

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2020-5-032 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 20-48/658-289
Karar Tarihi : 05.11.2020

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Arslan NARİN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Ahmet ALGAN, Hasan Hüseyin ÜNLÜ

B. RAPORTÖRLER: Esra KÜÇÜKİKİZ, Tülay ŞİMŞEK SARI, Ahmet Buğra KAZAK

C. BAŞVURUDA

BULUNANLAR : - Ediz Yayınevi-Emre ÖBEK
Bahar Mah. Ulubatlı Hasan Bulvarı No:53 D:3
Osmangazi/Bursa
- Metamorfoz Yayıncılık Medya Reklam Organizasyon Matbaacılık
Ltd. Şti.
Süleymaniye Mah. Siyavuş Pala Sok. No:8 Şirin İş Merkezi Kat:3
Fatih/İstanbul

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILAN : - Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş.
Yenibosna Merkez Mah. Cemal Ulusoy Cad. No:43
Bahçelievler/İstanbul

(1) **E. DOSYA KONUSU:** Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş.'nin internet üzerinden kitap satışı gerçekleştirdiği www.kitapyurdu.com sitesinin sahip olduğu yüksek pazar payı avantajını kullanarak kendisine en yüksek iskontonun sunulmaması durumunda kitapların satışlarını durdurmak, kitapların başka sitelerde daha düşük fiyata satılmasına izin vermemek, yayınevlerinden diğer çevrim içi kanalların satış fiyatlarına müdahalede bulunmalarını talep etmek ve İrade Terbiyesi adlı kitabın kendi yayınevi tarafından yayımlanması sonrasında Ediz Yayınevi'nin aynı kitabının satışını durdurmak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası.

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Ediz Yayınevi-Emre ÖBEK (EDİZ YAYINEVİ) tarafından yapılan başvuruda özetle;

- EDİZ YAYINEVİ'nin Jules Payot yazarına ait "İrade Terbiyesi" isimli kitabın yayımcısı olduğu,
- Söz konusu kitabın ayda ortalama 10.000 adet ve yılda yaklaşık 100.000 adetten fazla satılması suretiyle uzun süredir çok satanlar listesinde ilk üç sırada yer aldığı,
- Kitapyurdu Yayıncılık ve İletişim A.Ş.'nin (KİTAPYURDU) Türkiye'de internet üzerinden kitap satışı pazarının üçte birine hâkim olan kitapyurdu.com adresi üzerinden kitap satışı gerçekleştirdiği, anılan teşebbüsün kitapyurdu.com adresi dışında www.kitapbulut.com adında farklı bir satış sitesinin daha olduğu,
- KİTAPYURDU'nun EDİZ YAYINEVİ'nin yayımcısı olduğu İrade Terbiyesi isimli kitabın başka kitap satış sitelerinde kendi satış fiyatlarından daha düşük bir fiyata satılmasına izin vermediği, bu doğrultuda KİTAPYURDU'nun EDİZ YAYINEVİ'nin İstanbul'daki kitap dağıtımını gerçekleştiren "Nurettin

Işık-Mercan Kitap" (MERCAN KİTAP) unvanlı dağıtıcısını kendilerine en yüksek iskontoyu uygulamamaları halinde kitabı satışa kapatmakla tehdit ettikleri,

- KİTAPYURDU'nun, kitabı en düşük fiyata kendilerinin satması koşulunu ileri sürerek EDİZ YAYINEVİ'nden diğer e-ticaret kitap satış sitelerinin satış fiyatlarına müdahale etmesini istediği, aksi takdirde ticaretlerini engellemekle tehdit ettikleri, hatta engelledikleri, bu bağlamda uygulanan baskının asıl sebebinin adı geçen kitabın çok satmasından kaynaklandığı,
- KİTAPYURDU'nun ayrıca "Karbon Kitaplar" markasıyla faaliyet gösteren yayınevinin mevcut olduğu, söz konusu yayınevinin ortakları, yöneticileri ve faaliyet adresi KİTAPYURDU ile müşterek olan Repar Tasarım Matbaa ve Reklamcılık Ticaret Limited Şirketi (REPAR) tarafından işletildiği,
- KİTAPYURDU'nun Karbon Kitaplar Yayınevi adıyla İrade Terbiyesi kitabını yayımladıktan sonra EDİZ YAYINEVİ'ne ait kitabın satışını durdurmak suretiyle pazardaki hâkim durumunu kötüye kullandığı, diğer bir deyişle kitabı almak isteyen okuyucunun herhangi bir temin sıkıntısı olmamasına rağmen www.kitapyurdu.com sitesine girdiğinde "kitap temin edilememektedir" uyarısıyla karşılaşmak suretiyle EDİZ YAYINEVİ'ne ait kitaba ulaşamadığı,
- Söz konusu satış engelleme stratejisinin www.kitapyurdu.com sitesinde anılan kitabın satışının haftada 1-2 gün ve 15-20 dakika kadar satışa açılmak ve sonrasında tekrar satışa kapatılmak suretiyle işletildiği, böylece KİTAPYURDU'nun haklarında açılacak bir idari soruşturmayı da bertaraf etme amacıyla önlem aldığı,
- Bu bağlamda KİTAPYURDU'nun satış iskontosunun artırılmaması durumunda kitabın satışına müsaade etmediği,
- Ayrıca, üye yazarlar tarafından kişisel yorum ve düşüncelerin paylaşıldığı bir ağ sayfası olan "Ekşi Sözlük" (www.eksisozluk.com) isimli sitede küçük ölçekteki yayınevlerinin farklı satış sitelerindeki kampanyalara katılması durumunda KİTAPYURDU'nun sisteminden atıldıkları yönünde anılan teşebbüs hakkında benzer şikâyetlerin mevcut olduğu

iddia edilmektedir.

(3) Metamorfoz Yayıncılık Medya Reklam Organizasyon Matbaacılık Ltd. Şti. (METAMORFOZ YAYINCILIK) tarafından yapılan başvuruda özetle;

- METAMORFOZ YAYINCILIK'ın ağırlıklı olarak yerli yazarlara ait 400'ü aşkın kitabın yayımcısı olduğu, söz konusu kitapların başta KİTAPYURDU olmak üzere tüm çevrim içi satış sitelerinde, yurt genelinde faaliyet gösteren birçok kitap mağaza zincirinde ve çeşitli kitapçılarda satıldığı,
- KİTAPYURDU'nun Türkiye'nin en büyük ve hâlihazırda ilk satış sitesi konumunda olduğu, hâkim durumunu ve teknelci gücünü kullanarak kitap dağıtıcılarının dahi alamayacağı iskonto oranlarını yayımcılara dayatarak sektöre zarar verdiği, kitap piyasasının şartlarını her bakımdan zorladığı ve sektörün tüm dinamiklerini bu yolla olumsuz etkilediği,
- 11 yıldan beri KİTAPYURDU ile doğrudan veya dolaylı olarak ilişki içinde oldukları, 2016 yılı itibarıyla yayımlamış oldukları kitapları KİTAPYURDU üzerinden satışa sundukları, 2020 yılının Mart ayında başlayan pandemi

süreci ile birlikte çevrim içi kanallarda kitap satışlarının arttığı, ürünlerin ilgili teşebbüse tedarigi sürecinde herhangi bir aksama yaşanmamasına rağmen ilk aşamada kitaplarının %60'ına yakınının, 7-8 Temmuz 2020 tarihinden itibaren ise tümünün KİTAPYURDU tarafından satışa kapatıldığı, yaklaşık dört aydır ürünlerinin satışının yapılmadığı, bu konuda KİTAPYURDU yetkilileriyle iletişim kurmaya çalıştıkları ancak başarılı olmadıkları, kendilerine konuyla ilgili açıklama yapılmadığı,

- Yaşanan bu süreçte maddi ve manevi anlamda zarar gördükleri, bu zararı KİTAPYURDU'na bildirerek zararlarının karşılanmasını talep ettikleri, ancak kendilerine menfi ya da müspet herhangi bir dönüş sağlanmadığı,
- Yaşanan süreçle ilgili olarak KİTAPYURDU'nun bir çalışanı tarafından KİTAPYURDU hakkında yapmış oldukları herhangi bir eleştirinin bu duruma sebep olabileceğinin belirtildiği, kendileri tarafından Okur Kitap Dergisi'ne "Kitapyurdu Doğrudan Yayıncılık" ile ilgili yapmış oldukları eleştirilerin yaşanan sürece yol açtığı

iddia edilmektedir.

- (4) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 15.06.2020 tarih ve 5732 sayı ile giren başvuru üzerine düzenlenen 20.07.2020 tarihli ve 2020-5-032/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu 28.07.2020 tarihli Rekabet Kurulu (Kurul) toplantısında görüşülmüş ve 20-36/500-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Önaraştırma süreci devam ederken Kurum kayıtlarına 30.09.2020 tarih ve 10444 sayı ile METAMORFOZ YAYINCILIK tarafından başvuruda bulunulmuştur. İlgili başvurunun da mevcut önaraştırma kapsamında incelenmesine dair 07.10.2020 tarihli ve 2020-5-032/BN-01 sayılı Bilgi Notu Kurulun 15.10.2020 tarihli toplantısında görüşülmüş ve ilgili şikâyet için 20-46/622-M sayı ile önaraştırma yapılmasına ve yapılacak önaraştırmanın 28.07.2020 tarihli ve 20-36/500-M sayılı Kurul kararı ile başlatılan önaraştırma ile birleştirilerek yürütülmesine karar verilmiştir. İlgili Kurul kararı üzerine hazırlanan 20.10.2020 tarih, 2020-5-032/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.

- (5) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;

- Önaraştırma konusu iddialar ile ilgili olarak; KİTAPYURDU'nun 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 6. maddesi kapsamında hâkim durumda olmadığı, söz konusu teşebbüsün anılan Kanun'un ilgili maddesini ihlal ettiğine ilişkin herhangi bir bulgu veya belgeye ulaşılmadığı, bu nedenle aynı Kanun'un 41. maddesi gereğince bahse konu teşebbüs hakkında soruşturma açılmasına yer olmadığı,
- KİTAPYURDU'nun yayınevleri ve/veya dağıtıcılarla olan dikey anlaşmalarında fiili olarak gerçekleştirdiği En Çok Kayrılan Müşteri uygulamalarının 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) kapsamında olduğu,
- KİTAPYURDU'nun satışa sunduğu kitapların farklı sitelerde daha düşük fiyata satılmasına izin vermemesi ve yayınevlerinden farklı satış sitelerinde gerçekleşen düşük fiyatlara müdahale etmesini talep ettiği iddiasına yönelik olarak elde edilen bulguların yayınevleri, kitap dağıtımı gerçekleştiren teşebbüsler ve çevrim içi kanalda perakende kitap satışı alanında faaliyet gösteren teşebbüsleri kapsayacak şekilde açılan başka bir dosya kapsamında incelenebileceği

ifade edilmiştir.

