Fiyat Tarifesi"ne göre belirlenmediği tespiti çerçevesinde , piyasada düzenleyici kurumun fiyatlamaya ilişkin bir regülasyonu

² İlgili Kurul kararı Danıştay'ın 2001/4817 E. 2003/4770 K. sayılı kararı ile onanmıştır.

³ 03.01.2008 tarihli ve 08-01/5-4 sayılı karar.

⁴ 26.05.2006 tarihli ve 06-36/462-124 sayılı karar.

⁵ 01.03.2007 tarihli ve 07-18/164-54 sayılı karar.

⁶ 08.03.2002 tarihli ve 02-13/127-54 sayılı karar.

⁷ 20.12.2006 tarihli ve 06-92/1176-354 sayılı karar

⁸ 15.7.2009 tarih ve 09-33/739-176 sayılı karar

⁹ 17.01.2014 tarih, 14-03/60-24 sayılı karar

bulunmakla birlikte, buna aykırı davranan TÜPRAŞ'ın fiyat serbestisine sahip olduğu anlaşılmaktadır" yönünde değerlendirme yapılmıştır.

- (29) Bu tespitten sonra TÜPRAŞ tarafından uygulanan rafineri satış fiyatları (RSF), en yakın erişilebilir dünya serbest piyasa fiyat oluşumu olarak kabul edilen Platts İtalya CIF Med fiyatları ile ve ayrıca TÜPRAŞ'ın ihracat fiyatları ile karşılaştırılmış, maliyet hesaplamasının sağlıklı bir veri sunmadığı değerlendirilerek bu hususta kesin bir kanaate varılmamıştır. Yapılan analiz sonucunda incelenen dönem itibarıyla ortalama RSF'nin, ortalama Platts İtalya CIF Med fiyatlarından benzinde %14,5 ve motorinde %15 oranında daha yüksek gerçekleştiği; TÜPRAŞ'ın yurt içi RSF'leri ile ihracat fiyatları karşılaştırmasında kurşunsuz benzin RSF'lerinin her zaman ihracat fiyatlarının üzerinde gerçekleştiği, 2008'in son üç ayında ise aradaki farkın %20-30 oranına kadar çıktığı, motorin için yapılan karşılaştırmada ise 2008 yılının son üç ayında RSF'lerin ihracat fiyatlarından yaklaşık %20 daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmış ve TÜPRAŞ'ın tanımlanan ilgili ürün pazarında aşırı fiyat uygulayarak hakim durumunu kötüye kullandığına karar verilmiştir.
- (30) Kurul'un, rekabete açık piyasalarda piyasanın işleyişine müdahaleden kaçınarak, müdahale alanını doğal ya da yasal tekel olan ve fiyat düzenlemesi bulunmayan pazarlarla sınırladığı, aşırı fiyatın tespitinde, AB'ye paralel şekilde ekonomik değer kavramını esas aldığı ve değerlendirmelerinde fiyat kıyaslamasına öncelik verdiği anlaşılmaktadır. Kurul, maliyet hesaplamasına ancak maliyetin kesin ve net bir şekilde belirlenebileceği hallerde başvurmayı gerekli görmekte birlikte, pek çok kararında maliyet hesaplamalarına gitmektedir.
- (31) Sahibinden.com, vasıta kategorisinde ilan veren kurumsal kullanıcılara ilişkin fiyat politikasında 2014 yılı Ağustos ayında bir değişikliğe gidilerek (.....) bir fiyatlandırma tercihinde bulunmuştur.
- (32) Konuya ilişkin olarak sahibinden.com tarafından gönderilen yazıda, 2014 yılının Ağustos ayında uygulamaya konulan yeni fiyatlandırma politikasının iki temel gayeyle planlandığı; bunlardan ilkinin "doğrulanmış kurumsal üyelik" sisteminin kurulması olduğu; ikincisinin (.....) olduğu belirtilmektedir. Teşebbüsün yazısında devamla, (.....) ifade edilmiştir.
- (33) Sahibinden.com'dan alınan bilgilere göre, (.....) değerlendirilerek fiyat politikasında değişikliğe gitme kararı alınmıştır.
- (34)(TİCARİ SIR).....
- (35)(TİCARİ SIR).....
- (36) Önaraştırma sürecinde, sahibinden.com'un maliyet kalemleri ve bu maliyetlerin sahibinden.com tarafından sunulan her bir hizmete dağılımına ilişkin bilgi talep edilmiş olmakla birlikte, sahibinden.com tarafından gönderilen yazıda, teşebbüsün maliyetlerinin tamamına yakın bir kısmının, teşebbüsün diğer ilan kategorilerindeki hizmetleri açısından da ortak maliyet teşkil ettiği için, hizmetler bazında bir maliyet hesabının şirketlerince yapılamadığı belirtilmiştir. Dolayısıyla, inceleme konusu olayda, Ekonomik Değer Testi ve Kârlılık Analizinin yapılması mümkün olamamıştır.
- (37) Öte yandan, teşebbüsün 2014 yılı Ağustos ayı öncesinde kurumsal kullanıcılara sunduğu hizmetin kapsamı ile 2014 yılı Ağustos ayı sonrasında sunduğu hizmetin kapsamı eşdeğer olmadığı için, diğer bir ifadeyle sahibinden.com tarafından sunulan yeni ürün,