- (6) Dosyaya ilişkin olarak V. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkan Vekili karşı görüşünde; konuya ilişkin mevzuat çalışmalarının olduğu, çevrimiçi pazar yerlerine ilişkin olarak bir sektör incelemesinin bulunduğu ve kitap basımı/satışı pazarında rekabetin bulunduğu hususlarının dikkate alınarak, bu aşamada kitapların sabit bir fiyattan satışının yapılıp yapılmadığına yönelik ek bir dosya açılmasına gerek olmadığını belirtmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

- (7) Öneri kapsamında; KİTAPYURDU'nda ve aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer alan REPAR'da yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. Ayrıca raporlarca, (.....) ve (.....) yetkilileriyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir.
- (8) Dosya kapsamında değerlendirilmek üzere teşebbüslerden bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. Bu doğrultuda; Kitapsepeti Yayıncılık İletişim Sanayi ve Ticaret A.Ş. (KİTAPSEPETİ), B.K.M. Yazılı Basın Kırtasiye Gıda Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (BKM KİTAP), Arasta Bilgi Teknolojileri Paz. Dağıtım Tic. ve San. Ltd. Şti. (ARASTA), Kitapseç Yayıncılık Elektronik Nakliye Makina İnşaat Taahhüt Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (KİTAPSEÇ), Mehmet Satıcı-Plakkitap (PLAK KİTAP), Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Ltd. Şti. (AMAZON), D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş. (HEPSİBURADA), Doğu Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.Ş. (N11), DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş. (TRENDYOL), Kidega Elektronik Ticaret ve Yayıncılık A.Ş. (KİDEGA) ve TDV Yayın Matbaacılık ve Ticaret İşletmesi, Zen Kitabevi-İlyas Şanver, (KİTAPZEN), Aferatif Kitap Yayın Dağıtım ve Ticaret A.Ş. (APERATİF KİTAP), Penguen Kitap Kaset Basım Yayım Pazarlama Ticaret Ltd. Şti. (İLKNOKTA), www.maxkitap.com, Epsilon Yayıncılık Hizmetleri Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti. (KİTAP365), Fidan Basım Yayın Dağıtım Sanayi Ticaret ve Ltd. Şti., Yılmaz Basım Yayın ve Dağıtım Ticaret Ltd. Şti. (HALK KİTABEVİ), Koala Kitap Basım Yayıncılık A.Ş. (KOALA KİTAP), Çukurova Kitap Kırtasiye Oyuncak Hobi, Nobel Akademik Yayıncılık Ltd. Şti. (NOBEL KİTAP), Arma Kitap Kırtasiye-Ahmet Arma (KİTAPSİHİRBAZI), Alfa Basım Yayım Dağıtım San. ve Tic. Ltd. Şti., Can Sanat Yayınları Yapım ve Dağıtım Tic. San. A.Ş. (CAN YAYINLARI), Aylak Adam Kültür Sanat Yayıncılık Tic. Ltd. Şti., İnsancıl Sahaf-Ahmet Kaygusuz (DORLİON YAYINEVİ), BKZ Yayıncılık Tic. San. Ltd. Şti. (Domingo Yayınevi), Timaş Yayınları Basım Tic. ve San. A.Ş., Acar Kütüphanecilik ve Dok. Hizm. Proje Gel. ve Uyg. Yay. Bilgi Merk. Ltd. Şti (ABM YAYINEVİ), Benim Hocam Basım Yayın Dağıtım Paz. İç ve Dış Tic. Ltd Şti. (BENİM HOCAM YAYINLARI), Destek Medya Grubu, Murekkep Divit Basım Yayın San. Dış Tic. Ltd. Şti. (Ephesus Yayınları), Ayrıntı Yayınları Basın Dağıtım San. ve Tic. Ltd. Şti., Az Yayıncılık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti., İndigo Kitap Yayın Dağ. Paz. Rekl. Ltd. Şti., Grafik Ofset Matbaacılık Reklamcılık San. ve Tic. Ltd. Şti. (GRAFİKER YAYINLARI), Say Dağıtım Ltd. Şti., Metis Yayıncılık Ltd. Şti. ve Pegasus Yayıncılık Tic. San. Ltd. Şti. (PEGASUS YAYINLARI), Türkiye Yayıncılar Birliği (TÜRKYAYBİR), İmge Kitabevi Yayıncılık Paz. San. Ticaret Ltd Şti., Remzi Kitabevi Neşriyat Sanayi ve Ticaret A.Ş., Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları İş Türk A.Ş. ve Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık Ticaret ve Sanayi A.Ş., Arkadaş Yayıncılık Pazarlama İnşaat Taahhüt ve Dış Ticaret Ltd Şti. (ARKADAŞ), Nezih Kitap Kırtasiye Sanayi ve Ticaret A.Ş. (NEZİH), Turkuvaz Müzik Kitap Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş. (TURKUVAZ), Ada Kitabevi Artı Müzik Kitap Bilgisayar Tic. Ltd. Şti., Kitapsan Kitap Kırtasiye Kaset Tic. San. Ltd. Şti. (KİTAPSAN), İnkılap Kitabevi Yayın Sanayi ve Ticaret A.Ş. (İNKILAP), Pandora Yayın ve Kitap Hizmetleri A.Ş. (PANDORA), Onur Dış Ticaret ve Kırtasiyecilik Ltd. Şti.'den (Notebook) ve Dost Kitabevi-Erdal Akalın, EDİZ YAYINEVİ, EDİZ YAYINEVİ'nin dağıtımcısı olan MERCAN KİTAP, Altın Kitaplar Yayınevi ve Ticaret A.Ş. (ALTIN KİTAPLAR), Gitti Gidiyor Bilgi Teknolojileri San. ve Tic. A.Ş (GİTTİGİDİYOR), Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri A.Ş. (ÇİÇEKSEPETİ),

Kitapcenter.com ve Pttem Teknoloji ve Elektronik Hizmetler A. (EPTT AVM), Delta Kùltür Yayın Evi Limited Şirketi ve KİTAPYURDU'ndan bilgi ve belgeler talep edilmiştir.

- (9) Öneraştırma konusu iddialar hakkında daha detaylı bilgi edinebilmek için (.....) ve (.....) ile telefon görüşmeleri gerçekleştirilmiştir.

I.1. Hakkında Öneraştırma Yapılan Teşebbüs: KİTAPYURDU

- (10) 2005 yılında kurulan KİTAPYURDU www.kitapyurdu.com ve www.kitapbulut.com adlı internet siteleri üzerinden kitap, dergi, hobi-oyuncak, kırtasiye, film ve müzik ürünlerinin perakende satışını gerçekleştirmektedir. Hisselerinin %85'i Orhan Sadi KİZİR'e, %15'i ise Nazmi Nedim KİZİR'e aittir. Teşebbüs aynı ekonomik bütünlük içerisinde bulunan REPAR adlı şirketiyle yayıncılık, dağıtıcılık, matbaacılık ve bilişim alanlarında da faaliyet göstermektedir. Karbon Kitaplar Yayınevi, Runik Yayınevi, Kapsam Yayınları, Matara Çocuk Yayınları, Salt Okur Yayınevi ve Selenge Yayınevi KİTAPYURDU ekonomik bütünlüğü içerisinde yer alan yayınevleridir.

I.2. Şikâyetçi Teşebbüsler Hakkında Bilgi

I.2.1. EDİZ YAYINEVİ

- (11) EDİZ YAYINEVİ 2018 yılından itibaren kùltür yayıncılığı alanında faaliyet göstermektedir. Fransız yazar Jules Payot'un "İrade Terbiyesi" isimli eseri teşebbüsün yayımladığı ilk kitaptır.

I.2.2. METAMORFOZ YAYINCILIK

- (12) METAMORFOZ YAYINCILIK 02.01.2010 tarihinde kurulmuştur. Teşebbüs altı markaya ve yaklaşık 400 kitaptan oluşan ürün portföyüne sahiptir.

I.3. Sektör Hakkında Bilgi

- (13) Kitap sektöründe ürün, üretimden nihai tüketiciye ulaşana kadar çeşitli aşamalardan geçmektedir. İlk aşama bir yazar tarafından kaleme alınan telif eserin yayınevi tarafından basılı bir eser haline getirilmesi aşaması olup bu aşamaya yayın öncesi hazırlık aşaması denmektedir. Yazar tarafından üretilen eser öncelikle yayınevlerinin danışma kurulunca incelenmekte, yayınevi tarafından eserin yayımlanması doğrultusunda karar alındığı takdirde eser sahibi ile sözleşme akdedilerek yazarın alacağı telif miktarı ve eserin telif haklarının ne kadar süre yayınevinde olacağı¹ belirlenmektedir.
- (14) Sonraki aşamalarda yayınevi editörü eser üzerinde çalışmakta, ardından gerekli düzeltme ve önerilerde bulunarak yazarın onayını almaktadır. Yazarın onayının ardından dosya önce redaksiyona, ardından son okumaya gönderilmekte, redaktör ve son okumacının yaptığı değişiklikler editör tarafından denetlenerek uygun görülen değişiklik ve düzenlemeler kabul edilmektedir. Eser tamamlandıktan sonra metne ilişkin sayfa düzenlemeleri yapılarak baskı dosyası hazırlanmaktadır. Son aşamada görsel tasarım ekibi tarafından kitabın kapak görseli hazırlanmakta ve editörden gelen arka kapak yazısıyla birlikte eser baskıya hazır hale getirilmektedir.
- (15) Kitabın baskıya gidebilmesi için Kùltür ve Turizm Bakanlığı'nın sitesinden ISBN numarası² alınmakta sonrasında hem kapakta hem de metnin künye sayfasında bu

¹ Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun (FSEK) 27.maddesine göre eser sahibinin ölümünden itibaren yetmiş yıllık süre geçtikten sonra eser alenileşmekte ve herkes tarafından basımı ve satışı gerçekleştirilebilir hale gelmektedir. Bu nedenle, diğer sektörlerin aksine ürünün üretimi ve satışa sunulması piyasa oyuncularının tümü tarafından gerçekleştirilememekte, sadece telif hakkına sahip olan yayınevleri bu hakka sahip olmaktadır.

² ISBN (International Standard Book Number) 1972 yılında Uluslararası Standartlar Organizasyonu (ISO) tarafından hazırlanan ve üye ülkelerin onayı ile yürürlüğe giren bir kitap numaralama sistemidir.

bilgiye yer verilmektedir. Devam eden süreçte yazarla yapılan sözleşmeyle birlikte yayınevi yetkilisi Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu'na (YAYFED) giderek bandrol başvurusunda bulunmakta ve kitabın basılacağı adette bandrol alınarak kitabın basımının gerçekleştirileceği matbaaya teslim edilmektedir. Yayınevinin matbaaya gönderdiği iç sayfalar ile kapağın basılmasının ve birleştirilmesinin ardından bandroller yapıştırılmakta ve kitaplar matbaadan teslim alınmaktadır.

- (16) Matbaadan teslim alınan eser dağıtımına verilmeden önce telif oranına, kullanılan kâğıdın cinsine ve miktarına, matbaanın kullandığı sarf malzemeleri ve baskı sebebiyle yayımcıdan istediği baskı fiyatına, editoryal ve tasarımsal masraflara, yapılacak reklama ve hedeflenen kâra göre kitabın fiyatı belirlenmektedir. Söz konusu fiyat kitabın liste fiyatı veya etiket fiyatı olarak adlandırılmaktadır. Bu aşamalar her bir yayınevi bazında farklılık gösterdiğinden aynı sayfa sayısında olan kitapların liste fiyatları arasında farklılıklar bulunabilmektedir.
- (17) Yayınevleri tarafından basılan eserler kitap haline getirildikten sonra doğrudan ya da dağıtıcılar kanalıyla kitabeveleri, fuarlar, zincir marketler, çevrim içi satış kanalları ve diğer satış noktalarında satışa sunulmaktadır. Yayınevleri tarafından dağıtıcılara veya doğrudan kitap satışı gerçekleştiren teşebbüslere yapılan satışlar genellikle etiket/liste fiyatı üzerinden belirli bir iskonto oranı ile gerçekleştirilmektedir. İskonto oranları taraflar arasındaki ticari ilişkiye, peşin veya vadeli ödeme tipine ve pazarda dönem dönem uygulanan kampanya vb. uygulamalara göre değişebilmektedir. Kitabı nihai tüketiciye ulaştıran teşebbüsler ise kitabı yayınevinden veya dağıtıcıdan temin ettikleri bedelin üzerine belirli bir kâr marjı koyarak satmaktadır. Bununla birlikte; sektörde sadece pazaryeri (marketplace) modeli şeklinde faaliyet gösteren TRENDYOL, N11, GİTTİGİDİYOR ve ÇİÇEK SEPETİ gibi teşebbüsler de bulunmaktadır. Bu modelde kitabın satışı satıcılar tarafından bu platformlar üzerinden gerçekleştirilmekte ve satış fiyatı tamamen satıcı tarafından belirlenmektedir. Platformlar ise satılan ürünlerden platform hizmeti sunulması karşılığında komisyon almaktadır. Öte yandan HEPSİBURADA hem pazaryeri olarak faaliyet gösteren hem de tedarikçilerden ürün sağlayarak satış gerçekleştiren karma bir iş modeli benimsemektedir.
- (18) Yukarıda yer verilen bilgilerden anlaşılacağı üzere; kitap sektörü yayınevleri, dağıtıcılar, kitabeveleri, diğer fiziki satış noktaları ve çevrim içi kanalda satış gerçekleştiren teşebbüsleri bünyesinde barındırmaktadır.
- (19) Sektörde kitap satışı gerçekleştiren piyasa oyuncuları arasında tam bir homojenlik bulunduğunu belirtmek mümkün görünmemektedir. Şöyle ki, sektörde hem fiziki satış noktasına hem de internet satış kanalına sahip teşebbüsler³ bulunmaktayken bazı teşebbüslerin sadece internet satış kanalı bulunmaktadır⁴. Ayrıca hem yayıncılık ve dağıtıcılık faaliyetlerini yürüten hem de fiziki satış noktası ve internet satış noktasına sahip olan teşebbüsler mevcuttur⁵.
- (20) Almanya, İtalya, Fransa gibi çeşitli Avrupa ülkelerinde kitaplarda sabit fiyat (fixed price) sistemi uygulanmaktadır. Bu uygulamaya göre kitabın satış fiyatı yayınevi tarafından belirlenmekte ve perakende satış fiyatı ülke genelinde tüm satış kanallarında aynı olmaktadır. Bu ülkelerde geçerli sabit fiyat uygulaması piyasaya müdahale teşkil etmekte

³Örneğin TURKUVAZ, NEZİH, BKM KİTAP ve ARKADAŞ

⁴ Örneğin KİTAPYURDU, KİTAPSEÇ

⁵ Örneğin ARASTA Kırmızı Kedi Yayınlarını bünyesinde bulundurmaktadır. Aynı ekonomik bütünlük EMEK KİTAP markası (www.emekkitap.com) ile dağıtım alanında da faaliyet göstermektedir. Teşebbüsün fiziki satış noktası da bulunmakta, ayrıca www.babil.com, www.eganba.com, www.kirmizikedi.com, www.odakitap.com, www.ordukitapcisi.com internet siteleri üzerinden satış gerçekleştirmektedir. Teşebbüs ayrıca www.istanbulkitapcisi.com internet sitesinin altyapısını sağlamaktadır.

birlikte uygulamanın kitap satışlarında çeşitliliğin sağlanması ve yerel kitapçıların piyasa dışına çıkmaması gibi sosyal faydaların ortaya çıkmasına imkân sağladığı kabul edilmektedir. Bununla birlikte, Monopolkommission tarafından hazırlanan bir çalışmada⁶ söz konusu uygulamanın maliyet efektif çalışan teşebbüslerin ürünlerini daha düşük fiyatlarla tüketiciye ulaştırmasının önüne geçtiği gibi endişeler de belirtilmektedir.

- (21) Satışa sunulan kitapları okurun (tüketicinin) beklentisine ve kitaptan sağlamayı amaçladığı faydaya göre sınıflandırmak mümkündür. Bu kapsamda kitaplar eğitim yayınları, kültür yayınları, akademik yayınlar, ithal yayınlar gibi alt kategorilere ayrılabilir. TÜRKİYE BİRİTİMİ verilerine göre, Türkiye perakende kitap satışı pazarı genel itibarıyla büyüyen bir yapı sergilemektedir. 2019 yılında pazarın 2018 yılına göre cari fiyatlarla %27,09 artış gösterdiği anlaşılmaktadır. TÜRKİYE BİRİTİMİ tarafından bu artışta, 2017 yılında çeşitli sınav sistemi değişiklikleri nedeniyle eğitim yayıncılığında yaşanan eksilmenin 2019 yılına da yayılarak telafi edilmesi ve döviz kurundaki dalgalanmalar sonucunda kitap fiyatlarında 2018 yılından gelen artışların etkili olduğu ifade edilmektedir. Kategori bazında bakıldığında; eğitim yayınlarının en büyük paya sahip olduğu, eğitim yayınlarını kültür yayınlarının takip ettiği, nispeten küçük bir bölümün de akademik ve ithal yayınlara ait olduğu görülmektedir.

I.4. İlgili Pazar

I.4.1. İlgili Ürün Pazarı

- (22) Öneriye sunulan tarafı olan KİTAPYURDU, kitap, dergi, hobi-oyuncak, kırtasiye, film ve müzik alanındaki ürünlerin perakende ticareti alanında faaliyet göstermektedir. Teşebbüsün herhangi bir fiziki satış noktası bulunmamakta, satışlarını www.kitapyurdu.com ve www.kitapbulut.com adlı internet siteleri üzerinden gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla KİTAPYURDU B2C (işletmeden tüketiciye e-ticaret) iş modelinde faaliyet göstermektedir. Bunun yanı sıra teşebbüsün aynı ekonomik bütünlük içerisinde bulunduğu Karbon Kitaplar Yayınevi, Runik Yayınevi, Kapsam Yayınları, Matara Çocuk Yayınları, Salt Okur Yayınevi, Selenge Yayınevi aracılığıyla kitap basımı ve yayıncılığı alanında da faaliyetleri bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda KİTAPYURDU'nun satışını gerçekleştirdiği ürün gruplarının toplam ciro içerisindeki paylarına yer verilmektedir.

⁶ Monopolkommission- Special Report No:80 Fixed book prices in a changing market environment (2018)

Tablo-1: Ürün Gruplarından Elde Edilen Cirolar (TL) ve Toplam Ciro İçerisindeki Payları (%)⁷

Yıllar	Kitap Satışından Elde Edilen Ciro	Toplam Ciro İçindeki Payı	Dergi Satışından Elde Edilen Ciro	Toplam Ciro İçindeki Payı	Kırtasiye, Film & Müzik, Diğer	Toplam Ciro İçindeki Payı	Toplam Ciro
2016	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2017	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2018	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2019	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2020 (30.06.2020 tarihi itibarıyla)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgiler

- (23) Yukarıda yer alan tablodan görüldüğü üzere, KİTAPYURDU diğer ürün gruplarına göre cirosunun yaklaşık % (.....)'ini istikrarlı şekilde kitap satışından elde etmektedir. Dosya kapsamındaki başvurular da KİTAPYURDU'nun kitap satışına yönelik gerçekleştirdiği eylemlere ilişkindir. Bu çerçevede, KİTAPYURDU tarafından satışı gerçekleştirilen her bir ürün grubu bakımından alt pazar tanımı yapılması mümkün olmakla birlikte gerek teşebbüsün cirosunun çok büyük bir kısmını kitap satışından elde etmesi gerek başvuru konusu iddiaların teşebbüsün kitap kategorisindeki faaliyetlerine yönelmesinden ötürü işbu dosya özelinde değerlendirmede kitap satışı pazarı dikkate alınmıştır.
- (24) Dosya kapsamında incelenmesi gereken bir diğer husus geleneksel kanaldan gerçekleştirilen kitap satışlarının (bağımsız kitabeveleri, zincir kitabeveleri, süpermarketler vb.) çevrim içi kanaldan gerçekleştirilen kitap satışlarına ikame olup olmadığıdır.
- (25) Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler, internet kullanımının artması, tüketicilerin mağazaya gitmelerine gerek olmaksızın alışveriş yapabilmeleri ve böylece zamandan tasarruf edebilmeleri, tüketici kanunları ile internet üzerinden yapılan alışverişlerdeki hakların korunması, bankacılık kanunları ile yapılan düzenlemeler çerçevesinde kredi kartlarına duyulan güvenin artması, üreticilerin fiziki mağaza açmak için katlanmaları gereken maliyetlerden tasarruf etmeleri gibi nedenlerle e-ticaret alanının dünyadaki gelişime paralel olarak ülkemizde de geliştiği gözlemlenmektedir.
- (26) Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) verilerine göre Türkiye'de e-ticaretin hacmi 2019 yılında TL bazında yaklaşık %39 büyüyerek 83,1 milyar TL'ye ulaşmıştır. Sektör dolar bazında %18 büyürken, 2015-2019 yılları arasında sektörün ortalama yıllık büyüme hızı %35 olarak gerçekleşmiştir⁸. Diğer yandan 2020 yılının ilk 5 ayında pandemi sürecinin etkisi ile e-ticaret hacmi, geçen senenin aynı dönemine göre %48 artışla 63,3 milyar lira olarak gerçekleşmiştir⁹. İnternet üzerinden yapılan perakende harcamaların toplam perakende harcamaları içerisindeki payı %6,2 oranına ulaşmış olup çevrim içi perakende ise %43'lük büyüme ile 44,9 milyar TL'ye ulaşmıştır¹⁰. PricewaterhouseCoopers (PWC) tarafından yapılan bir araştırmaya¹¹ göre Türkiye'de

⁷ www.kitapyurdu.com üzerinden gerçekleştirilen satışlar bakımından hesaplanmıştır. 2019 yılı için www.kitapbulut.com üzerinden gerçekleştirilen tüm satışların kitap dışı kategoriye ait olduğu varsayılsa dahi kitap kategorisinin teşebbüsün cirosu içerisindeki payı (.....) olmaktadır.

⁸ <http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/dd-tusiad-eticaret-raporu-2019.pdf>, Erişim Tarihi: 09.10.2020

⁹ <https://www.eticaret.gov.tr/haberler/10039/detay#:~:text=Ticaret%20Bakan%C4%B1%20Ruhsar%20Pe kcan%2C%20T%C3%BCrkiye,63%2C%20milyar%20lira%20olarak.>

¹⁰ <http://www.tubisad.org.tr/tr/guncel/detay/TUBISAD-E-Ticaret-hacmi-2019da-yuzde-39-buyuyerek-83-1-milyar-TLye-ulasti.>

¹¹ PWC Küresel Toplam Perakende Araştırması, 2016, Erişim Tarihi: 09.10.2020

çevrim içi alışveriş yapılan mecranın beğenilmesinde ve tercih edilmesinde fiyatın daha iyi olması açık ara en önemli unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan geleneksel perakendeciliğin tüketici elektroniği, gıda, giyim gibi birçok sektörden aldığı pay %30 civarında olup çevrim içi kanalın alışveriş tercihlerinde %70 gibi önemli bir paya sahip olduğu anlaşılmaktadır¹². Benzer şekilde KPMG¹³ tarafından yapılan bir araştırmaya¹⁴ göre tüketiciler yılda ortalama 15 kere internet alışverişini yaparken tüketicilerin %50'si kitap/müzik, %40'ı elektronik, %34'ü gıda, %33'ü oyuncak/oyun/video alışverişlerini internet üzerinden yapmıştır.

- (27) Yukarıda sözü edilen e-ticaret hacminin genişlemesi kitap satışları bakımından da etkisini hissettirmiştir. TÜRKYAYBİR tarafından gönderilen bilgilere göre perakende kitap satışlarının kanallara göre dağılımı aşağıdaki gibidir:

Tablo-2: Türkiye'deki Kitap Satış Kanallarının Yüzdelerle Dağılımı (%)¹⁵

Satış Kanalları Bazında Dağılım (%)	2016	2017	2018	2019	2020 (30.06.2020 itibarıyla)
Bağımsız Kitabevleri ve Satış Noktaları	44-45	44-45	38	37	20
Zincir Kitabevleri	25-30	25-29	27-31	28-32	10-12
İnternet Satışları	11-12	13-14	15-18	23	55-60
Zincir Marketler (Süpermarket vb.)	4-5	4-5	3	3	3
Fuar Satışları	2-3	2-3	3	3	0,5
Dağıtım/Toptan	12-15	12-15	10-12	6	4
Diğer	1-2	1-2	1	1	1-2

Kaynak: Kurulun D&R kararı ve TÜRKYAYBİR tarafından gönderilen veriler

- (28) Tablo-2'de yer verildiği üzere TÜRKYAYBİR perakende kitap satışı pazarında çevrim içi kanalın payını 2018 yılı için %15-18 aralığında; 2019 yılı için %23 civarında tahmin etmektedir. Diğer yandan 2020 yılının ilk 6 ayı itibarıyla pandemi döneminde alınan önlemlerin de etkisi ile bu oran keskin bir artışla %55-60 seviyesine yükselmiştir. TÜRKYAYBİR tarafından hafta sonları sokağa çıkma yasağı ve iş yerlerinin sadece belirli saatlerde açık kalması gibi salgın sürecine yönelik katı önlemlerin sıklıkla uygulandığı 01.04.2020-31.05.2020 tarihleri arasında çevrim içi kanalın payının %70 seviyesine dahi çıktığı tahmin edilmektedir.
- (29) İlgili ürün pazarı tanımlanırken geleneksel ve çevrim içi kanal ayrımına nasıl yaklaşıldığı konusunda Kurul içtihadına¹⁶ bakmakta fayda bulunmaktadır. Kurul kararlarında, elektronik ortamda yapılan satışların geleneksel satışlarla rekabet ediyor olması halinde bu iki kanalın aynı pazarda kabul edileceği, tamamen yeni ve yalnızca elektronik ortamda satılan bir ürünün mevcudiyeti halinde ya da bir ürünü elektronik ortamda satmanın önemli avantajlar sağlaması durumunda bahse konu ürünün e-ticaretinin ayrı bir pazar olarak tanımlanması gerektiği belirtilmiştir.