eski ürüne kıyasla daha nitelikli bir ürün olması nedeniyle salt iki ürünün fiyatı arasında gerçekleştirilecek bir fiyat karşılaştırması analizi de yanıltıcı olabilecektir. Benzer şekilde, sahibinden.com'un rakibi konumundaki vasıta ilan platformları tarafından kurumsal üyelere sunulan hizmetler ile sahibinden.com'un 2014 yılının Ağustos ayı sonrasında sunmaya başladığı hizmetlerin kapsamı ve niteliği de aynı olmadığı için, bu ikisi arasında yapılacak bir Fiyat Karşılaştırması Analizi'nin de sakıncalarının bulunduğu düşünülmektedir.

- (38) Yukarıda dikkat çekilen kısıtlara rağmen, sahibinden.com'un 2014 yılı Ağustos ayı öncesinde (.....) satın alan kurumsal üyelere uyguladığı indirimli fiyatlar ile 2014 yılı Ağustos ayı sonrasında kurumsal üyelere uyguladığı indirimli fiyatlar karşılaştırıldığında, (.....) illerindeki kurumsal üyelerin (.....)'ünün yeni ürün için ödediği bedelin eski ürüne göre en fazla (.....) arttığı, ikinci bölge illerindeki kurumsal üyelerin (.....) yeni ürün için ödediği bedelin eski ürüne göre en fazla (.....) oranında arttığı, üçüncü bölge illerindeki kurumsal üyelerin (.....) yeni ürün için ödediği bedelin eski ürüne göre (.....) oranında azaldığı, (.....) illerindeki kurumsal üyelerin yeni ürün için ödediği bedelin, eski ürüne göre en fazla (.....) arttığı, toplamda ise kurumsal üyelerin (.....)'ünün eski ürüne göre daha düşük fiyatla yeni ürünü kullanırken, (.....)'sinin (.....) ile (.....) arasında fiyat farkıyla yeni ürünü kullandığı görülmektedir (Belge-19/26,27,28). Diğer bir ifadeyle, sahibinden.com'un kurumsal üyelerinin yaklaşık (.....)'ü en fazla (.....) farkla yeni ürüne geçiş yapmış bulunmaktadır. Geri kalan (.....) oranındaki kurumsal üye ise belirli fiyat farkları ile yeni ürüne geçiş yapmış olmakla birlikte, söz konusu üyelerin aylık kullanım miktarları yüksek olduğu için (.....) kullanan bu üyelerin her bir ilan için diğer üyelere göre daha düşük birim fiyat ödediği görülmektedir.
- (39) Diğer taraftan, her ne kadar sahibinden.com'un faaliyet gösterdiği sektör, şebeke etkileri nedeniyle belirli düzeyde bir giriş engelinin bulunduğu bir pazar olsa da, önaraştırmaya konu sektöre yeni girişler yeni girişler yaşanmakta, inovasyon ve yatırım, teşebbüslerin başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla, dinamik bir sektör özelliği gösteren bu sektörde pazardaki yerleşik firma tarafından yüksek fiyatlar uygulansa bile, bu durumun orta ve uzun vadede gerek yerleşik teşebbüsün yatırımlarının geri dönüşünü alabilmesi açısından gerekse pazara yeni girişleri özendirilmesi ve pazardaki mevcut teşebbüslerin potansiyel müşterilere daha kolay ulaşabilmesini sağlaması açısından şebeke etkilerinin pazardaki rekabet üzerindeki olumsuz etkilerini hafifleteceği ve son tahlilde rekabet açısından olumlu sonuç doğuracağı düşünülmektedir.
- (40) Yukarıda sunulan tespit ve değerlendirmeler ışığında, sahibinden.com'un kurumsal kullanıcılara uyguladığı fiyatların ve ödeme koşullarının, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilemeyecektir.

J. SONUÇ

- (41) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikayetin reddi ile soruşturma açılmamasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