¹² ÖZTÜRK, H. (2019), Omni Kanal (Tüm Kanallar) Pazarlama Yaklaşımının Perakendeciliğe Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, s. 107-108.

¹³ Pear Marwick International (PMI) ve Klynveld Main Goerdeler (KMG) isimli teşebbüslerin bünyesinde bulunan alt teşebbüslerin birleşmesiyle birlikte ortaya çıkmıştır.

¹⁴KPMG, 2017, "The Truth About Online Consumers", <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/tr/pdf/2017/07/the-truth-about-online-consumers.pdf>

¹⁵ 2016 ve 2017 verilerinde Kurulun 02.08.2018 tarihli ve 18-24/428-201 sayılı D&R kararı esas alınmıştır.

¹⁶ 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı Yemeksepeti kararı; 05.01.2017 tarihli ve 17-01/12-4 sayılı Booking kararı.

- (30) Öneraştırma konusu sektöre ilişkin yapılmış olan D&R¹⁷ kararlarında ise Kurul kitap satışı bakımından geleneksel kanal ile çevrim içi kanalın ilişkisini incelemiş ve ilgili kararlarda iki kanal birlikte değerlendirilmiştir. Ancak Kurulun bu şekilde değerlendirme yapmasında söz konusu pazar için iki kanal arasındaki asimetrik ikame ilişkisi kilit rol oynamıştır. Şöyle ki, nihai tüketiciye kitap satışı bakımından çevrim içi kanal geleneksel kanal üzerinde rekabetçi baskı oluşturabiliyorken ters yönde bir rekabetçi baskının oluşabileceğinden söz edilememektedir. Kararlarda belirtildiği gibi pazarlar arasında ikame edilebilirliğin bu şekilde asimetrik olduğu durumlarda pazar tanımı değişebilmektedir. Bu hallerde ilk olarak incelenen pazar odak olarak belirlenip diğer pazarlarla ilişkisine bakılmaktadır. Eğer odak pazara diğer pazarlardan rekabetçi baskı uygulanabiliyorken, odak pazardan diğer pazarlara rekabetçi baskı uygulanamıyorsa; odak pazar ile diğer pazarlar aynı ilgili ürün pazarında kabul edilebilmektedir. Bununla birlikte, odak pazardan diğer pazarlara rekabetçi baskı uygulanabiliyorken, diğer pazarlardan odak pazara rekabetçi baskı uygulanamıyorsa pazarlar ayrı ilgili ürün pazarları olarak tanımlanabilecektir.
- (31) İlgili karara konu olan olay D&R'ın geleneksel perakende pazarındaki konumuyla alakalı olduğu için kitap satışı bakımından geleneksel kanal odak pazar olarak ele alınmıştır. Karara göre, perakende kitap satışı bakımından çevrim içi kanalın geleneksel kanal üzerinde rekabetçi baskı kurabileceğinin tespiti halinde, geleneksel kanalın çevrim içi kanal üzerinde böyle bir baskı kurup kuramadığından bağımsız olarak iki kanalın aynı ürün pazarında kabul edilmesi mümkün olacaktır. Kararda kitap satışı bakımından geleneksel ile çevrim içi kanalın kıyaslaması yapıldıktan sonra çevrim içi kanalın geleneksel kanala göre oldukça önemli bir ivmeyle büyüdüğü, çevrim içi kanalın geleneksel kanalın cirosuna oldukça yaklaştığı, çevrim içi kanalda ortalama kitap fiyatının geleneksel kanalın sürekli altında seyrettiği hususları dikkate alınarak çevrim içi kanalın geleneksel kanal üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturabileceği belirtilmiştir.
- (32) Öte yandan dosya özelinde KİTAPYURDU'nun geleneksel kanalda herhangi bir faaliyeti bulunmamakta, teşebbüs satışlarını yalnızca çevrim içi kanal üzerinden gerçekleştirmektedir. Öneraştırma sürecinde çeşitli yayınevleri ile yapılan görüşmelerde; çevrim içi kanal üzerinden satış yapan teşebbüslerin herhangi bir fiziki satış noktasına göre çok daha yüksek çeşitlilikte ürün gamına sahip olduğu, zira fiziki bir kitabevinde 20.000 ila 50.000 arasında kitap bulunabileceği, ancak pazarda tahminen 350.000 civarı kitap bulunduğu ve fiziki olarak hiçbir perakende mağazasında bu sayıda kitabı sergilemenin mümkün olmayacağı, ancak internet üzerinden satış yapan bir teşebbüsün bu çeşitlilikte portföyü kolaylıkla sunabileceği belirtilmektedir. Bunun yanı sıra geleneksel mecradaki mekan kısıtı nedeni ile en fazla 200 yayınevinin kitaplarına yer verilebileceği, ancak internetten yapılan satışlarda böyle bir kısıtlama olmadığı ifade edilmektedir. Dolayısıyla çevrim içi kanalda tüketici, aramakta olduğu bir kitap için tüm yayınevlerinin kitaplarını bulma ve fiyatlarını karşılaştırma imkânına sahip iken geleneksel kanal tüketiciye bu imkânı sunamamaktadır. Bunun yanı sıra D&R kararlarında da ifade edildiği üzere, çevrim içi kanalda satılan kitapların ortalama fiyatı genel itibarıyla geleneksel kanalda satılan kitapların fiyatlarının altında seyretmektedir. Bu bilgiler çerçevesinde, çevrim içi perakende kitap satışının tüketiciler nezdinde özellikle fiyat ve karşılaştırma imkânları açısından geleneksel kanaldan farklılaşması nedeniyle ayrı bir pazar olarak değerlendirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.
- (33) Yukarıda yer verilen tespit ve değerlendirmeler ışığında, mevcut dosya özelinde "çevrim içi perakende kitap satışı" pazarı ilgili pazar olarak tespit edilmiştir.

¹⁷ 29.05.2018 tarihli, 18-16/293-146 sayılı ve 02.08.2018 tarihli, 18-24/428-201 sayılı kararlar.

I.4.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (34) Önaraştırma tarafı KİTAPYURDU çevrim içi kanal aracılığı ile tüm Türkiye'ye satış gerçekleştirebilmektedir. Bu çerçevede, ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

I.5. Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler

- (35) Yerinde incelemede elde edilen bulguların önemli bir kısmı KİTAPYURDU'nun iç yazışmaları niteliğindedir. Aşağıdaki tabloda bulgularda sürekli adı geçen kişilerin KİTAPYURDU'ndaki pozisyonlarına yer verilmektedir.

Tablo-3: Bulgularda Adı Geçen Kişilerin KİTAPYURDU'ndaki Pozisyonları

Personel İsmi	Pozisyonu
(.....)	KİTAPYURDU Yönetim Kurulu Başkanı
(.....)	KİTAPYURDU Satın Alma Sorumlusu
(.....)	KİTAPYURDU Satın Alma Sorumlusu

Kaynak: KİTAPYURDU'nda Yapılan Yerinde İncelemede Elde Edilen Bilgiler

- (36) İlaveten, KİTAPYURDU'ndan elde edilen belgeler iddia konusu davranışlara yönelik olarak;

- KİTAPYURDU'nun iskonto uygulamalarına yönelik elde edilen bulgular,
- EDİZ YAYINEVİ tarafından yayımlanan irade terbiyesi kitabına yönelik iddia edilen hususlara ilişkin bulgular,
- KİTAPYURDU'nun satışa sunduğu kitapların farklı sitelerde daha düşük fiyata satılmasına izin vermediği ve yayınevlerinden farklı satış sitelerinde gerçekleşen düşük fiyatlara müdahale etmesini talep ettiği iddiasına işaret edebilecek bulgular

olmak üzere üç başlık altında tasnif edilmiştir. Bununla birlikte, bazı bulguların birden fazla başlığı ilgilendirmesinden ötürü bu bulgulara her ilgili başlık altında tekrar yer verildiği belirtilmelidir.

I.5.1. KİTAPYURDU'nun İskonto Uygulamalarına Yönelik Elde Edilen Bulgular

- (37) **Bulgu-1:** 16.06.2017 tarihinde (.....) ile (.....) arasında geçen, bilgi kısmında (.....)'in bulunduğu ve konu bölümünde "(.....)" yazan e-posta silsilesinde aşağıdaki yazışmalar bulunmaktadır.

"(.....) de 50 ile satılıyor¹⁸
%65 le vermezse satışa kapatalım¹⁹
(.....): 1 haftalık kampanya yapmışlar gene de kapatalım mı?
(.....) kampanyalarında ben rastlamadım"

- (38) **Bulgu- 2:** 19.04.2018 tarihinde (.....) ile (.....) arasında geçen yazışmalar aşağıdaki gibidir. E-postanın konu kısmında (.....) satılan kitaplara ait bir link yer almaktadır.

"(.....):
Bunları ya %45 ile satacağız
Satamadıklarımızı kapatacağız
Kapananların listesini istiyorum"

- (40) İlgili e-posta (.....) tarafından "son durumu ektedir" şeklinde yanıtlanmaktadır. E-postada (.....) tarafından gönderilen linkte yer alan kitaplar için (.....) tarafından yayınevleri ile

¹⁸ Belgede yer alan "50 ile satılıyor" ifadesi, kitapların (.....)'da etiket fiyatının üzerinden toplamda %50 indirimli satıldığı anlamına gelmektedir.

¹⁹ %65 oranı KİTAPYURDU'nun talep edeceği iskonto oranıdır.

yapılan görüşmelere dair notlar yer almaktadır. Tablonun bir bölümüne aşağıda yer verilmektedir.

315716	(.....)	(.....)	Sadece 1 gün için vermişler
438448	(.....)	(.....)	Sadece 1 gün için vermişler
439908	(.....)	(.....)	Sadece 1 gün için vermişler
451465	(.....)	(.....)	(.....); Biz bir şey vermedik dedi

- (41) (.....) tarafından söz konusu e-posta;

315716	(.....)	(.....)	Sadece 1 gün için vermişler
438448	(.....)	(.....)	Sadece 1 gün için vermişler
439908	(.....)	(.....)	Sadece 1 gün için vermişler

“Bize de öyle 1 gün için versinler”

şeklinde cevaplanmaktadır.

- (42) **Bulgu-3:** 11.05.2018 tarihinde (.....) tarafından (.....) gönderilen e-postanın konusu “ya adam gibi iskonto ile versinler ya da kapatalım” şeklindedir. E-posta metninde ise KİTAPYURDU ve rakiplere ait internet sitelerinde yer alan kitabın satış fiyatlarını, KİTAPYURDU’nun alış iskontosunu ve kar marjını gösteren aşağıdaki tablo yer almaktadır:²⁰

amount_30	product_id	yayinevi	list_price	take_discount	sale_profit	kyisk	urun_adi	kyFiyat	MinOfprice	minFark	BABIL	DNR	HEPSIBURADA	IDEFIX	OKUOKU
306	79958	TİCARİ SİR	30	TİCARİ SİR			İyi Hissetmek	24	19,5	4,5	19,5	23,7	22	22,5	

- (43) **Bulgu-4:** 08.06.2018 tarihinde (.....) tarafından (.....) gönderilen e-postanın konu bölümünde “(.....) bu kitabı (.....) ya özel fiyatla mı veriyormuş” ifadesi bulunmaktadır. E-posta gövdesinde yer alan tabloda (.....) YAYINLARI’na ait bir kitabın (.....) KİTAPYURDU’ndan daha düşük fiyata satıldığı görülmektedir. Tabloya göre kitabın liste fiyatı 200 TL, KİTAPYURDU’nun alış iskontosu %45, dolayısıyla kitabın KİTAPYURDU tarafından alış fiyatı 110 TL’dir. Kitabın KİTAPYURDU satış fiyatı 130 TL, (.....) satış fiyatı 92,89 TL’dir.
- (44) İlgili e-posta (.....) tarafından aynı gün aşağıdaki şekilde cevaplanmıştır;
- “Abi,
Bu ürüne ait bir özel bir fiyat olmadığını, satıcıya bu üründen 1 yıldır hiç vermediklerini ve satıcıyı arayıp uyaracaklarını söylediler.
Kolay gelsin”
- (45) **Bulgu-5:** 09.06.2018 tarihinde (.....) tarafından (.....) gönderilen e-postanın konu bölümünde “(.....) bizim alışımızdan ucuza satıyor” ifadesi bulunmakta ve e-postada yer

²⁰ Tabloda yer alan “list_price” sütunu kitabın yayinevi tarafından belirlenen liste/etiket fiyatını, “take_discount” sütunu kitabın KİTAPYURDU tarafından % kaç iskonto ile alındığını, “sale_profit” sütunu KİTAPYURDU’nun kitabı temin ettiği fiyatın üzerine ne kadarlık bir kar marjı koyduğunu, “kyisk” sütunu KİTAPYURDU’nun kar marjını koyması sonrasında kitabın liste/etiket fiyatı üzerinden toplamda % kaç iskonto ile satıldığını, “kyFiyat” sütunu kitabın KİTAPYURDU tarafından nihai tüketiciye satış fiyatını, “MinOfprice” sütunu kitabın karşılaştırma yapılan siteler içerisindeki en düşük satış fiyatını, “minFark” sütunu ise KİTAPYURDU’nun satış fiyatı ile kitabın satıldığı en düşük fiyat arasındaki farkı göstermektedir. İlgili örnek üzerinden açıklanacak olursa KİTAPYURDU (.....) TL liste fiyatı olan kitabı % (.....) iskonto ile (.....) TL’ye almıştır. KİTAPYURDU alış fiyatının üzerine % (.....) kar marjı koyarak kitabı (.....) TL’ye satmaktadır. KİTAPYURDU’nun nihai satış fiyatına göre ise kitabın etiket fiyatı üzerinden toplamda % (.....)’lik bir iskonto uygulanmaktadır. Söz konusu kitap www.babil.com internet sitesinde (.....) TL’ye satılmakta olup KİTAPYURDU ile arasında (.....) TL’lik fark bulunmaktadır.

alan tabloda “(.....) YAYINEVİ”ne ait kitapların KİTAPYURDU, (.....) ve (.....)’teki satış fiyatları yer almaktadır. Tabloya göre kitabın liste fiyatı 47,5 TL, KİTAPYURDU’nun alış iskontosu %55, dolayısıyla kitabın KİTAPYURDU tarafından alış fiyatı 21,37 TL’dir. Kitabın KİTAPYURDU satış fiyatı 28,49 TL, (.....) satış fiyatı 21 TL’dir.

- (46) İlgili e-posta (.....) tarafından aynı gün “Firma ile görüştüm farklı bir indirim vermediklerini, düzeltmeleri için arayacaklarını göylediler.” şeklinde cevaplanmıştır.
- (47) **Bulgu-6:** 26.06.2018 tarihinde (.....) tarafından (.....) ve (.....) gönderilen, konu bölümünde “(.....)” ibaresinin bulunduğu e-postada aşağıdaki ifade ve tablo yer almaktadır.

“Ya şimdiki dağıtıcısı 50 ile verecek

Ya (.....)²¹ a 55 ile verecek ve o bize 50 ile verecek ya da kapatacağız”

amount_30	vendor_id	ASMstatik	stock_status_id	product_id	yayinevi	list_price	take_discount	sale_profit	kyisk	alis	fark	olmalı	urun_adi	kyFiyat	botSay	MinOfprice	minFark	BABIL	DNR	HEPSIBURADA	IDEFIX	KITAPSEC
5	680	0	5	466341	...	32						-0,05	Osmanlılarda Yüksek Din Eğitimi	25,6	4	19,2	6,4	19,2	24		23,36	22,4

- (48) İlgili e-posta KİTAPYURDU satın alma sorumlusu (.....) tarafından aynı gün “Abi (.....) yayınları satışa kapatıldı. (.....) beyden olumlu bilgi gelirse tekrar satışa açılacak.” şeklinde cevaplanmıştır.
- (49) **Bulgu-7:** 02.11.2018 tarihinde (.....) ve (.....) gönderilen e-postanın konu bölümü “55 le almamız lazım, direk de çalışabiliriz ya da kapatacağız” olup e-posta metninde (.....)’na ait kitaplar bulunmaktadır. E-postada yer alan tabloda (.....)’na ait eserlerin (.....) fiyatlarının KİTAPYURDU’nun iskontolu alış fiyatı ile aynı seviyede olduğu görülmektedir.

amount_30	product_type_id	stock_status_id	product_id	yayinevi	urun_adi	listfark	list_price	take_discount	alis	botSay	minimumPrice	BABIL	DNR	HEPSIBURADA	IDEFIX	KITAPSEC
93	1	5	470055	TİCARİ SİR	Adam Sandıklarımız	0	19			3	9,5	12,35	9,5		11,97	11,4
184	1	5	473532		Pekil	0	20			2	10	13	10			12
125	1	5	449695		Dua Kader Değiştirir	0	19			3	9,5	12,35	9,5		11,97	11,4
35	1	5	451373		Otuzundan Sonra	0	19			3	9,5	12,35	9,5		11,97	11,4
40	1	5	415641		Sen On Yedi Yaşımın	0	19			3	9,5	12,35	9,5		11,97	11,4
41	1	5	440085		Yağmur’un Gözyaşları	0	20			2	10	13	10			12
85	1	5	450740		Yine de Sevdik	0	19			3	9,5	12,35	9,5		11,97	11,4

- (50) **Bulgu-8:** 02.11.2018 tarihinde (.....) ve (.....) gönderilen e-postanın konu bölümü “55 le almamız lazım y ada kapatacağız” olup e-posta metninde yer alan tabloda (.....) isimli yayinevine ait kitaplar bulunmaktadır. E-postada yer alan tabloda (.....)’a ait eserlerin (.....) fiyatlarının KİTAPYURDU’nun iskontolu alış fiyatı ile aynı seviyede olduğu görülmektedir.
- (51) (.....) tarafından söz konusu e-postaya aynı gün “Abi firma ile görüşüldü ve (.....) yayınlarının bütün kitaplarının alış indirimi %55 olarak güncellendi.” şeklinde cevap verilmektedir.

²¹ Mikyas olarak bahsedilen Mikyas Basım Yayın Matb. San. ve Tic. Ltd. Şti (MİKİYAS KİTAP) olup teşebbüs dağıtım alanında faaliyet göstermektedir.

product_id	yayinevi	urun_adi	list_price	take_discount	sale_profit	kyFiyat	idefixFark	idefixFiyat
425449	TİCARİ SİR	Macera Peşinde 4 / Gizemli Kapı	14			8,6604	2,8304	5,83
494906		Yıkılmadım Ayaktayım	25			15,63	5,21	10,42
497564		Kalbim Bu Asrın Dengi Değil	25			15,25	4	11,25
460596		Aşkını Helal Et	20			12,8	4,47	8,33
449490		Kayıp Mühür	17			10,6301	3,5501	7,08
384718		Gizemli Okul	17			10,6301	3,5501	7,08
104011		Peygamber Efendimiz Hz. Muhammed (s.a.v) ile Bir Saat Konuşmak	7,5			4,6897	1,56975	3,12
424377		Macera Peşinde 1 / Ateş Adası	14			8,6604	2,8304	5,83
424515		Macera Peşinde 3 / Gizemli Asa	14			9,1	3,27	5,83
448548		Şizofren	17,5			10,5	2,4	8,1
485644		1071 Malazgirt Beklenmedik Ölüm	17,5			10,3705	2,2705	8,1
479604		Şükret Olsun	20			11,85	2,59	9,26
479342		Korece Gramer ve Pratik Konuşma Rehberi	25			14,82	3,24	11,58
477717		Mükemmel Kadın Olmayın!	22,5			13,329	2,909	10,42
364649		Nasıl Başarılar? & Öncü Girişimcilerin Yönetim ve Başarı Sırları	25			15	5,97	9,03

(.....):

“Abi (.....) Kitap ve (.....) yayınları nisan ayı boyunca İdefix kampanyasında dahil olmuşlar. (.....) yayınları ve (.....) yayınlarının Nisan ayı alımlarına %15 fark keseceğiz. (.....) kitap için nisan ayı alımlarına %10 fark keseceğiz.

(.....) kitap kitapyurdu satış indirimlerini %55 olarak güncelledik.

(.....) kitap kitapyurdu satış indirimini %50 olarak güncelledik.”

- (56) **Bulgu-12:** 06.05.2019 tarihinde (.....) tarafından (.....) ve (.....) gönderilen ve konu bölümünde “(.....)” yazmakta olan e-postada aşağıdaki ifade ve tablo yer almaktadır;

“9,9 ve 4,9 olan kitapları ya bize de versin yada bu kitapları satışa kapatalı

yayinevi	list_price	take_discount	sale_profit	kyisk	alis	urun_adi	kyFiyat	botSay	MinOfprice	genelFark	idefixFark	type_name	SumOfprice	alisk	satkar
TİCARİ SİR	18,5185					Eurat'ın Doğusu	11,1092	5	4,9	6,20924815	6,20924815	HEPSIBURADA	4,9	50	19,978401
	17,5926					Kendime Gelmeve Gittim	10,5502	5	4,9	5,65028222	5,65028222	HEPSIBURADA	4,9	50	19,886363
	22,2222					Ci	14,4399	3	9,9	4,53998556	4,53998556	HEPSIBURADA	9,9	50	30
	23,1481					İçimde Kalmasın & Tanıklığımdır	13,8888	5	4,9	8,98886	8,98886	HEPSIBURADA	4,9	50	20,051858
	29,6296					İstanbul'un Gizli Tarihi	17,4814	5	9,9	7,581464	7,581464	HEPSIBURADA	9,9	50	18
	17,5926					Ben Hep Kaybettim	10,5502	2	4,9	5,65028222	5,65028222	HEPSIBURADA	4,9	50	19,886363

- (57) **Bulgu-13:** 05.07.2019 tarihinde (.....) ile (.....) arasında geçen yazışma aşağıdaki gibidir.

(.....): “bunlar (.....) bizden daha iyi şartda mı veriyorlar” (e-postanın konu bölümüne yazılmış olup e-postada çeşitli yayınevlerinin rakip internet sitelerindeki fiyatlarının karşılaştırıldığı ve diğer bulgulardakine benzer tablo yer almaktadır.)

(.....): ((.....) tarafından aynı tabloya ek olarak eserlerin yanlarına “Firma Kendi Mağazasında Satıyor. İade Yapılıp satışa kapatılacak.” “(.....) Fiyatı yanlış” gibi çeşitli notlar düşüldüğü görülmektedir.)

Abi,

Sarı renkli olanların fiyatları (.....)'da yanlış. Bu dönem yeni ürünlerin ve güncel kitapların çıkmaya başladığı dönem. Fiyatlar yayınevleri tarafından sürekli güncelleniyor.

Kırmızı Renkli olanlar satışa kapatıldı ve iade yapıldı.

İSEM yazarlardan haber bekliyorum. Duruma göre satışa kapatacağım yada fark keseceğim.

(.....) yazarlar için dağıtım firması olan (.....) ile görüştüm beni (.....) beye yönlendirdiler. Ancak (.....) beye ulaşamıyorum. Mesaj attım dönüşünü bekliyorum. Kampanya m yaptı öğrendiğimde size bilgi vereceğim. Kolay gelsin.”

- (58) **Bulgu-14:** 26.07.2019 tarihinde (.....) tarafından (.....) “(.....) bu kitaplarda kampanya mı yapmış” notuyla e-posta iletilmiş olup, ilgili e-postada (.....) YAYINLARI’na ait kitapların rakiplere ait internet sitelerindeki satış fiyatlarıyla KİTAPYURDU’ndaki fiyatlarının karşılaştırıldığı bir tablo gönderilmiştir. Söz konusu e-posta (.....) tarafından 26.07.2019 tarihinde ilgili tabloya “1 aylık kampanya yapmışlar. Kampanya bitince bizde farklı kitaplar önerecekler.”, “liste fiyatı yanlış. Düzeltmeleri söyleyecekler”, “Üç günlük %50 kampanyası yapmışlar” “İskontoyu düşürmelerini söyleyecekler.” gibi notlar düşülerek cevaplandırılmaktadır.

- (59) **Bulgu-15:** 05.04.2020 tarihinde (.....) tarafından (.....) ve (.....) gönderilen ve “Konu” bölümünde “%50 ile alamazsak kapatacağız. salıya kadar cevap bekliyorum” isimli e-posta metninde yer alan tablonun bir bölümüne aşağıda yer verilmektedir.

amount_30	stok	kategori	product_type_id	product_id	yayınevi	urun_adi	list_price	take_discount	sale_profit	kyisk	alis	fark	olmalı	kyFiyat	botSay	MinOfprice	minFark	AMAZON	BABIL	BKMKITAP	DNR	HEPSIBURADA	IDEFIX		
6	0	0	1	453066	T İ C A R İ S I R	İyi Ki Doğdun	19,9					0,40	-3,43	12,93	5	10,95	1,98	13,92	10,95	13,09	14,93	13,23	13,93		
32	0	0	1	504232		Paspal Köpek	26,9					0,54	-3,45	16,86	3	14,80	2,06	18,81	14,80	17,43			17,89		
26	0	0	1	416483		Göbeklitepe Oyun Parkı	27,9					0,56	-3,45	17,49	2	15,35	2,14	23,06	15,35					18,55	
35	4	0	1	514200		Başka Bir Yerde Yaşasaydım	27,9					0,56	-3,45	17,49	5	15,35	2,14		15,35	19,81	20,93			18,55	19,53
22	1	0	1	435428		Biggago & Bir Dünya Çocuk	29,9					0,60	-3,46	18,74	4	16,45	2,29	18,73	16,45		22,43			19,88	20,93
23	0	0	1	448811		Yogayı Seviorum	29,9					0,60	-3,46	18,74	5	16,45	2,29	20,91	16,45	18,00	22,43			19,88	20,93
45	11	0	1	448810		Boya ve Tasarla & Benekler, Boyalar ve Parmak İzleriyle Haydi Eğlenceye	29,9					0,60	-3,46	18,74	5	16,45	2,29		16,45	18,00	22,43			19,88	20,93
						Doğada Saklambaç & Ara, Bul ve Sayt	29,9					0,60	-3,46	18,74	5	16,45	2,29		16,45	18,00	22,43			19,88	20,93

- (60) Söz konusu e-posta yazışmasının akabinde (.....) tarafından (.....) Yayınevi’nden gelen yanıt 08.04.2020 tarihinde “Merhaba Abi, (.....) Yayınevi (.....) Bey’den gelen mail aşağıdaki gibidir.” denilerek (.....) ileilmektedir;

“(.....) günaydın.

Nasılsın?

(.....), talep ettiğiniz iskonto oranını veremeyeceğiz. Zira içinde bulunduğumuz koşullarda bu kar marjına bizim daha fazla ihtiyacımız var.

(.....) Nisan ayı kampanyasına +5 iskonto vermiştik. Bunu daha önce sizinle de yapmıştık. Oradaki indirim oranını aşağı çekmelerini rica ettim. Şu an %40 ile satıyorlar.

Takdir sizde”

- (61) Aynı gün (.....) tarafından (.....) aşağıdaki e-posta gönderilmiştir;

*“Hem dağıtım olduğu için dağıtım iskontosu veriyorlar
Hem de %5 ek iskonto verdiklerinde fark %10 çıkıyor*

O da öldürücü oluyor”

- (62) **Bulgu-16:** 06.04.2020 tarihinde (.....) tarafından (.....) ve (.....) konu bölümünde “50 ile alamazsak kapatacağım, salıya kadar yaber bekliyorum” yazmakta olan e-posta gönderilmiş olup e-postadaki tabloda (.....) YAYINLARI’na ait eserler bulunmaktadır. Söz konusu e-postanın devamında aşağıdaki yazışma yapılmaktadır;

(.....):

“(.....) vadeli %45 alıp, bize %40 ile veriyor.

Yayınevi ile yaptığı görüşme sonucu %50 ile veremeyeceğini söyledi.

(.....) peşin %50 ile aldığını (.....) söylüyor.”

(.....):

“(.....) firmasından (.....) Bey ile görüştüm.

(.....) firmasından (.....); Final Dağıtımın konkordato ilan etmesiyle birlikte, direk çalıştığımız firmalarla peşin %50 sistemine geçtiklerini söyledi...”

(.....):

“Asgari stoklarını kapadım”

- (63) **Bulgu-17:** 06.04.2020 tarihinde (.....) ile (.....) arasında yapılan ve “50 ile alamazsak kapatacağım, salıya kadar haber bekliyorum” konulu yazışma aşağıdaki gibidir.

(.....) tarafından gönderilen e-postada GRAFİKER YAYINLARI’na ait eserler bulunmaktadır. Tablodan KİTAPYURDU’nun alış iskontosunun %(.....) olduğu ve kitapların www.babil.com sitesinde KİTAPYURDU’nun alış fiyatından daha ucuza satıldığı görülmektedir.

(.....):

“(.....) firması yayınevi ile görüşmüş ek iskonto alamamış.

Yayınevinin piyasaya veriş iskontosu %(.....)’dir. (.....)²² iletişime geçip, %45 ile satılmasını engelleyecekler...

Ayrıca (.....) iskonto düşüreceklerini söylemişler..”

(.....):

“Asgari stoklarını kapadım”

- (64) **Bulgu-18:** 18.04.2020 tarihinde (.....) ve (.....) gönderilen e-postanın konu bölümü “son uyarı ya 50 ile verirler ya da kapatırız” olup e-posta metninde yer alan tabloda (.....) ait kitapların rakip sitelerdeki fiyatlar ile karşılaştırması yer almaktadır. E-postada yer alan tablodan KİTAPYURDU’nun alış iskontosunun %(.....) olduğu anlaşılmaktadır. İlgili e-posta 21.04.2020 tarihinde (.....) tarafından “Abi bu markalar yarından itibaren %50 ile fatura edilmeye başlanacak.” şeklinde yanıtlanmıştır.

- (65) **Bulgu-19:** 18.04.2020 tarihinde (.....) adlı e-posta adresine gönderilen ve konu bölümünde “(.....)” yazan e-postada, diğer bulgulardakine benzer şekilde, KİTAPYURDU ile rakiplere ait internet sitelerinde bulunan çeşitli ürünlerin fiyat bilgisini içeren ve diğer bulgularda da yer verilmekte olan tablo formatı ile aynı olan bir tablo yer almakta olup e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır.

“Kapasam mı diye düşündüm

Son bir deneme yapmaya karar verdim

Bize (.....)e verdiğinden 5 puan daha fazla vermeli biz de böylece ay + 60 gün ödeme yapabiliriz

Bu şekilde istiyorsa çalışalım

²² Emek Dağıtım ile kastedilen ARASTA ekonomik bütünlüğü içerisinde bulunan EMEK KİTAP’tır.

*Yoksa kapatacağım
(.....) le konuşurmusun”*

- (66) **Bulgu-20:** (.....) ile (.....) arasında 18.04.2020 ile 31.08.2020 tarihleri arasında yapılan yazışma aşağıdaki gibidir.
- (67) (.....): 18.04.2020 tarihinde “konu” bölümüne “*bu marjla satamayız*” yazılı bir e-posta gönderilmekte ve e-postada “(.....) YAYINEVİ”nin kitaplarının rakiplere ait internet sitelerindeki fiyatlarının karşılaştırmalı olarak gösterildiği tablo bulunmaktadır. Tablodan KİTAPYURDU’nun alış iskontosunun %40 olduğu ve yayınevine ait kitapların rakip sitelerde daha ucuz fiyatlardan satıldığı anlaşılmaktadır.

(.....): (20.04.2020)

“Merhaba Abi,

Ürünleri (.....) Yayınevi’nden alıyoruz.

(.....) Yayınevi’nden (.....) Hanım: %50 ile veremeyeceklerini, ancak %45 olarak verebiliriz dedi...

**Yayınevi (.....) %50 ile veriyormuş...*”

(.....): (20.04.2020)

“O zaman kapatıyoruz”

(.....): (20.04.2020)

“Abi, Kapatıp, yayınevi iadesini yaptık”

(.....): (31.08.2020)

“Abi, (.....) Yayınevi’nden %50 ile alacağız bilginize....”

(.....) (31.08.2020)

“tmm”

I.5.2. EDİZ YAYINEVİ Tarafından Yayımlanan İrade Terbiyesi Kitabına Yönelik İddia Edilen Hususlara İlişkin Bulgular

- (68) **Bulgu-21:** KİTAPYURDU’nun EDİZ YAYINEVİ tarafından yayımlanan İrade Terbiyesi isimli kitabını temin edebilmek adına 2019 yılı içerisinde kitabın dağıtımını gerçekteşiren teşebbüslerle yaptığı yazışmalar aşağıdaki tabloda özetlenmektedir.

Tablo-4: KİTAPYURDU’nun İrade Terbiyesi Hakkında Yaptığı Yazışmalar

E-Posta Tarihi	Yazışmanın Tarafları	E-Postanın İeriği
03.01.2019	(.....) tarafından ALEM YAYINCILIK ve ALEM KİTAP’a ait e-posta adreslerine gönderilmektedir.	Konu bölümünde “ <i>GECİKEN</i> ” ifadesi bulunan e-postada, “ <i>Güncel İhtiyaç</i> ”, “ <i>Geciken Siparişlerdeki İhtiyaç</i> ”, “ <i>Gecikme Günü</i> ” gibi bilgiler yer almaktadır. İlgili listede EDİZ YAYINEVİ’ne ait İrade Terbiyesi kitabının “ <i>Güncel İhtiyaç</i> ” bölümündeki sayısının 31, “ <i>Geciken Siparişlerdeki İhtiyaç</i> ” sayısının 1 ve “ <i>Gecikme Günü</i> ”nün ise 3 olduğu görölmektedir.
11.02.2019	(.....) tarafından EMEK KİTAP’a ait e-posta adreslerine gönderilmektedir.	Konu bölümünde “ <i>BASKI VE SEVK BİLGİSİ ADETLİ</i> ” yazan e-postada bulunan tablodaki yayınevleri ve eserler arasında EDİZ YAYINEVİ’ne ait İrade Terbiyesi de yer almaktadır. Tabloda kitaba ait “ <i>Bekleyen Sipariş</i> ” isimli sütunda “4” sayısının yer aldığı görölmektedir.

Tablo 4'ün Devamı		
E-Posta Tarihi	Yazışmanın Tarafları	E-Postanın İçeriği
12.02.2019	(.....) tarafından EMEK KİTAP'a ait e-posta adreslerine gönderilmektedir.	Konu bölümünde "ADEETLİ GECİKEN" yazmakta olan tabloda EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi isimli eserin bulunduğu ve e-postadaki tabloda "Bekleyen Sipariş" isimli sütunda "13" sayısının yer aldığı görülmektedir.
19.04.2019	(.....) tarafından MİKYAS KİTAP'a ait e-posta adreslerine gönderilmektedir.	Konu bölümünde "BASKISI MI YOK ACİL BİLGİ" ifadesi bulunan e-postada EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi isimli eserin "Güncel İhtiyaç" sayısının 388, "Geciken Siparişlerdeki İhtiyaç" sayısının 43 ve "Gecikme Günü"nü 4 olduğu görülmektedir.
20.04.2019	(.....) tarafından MİKYAS KİTAP'a ait e-posta adreslerine gönderilmektedir.	Konu bölümünde "baskıları mı yok" ifadesi yer almaktadır. Tabloda EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi isimli eser de bulunmaktadır. İlgili listede kitaba ait "Güncel İhtiyaç" bölümünde 388 sayısının bulunduğu, "Geciken Siparişlerdeki İhtiyaç" sayısının 98 ve "Gecikme Günü"nü ise 4 olduğu görülmektedir.
22.04.2019	(.....) tarafından MİKYAS KİTAP'a ait e-posta adreslerine gönderilmektedir.	Konu bölümünde "ADETLİ BEKLEYEN" ifadesi bulunan e-postada EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi isimli kitabın "Güncel İhtiyaç" sayısının 388, "Geciken Siparişlerdeki İhtiyaç" sayısının 166 ve "Gecikme Günü"nü 3 olduğu görülmektedir.
24.04.2019	(.....) tarafından MİKYAS KİTAP'a ait e-posta adreslerine gönderilmektedir.	Konu bölümünde "bunlar sevk olacak mı" ifadesi bulunan e-postada EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi isimli kitabın "Güncel İhtiyaç" sayısının 305, "Geciken Siparişlerdeki İhtiyaç" sayısının 170 ve "Gecikme Günü"nü 2 olduğu görülmektedir.
07.10.2019	Şerif ÖNDER tarafından MERCAN KİTAP'a ait e-posta adreslerine gönderilmektedir.	Konu bölümünde "baskıları mı yok" yazmakta olan e-postada belirtilen ve yukarıdaki e-postada belirtilen tablolar ile aynı formatta olan tabloda EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi eseri de yer almaktadır. İlgili listede "Güncel İhtiyaç" bölümünde 51 sayısının bulunduğu ve "Geciken Siparişlerdeki İhtiyaç" sayısının 1 ve "Gecikme Günü"nü ise 4 olduğu görülmektedir.
25.12.2019	Şerif ÖNDER tarafından MERCAN KİTAP'a ait e-posta adreslerine gönderilmektedir.	Konu bölümünde "Baskıları var mı sevk olacak mı?" ifadesi bulunmakta olup, e-postanın altında yer alan ve diğer e-postadakilerle aynı formatta olan tabloda EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi eseri de yer almaktadır. İlgili listede "Güncel İhtiyaç" bölümünde 1380 sayısının bulunduğu, "Geciken Siparişlerdeki İhtiyaç" sayısının 5 ve "Gecikme Günü"nü ise 3 olduğu görülmektedir.

- (78) **Bulgu-22:** 03.01.2020 tarihinde (.....) tarafından (.....)'a gönderilen e-postanın konusu “*Baskıları Var mı? Ne zaman sevk olacak?*” olup e-posta metninde yer alan tablo aşağıdaki gibidir;

Ürün Kodu	Barkod	Ürün Adı	Yayınevi İsmi	Güncel İhtiyaç (Son Liste)	Geciken Siparişlerdeki İhtiyaç	Gecikme Gün
472274	9786056841705	İrade Terbiyesi	EDİZ YAYINEVİ	294	64	4
401385	9786059657532	Arapça Türkçe - Türkçe Arapça Sözlük (Plastik Kapak)	EMA KİTAP	3	33	5
495884	928000011072	Cennet Bahçesi Beşi Bir yerde Oyun Seti (Kod:019)	MERCAN OKUL	2	2	4
444585	9786052005958	Öykü Treni Seti (80 Kitap Takım) 1. ve 2. Sınıflar İçin Düz Yazılı	EMA ÇOCUK	3	2	4

- (79) **Bulgu-23:** 13.05.2020 tarihinde (.....) tarafından (.....)'a gönderilen ve konu bölümünde “*BUNLAR BU GÜN GELECEK Mİ?*” ifadesi yer alan e-postada aşağıdaki tablo bulunmaktadır;

Ürün Kodu	Barkod	Ürün Adı	Rafılanmamış Stok	Yayınevi İsmi
472274	9786056841705	İrade Terbiyesi		EDİZ YAYINEVİ
399670	9786056611209	Değirmenimden Mektuplar		EMA GENÇ
427399	9786059485937	Ömer Seyfettin Okuma Serisi (10 Kitap Set)		EMA GENÇ

I.5.3. KİTAPYURDU'nun Satışa Sunduğu Kitapların Farklı Sitelerde Daha Düşük Fiyata Satılmasına İzin Vermediği ve Yayınevlerinden Farklı Satış Sitelerinde Gerçekleşen Düşük Fiyatlara Müdahale Etmesini Talep Ettiği İddiasına İşaret Edebilecek Bulgular

- (80) **Bulgu-24:** 08.06.2018 tarihinde (.....) tarafından (.....) gönderilen e-postanın konu bölümünde “(.....) *bu kitabı (.....) ya özel fiyatla mı veriyormuş*” ifadesi bulunmaktadır. E-postada yer alan tabloda (.....) YAYINLARI'na ait bir kitabın (.....) KİTAPYURDU'ndan daha düşük fiyata satıldığı görülmektedir. Tabloya göre kitabın liste fiyatı 200 TL, KİTAPYURDU'nun alış iskontosu %45'tir. Dolayısıyla kitabın KİTAPYURDU tarafından alış fiyatı 110 TL'dir. Kitabın KİTAPYURDU satış fiyatı 130 TL, HEPSİBURADA satış fiyatı 92,89 TL'dir.
- (81) İlgili e-posta (.....) tarafından aynı gün;

*“Abi,
Bu ürüne ait bir özel bir fiyat olmadığını, satıcıya bu üründen 1 yıldır hiç vermediklerini ve satıcıyı arayıp uyaracaklarını söylediler.
Kolay gelsin”*

şeklinde cevaplanmıştır.

- (82) **Bulgu-25:** 09.06.2018 tarihinde (.....) tarafından (.....) gönderilen e-postanın konu bölümünde “(.....) *bizim alışımızdan ucuza satıyor*” ifadesi bulunmakta ve e-postada bulunan tabloda “(.....) YAYINEVİ'ne ait kitapların KİTAPYURDU, (.....) ve (.....)’teki satış fiyatları yer almaktadır. Tabloya göre kitabın liste fiyatı 47,5 TL, KİTAPYURDU'nun alış iskontosu %55, dolayısıyla kitabın KİTAPYURDU tarafından alış fiyatı 21,37 TL'dir. Kitabın KİTAPYURDU satış fiyatı 28,49 TL, (.....) satış fiyatı 21 TL'dir.
- (83) İlgili e-posta (.....) tarafından aynı gün “*Firma ile görüştüm farklı bir indirim vermediklerini, düzeltmeleri için arayacaklarını göylediler.*” şeklinde cevaplanmıştır.

- (84) **Bulgu-26:** 03.07.2019 tarihinde (.....)'e gönderilen e-postada “konu” kısmında “(.....) nasıl böyle satabiliyormuş” ifadesi yer almakta olup e-posta içeriğinde ise aşağıdaki tablo bulunmaktadır;

product_id	urun_adi	kyFiyat	idefixFark	type_name	SumOfprice
71807	TİCARİ SIR	23,78	1,23	IDEFIX	22,55
65408		16,24	0,84	IDEFIX	15,4
68135		20,3	1,05	IDEFIX	19,25
67473		17,4	0,9	IDEFIX	16,5
98228		20,3	1,05	IDEFIX	19,25
79977		17,4	0,9	IDEFIX	16,5
131749		40,2	3,35	IDEFIX	36,85
263614		27	2,95	IDEFIX	24,05

- (85) (.....) tarafından söz konusu e-posta: “Bu ay sizin haricinizde hiçbir kampanya katılmadım diyerek; (.....) Beyle görüşüp, düzeltmelerini söyleyeceğim dedi.” şeklinde yanıtlanmaktadır.
- (86) **Bulgu-27:** 31.07.2019 tarihinde (.....) gönderilen e-postanın konu bölümü “(.....) i uyaralım” olup yazının altında KİTAPYURDU'nun kendi fiyatları ile BKM KİTAP'ta satılan kitapların fiyat bilgisini karşılaştırmalı olarak içeren tablo yer almaktadır.

product_id	yayinevi	list_price	kyFiyat	type_name	BKMKITAP
145540	TİCARİ SIR	16	8	BKMKITAP	6,81
264582		60	30	BKMKITAP	29,4
498822		15	7,5	BKMKITAP	7,35
498824		16	8	BKMKITAP	7,84
495393		15	7,5	BKMKITAP	7,35
498819		20	10	BKMKITAP	9,8
279912		100	50,01	BKMKITAP	49
480682		17	8,5	BKMKITAP	7,26
145538		25	12,5	BKMKITAP	9,98

- (87) İlgili e-posta aynı tarihte aşağıdaki gibi yanıtlanmaktadır:

(.....):
 “(.....) ile direk çalışmıyorlar. Şu an bizde ayın yayınevi kampanyasında %50 ile satıldığı için yapmış olabilirler. (Kampanya için ek %15 almıştık.)
 Üç kitabın Liste fiyatları yanlış abi
 Fiyatları ve **iskontoları düzelttirmeleri için yayın evine mail attım (Telefonla aradım)**”²³

²³ Tabloda yer alan “%51 ile satılıyor” ifadesi kitabın etiket/liste fiyatı üzerinden toplamda %51 indirimli satıldığı anlamına gelmektedir.

product_id	yayinevi	Ürün adı	kitapyurdu liste fiyatı	BKMKITAP liste fiyatı	
145540	(.....TİCARİ SIR.....)		16	13,89	Liste fiyatı yanlış Ayrıca %51 ile satılıyor
480682			17	14,81	Liste fiyatı yanlış Ayrıca %51 ile satılıyor
145538			25	20,37	Liste fiyatı yanlış Ayrıca %51 ile satılıyor
264582			60	60	%51 ile satılıyor
498822			15	15	%51 ile satılıyor
498824			16	16	%51 ile satılıyor
495393			15	15	%51 ile satılıyor
498819			20	20	%51 ile satılıyor
279912			100	100	%51 ile satılıyor

- (88) **Bulgu-28:** 31.07.2019 tarihinde (.....) tarafından (.....) ve (.....) adlı e-posta adreslerine gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır.

“Merhaba (.....),
Bkm kitap'ta yüksek indirimle satılan kitaplar aşağıdaki gibidir. Düzeltirebilir misiniz?”

product_id	yayinevi	Ürün adı	kitapyurdu liste fiyatı	BKMKITAP liste fiyatı	
414224	(.....TİCARİ SIR.....)		41,67 ₺	41,67 ₺	%52 ile satılıyor
454189			49,98 ₺	49,98 ₺	%41 ile satılıyor
415412			49,98 ₺	49,98 ₺	%45 ile satılıyor

- (89) **Bulgu-29:** 31.07.2019 tarihinde (.....) tarafından (.....) adlı adrese e-posta gönderilmektedir. E-postada yer alan tabloda “(.....) YAYINLARI”na ait eserlerin KİTAPYURDU ve BKM KİTAP'taki satış fiyatları kıyaslanmakta ve yanlarına “%66 ile satılıyor”, “liste fiyatı yanlış ayrıca %64 ile satılıyor” ibarelerinin eklendiği görülmektedir.

“Merhaba (.....),
Liste fiyatları ile birlikte iskontoları düzeltirebilir misin?”

product_id	yayinevi	Ürün adı	kitapyurdu liste fiyatı	BKMKITAP liste fiyatı	
440085	(.....TİCARİ SIR.....)		20,00 ₺	20,00 ₺	%66 ile satılıyor
451373			19,00 ₺	19,00 ₺	%64 ile satılıyor
310061			12,04 ₺	12,04 ₺	%83 ile satılıyor
415645			20,00 ₺	20,00 ₺	%66 ile satılıyor
449695			19,00 ₺	19,00 ₺	%69 ile satılıyor
450740			22,00 ₺	19,00 ₺	Liste fiyatı yanlış ayrıca %64 ile satılıyor

- (90) **Bulgu-30:** 31.07.2019 tarihinde (.....) tarafından (.....) gönderilen e-postada “(.....) u uyaralım” ibaresi ile (.....) YAYINLARI ürünlerinin (.....) yer alan fiyatlarıyla KİTAPYURDU'nda yer alan fiyatlarının kıyasladığı tablo paylaşılmıştır. (.....) tarafından gönderilen cevapta ise ilgili tabloya ilişkin olarak “Liste fiyatı yanlış ayrıca %64 ile satılıyor” gibi notlar düşüldüğü ve e-posta metnine “Direk çalışıyorlar ve toplu olarak kitap vermişler. Liste fiyatlarını ve iskontoları düzelttirmeleri için mail atılıp, telefonla da arandı.

Not: Sizin attığınız listeden 6 kitabı daha önce toplu alım için bize önermişlerdi. Mail ektedir.” yazıldığı görülmektedir.

- (91) **Bulgu-31:** 31.07.2019 tarihinde (.....) ile (.....) arasında yapılan yazışma aşağıdaki gibidir.
- (92) (.....) tarafından (.....) ürünlerinin rakiplere ait internet sitelerindeki fiyatlarını ve KİTAPYURDU’ndaki fiyatlarını karşılaştırmalı olarak içeren tablo paylaşılarak “(.....) çok ayıp ediyor” notu düşülmüştür.

(.....):

“6 ay önce toplu olarak ürün vermiş

Bu konuyu en kısa zamanda Bkm Kitap’a gidip, konuşacaklarımış.

Not: Toplu alım yapar mısınız diye mail atmışlardı. Mail ektedir.”

- (93) **Bulgu-32:** 01.08.2019 tarihinde (.....) tarafından (.....) adlı e-posta adresine gönderilen ve konu bölümünde “İskontoyu düzeltirebilir misin?” ifadesi yer alan e-postanın içeriği ve e-postada yer alan tablo aşağıdaki gibidir.

“Merhaba (.....) Abi,
İskontoyu düzeltirebilir misin?”

484365	(.....TİCARİ SIR.....)	30	BKMKITAP	%41 ile satılıyor
447132		30	BKMKITAP	%41 ile satılıyor
403689		27,5	BKMKITAP	%41 ile satılıyor

- (94) **Bulgu-33:** 01.08.2019 tarihinde (.....) ile (.....)_adlı e-posta adresleri arasında yapılan yazışma aşağıdaki gibidir.

(.....):

“Merhaba (.....),

%51 ile satıyorlar. İskontoyu düzeltirebilir misin?”

product_id	urun_adi	yayinevi	list_price	kyFiyat	type_name	SumOfprice	
3233	(.....TİCARİ SIR.....)		18	10,8	BKMKITAP	8,9	%51 ile satılıyor

(.....):

“Abi selam,

Düzeltiliyorlar birazdan. Sistemsel bir hataymış.”

- (95) **Bulgu-34:** 14.02.2020 tarihinde (.....) gönderilen ve konu bölümünde “bizim alışımızdan ucuz satılan sınav kitapları” ifadesi bulunan e-posta metninde yer alan tabloda çeşitli yayınevlerine ait eserler yer almaktadır. (.....) cevaben gönderilen e-postada “Abi bizim alışımızdan ucuza satılan sınav kitaplarının durumları aşağıdaki gibi.” ifadesi yer almakta ve e-postada tablonun aşağıda bir bölümüne yer verilmektedir.

product_id	yayinevi	urun_adi	AMAZON	BABIL	BKMKITAP	DNR	HEPSIBURADA	IDEFIX	
489628	(.....)	(.....)			21,9		32,99		Tedarikciyi aradım.Bkm ye müdahale edecekler.
501931	(.....)	(.....)	38	32	33,67		25		Genel dağıtıcısını bilgilendirdim. Hepsiburadaya müdahale edecek
512338	(.....)	(.....)			51,73		59,9		İskonto yükseltmek için görüşüm. Haber bekliyorum. İskonto yükseltmezlerse satışa kapatacağım.

- (96) **Bulgu-35:** 17.02.2020 tarihinde (.....) tarafından (.....) gönderilen e-postanın konu bölümünde “*bunlar ne olacak*” ifadesi bulunmaktadır. E-posta gövdesinde (.....) YAYINLARI’na ait kitapların KİTAPYURDU, BKM KİTAP ve HEPSİBURADA’daki satış fiyatları yer almakta olup BKM KİTAP’ın satış fiyatlarının KİTAPYURDU satış fiyatlarından daha düşük olduğu görülmektedir.
- (97) (.....) tarafından verilen cevapta ise “*Abi sadece Bkm kitapta Ayt ve Ekps kitaplarının indiriminde problem var. Bkm farklı indirimle de olsa aldığı bütün kitapların satışını %45 olarak ayarlamış. Firmayı aradım müdahale edecekler.*” ifadesi yer almaktadır.
- (98) **Bulgu-36:** 06.04.2020 tarihinde (.....) ile (.....) arasında yapılan ve “*50 ile alamazsak kapatacağım, salıya kadar haber bekliyorum*” konulu yazışma aşağıdaki gibidir.

(.....) tarafından aşağıdaki tablo gönderilmektedir.

yayinevi	urun_adi	list_price	take_discount	sale_profit	kyisk	alis	fark	olmali	kyFiyat	botSay	MinOfprice	minFark	AMAZON	BABIL	BKMKITAP	DNR	HEPSIBURADA	IDEFIX	
(.....TİCARİ SİR.....)	(.....TİCARİ SİR.....)	40					-0,81	-3,50	26,22	5	22,00	4,22	25,97	22,00	27,20	30,00	27,50	26,00	
		45					-0,91	-3,50	29,50	5	24,75	4,75	30,57	24,75	30,60	33,75	31,50	29,25	
		45						-0,91	-3,50	29,50	4	24,75	4,75	34,09	24,75		33,75	43,00	29,25
		40						-0,81	-3,50	27,20	5	22,00	5,20	27,97	22,00	26,80	30,00	28,00	26,00
		50						-1,01	-3,50	32,78	5	27,50	5,28	35,97	27,50	34,00	37,50	53,73	32,50
		45						-0,91	-3,50	30,60	4	24,75	5,85	29,22	24,75	30,60	33,75		29,25
		25						-0,51	-3,50	20,00	5	13,75	6,25	16,84	13,75	19,75	17,36	17,50	15,05
		50						-1,01	-3,50	33,80	4	27,50	6,30		27,50	34,00	37,50		32,50
		50						-1,01	-3,50	34,00	5	27,50	6,50	32,47	27,50	34,00	37,50	33,25	32,50

(.....):

“(.....) Dağıtım firması yayinevi ile görüşmüş ek iskonto alamamış. Yayinevinin piyasaya veriş iskontosu %50’dir (.....) iletişime geçip, %45 ile satılmasını engelleyecekler...²⁴

Ayrıca (.....) iskonto düşüreceklerini söylemişler..”

(.....):

“Asgari stoklarını kapadım”

²⁴ (.....).

I.6. Öneraştırma Sürecinde Yayinevleri ile Yapılan Görüşmeler

(99) Öneraştırma sürecinde dosya konusu iddialara yönelik olarak bazı yayinevleri ile yapılan görüşmelere aşağıda yer verilmektedir.

(100) 23.09.2020 tarihinde (.....) yetkilisi (.....) ile yapılan görüşmede özetle;

- KİTAPYURDU'nun kuruluşundan beri kendileri ile ticari ilişki içerisinde oldukları, iskonto oranlarının değişmediği ve %45 olduğu, iskonto oranlarının peşin veya vadeli ödeme tipine göre değiştiği, hâlihazırda yayinevlerince basılan 700 farklı kitabın KİTAPYURDU tarafından satıldığı, bu satışların cirolarının yaklaşık %30'luk bölümünü oluşturduğu ve söz konusu teşebbüs üzerinden yapılan satışların kendileri açısından zaruri nitelik taşımadığı,
- KİTAPYURDU ile çalışılan dönem içerisinde ürünlerinin satışa kapanması konusunda herhangi bir sorunla ve en yüksek iskontonun kendilerine tanınmasına yönelik bir baskı ve taleple karşılaşmadıkları, dönem dönem kampanyalar çerçevesinde daha yüksek iskonto vermeleri konusunda yönlendirildikleri, ancak bunun isteğe bağlı olduğu ve bunun sonucunda ayın yayinevi olarak seçtikleri, ayın yayinevi olarak seçilmeleri halinde satışlarında artış yaşandığı; bu sebeple böyle kampanya dönemlerinde daha yüksek oranda iskonto vermelerinin mümkün olduğu,
- Pandemi döneminde internet satışları artarken geleneksel kanal satışlarının düştüğü, toplam satışlarının içinde internet satışlarının %30 ila %40 civarında olduğu,
- Pandemi döneminde talebin hızla artması sonucunda tedarik zincirinde yaşanan aksaklıklar sebebi ile KİTAPYURDU tarafından yayinevlerine ait kitapların bir kısmının satışa kapatıldığı, hatta bazı günlerde tüm sitenin satışa kapatıldığı ve söz konusu teşebbüs ile ilgili yaşamış oldukları problemin bununla sınırlı olduğu,
- KİTAPYURDU, BKM KİTAP, ARASTA, N11, TRENDYOL, HEPSİBURADA, KİTAPSEPETİ ve AMAZON'un satışlarının internet üzerinden yapılan kitap satışlarının %80'ini oluşturduğu; KİTAPYURDU'nun piyasada eski olmasına rağmen güçlü rakiplerinin olduğu ve piyasada belirleyici bir etkisinin olmadığı

ifade edilmiştir.

(101) 23.09.2020 tarihinde (.....) ve (.....) YAYINLARI yetkilisi (.....) ile yapılan görüşmede özetle;

- Puanlama sistemi, düzenli çalışması ve ürün tedarikini hızlı gerçekleştirmesi gibi özellikleri açısından başarılı sayılabilecek bir teşebbüs olan KİTAPYURDU ile geçmiş dönemde çalıştıkları, o dönemlerde KİTAPYURDU üzerinden yapılan satışların cirolarının %30'unu oluşturduğu, mevcut durumda söz konusu teşebbüs ile ağır ticari şartları nedeni ile çalışmadıkları,
- KİTAPYURDU'nun yayinevi faaliyeti göstermeye başladıktan sonra kendisi tarafından basımı yapılan kitaplara öncelik verdiği ve söz konusu kitapların başka yayinevlerince basılı hallerini satışa kapattığı ya da çok yüksek iskonto uygulamaya çalıştığı,
- Kitaplarının anlaşmalı oldukları başka platformlarda daha düşük fiyatla satılması halinde KİTAPYURDU'nun ürünlerinin satışını durdurduğu ve kendilerine fiyatı düzeltmeleri konusunda baskı yaptığı, başka platformların

kendi kârlarından feragat ederek fiyat düşürmeleri durumunda bile bu baskıya devam edildiği,

- KİTAPYURDU ile ticari ilişkilerinin bulunduğu dönemde 20'ye yakın kitabın söz konusu teşebbüsün internet adresinde satışta olduğu, İDEFİX'te daha ucuza satılıyor olması nedeni ile kitap satışlarının durdurulduğu, tüketicinin söz konusu internet sitesi üzerinde ilgili ürünleri arattığında baskısının bittiği yönünde algıya kapıldığı

ifade edilmiştir.

(102) 23.09.2020 tarihinde (.....) yetkilisi (.....) ile yapılan görüşmede;

- KİTAPYURDU'nun pazarda isim yapmış eski bir teşebbüs olduğu ve düşük ciro lu yayınevleriyle çalışmadığı, ürün arama sisteminin bir algoritmaya dayandığı ve aratılan ürünün kendi yayınevlerince basılıyor olması halinde arama sonucunda kendi yayınevlerine ait ürünün "sponsorlu" olarak en üst sırada yer aldığı,
- İnternet üzerinden yapılan satışların toplam satışlar içerisindeki payının gün geçtikçe arttığı,
- Diğer satış platformları ile çalışırken iskonto oranlarını kendilerinin belirlediklerini, ancak KİTAPYURDU'nun satış şartlarını dikte ettiği, başka herhangi bir teşebbüs tarafından böyle bir baskı ile karşılaşmadıkları, belirtilen sebeplerle KİTAPYURDU ile çalışmama kararı aldıkları

ifade edilmiştir.

(103) 24.09.2020 tarihinde (.....) yetkilisi (.....) ile yapılan görüşmede özetle;

- E-ticaret sitelerinin son 8-10 yılda özellikle satış hacmi ve sektördeki konumları itibarıyla yükselişte oldukları, pandemiden önce Türkiye'de geleneksel kanalın toplam satışlar içerisindeki payının yaklaşık %80 olduğu, ancak 1 Nisan 2020 ile Haziran 2020 arasındaki satışların %80'inin internet üzerinden yapıldığı, hâlihazırda Eylül 2020 itibarıyla satılan ürünlerin tahmini olarak %40 ila %50 oranında internet üzerinden satıldığı ve fiziki mağaza üzerinden yapılan satışlarda düşüş yaşandığı, sektörde genel olarak Eylül-Ekim aylarında yükselişler yaşandığı, ancak 2015-2016 yılları ile karşılaştırıldığında sektörün düşüş eğiliminde olduğu,
- KİTAPYURDU, N11, TRENDYOL, BKM KİTAP, PANDORA, İDEFİX, BABİL, HEPSİBURADA gibi çevrim içi kanalların internet satışlarının yaklaşık %90'ını oluşturduğu,
- KİTAPYURDU'nun kendilerine karşı indirim konusunda herhangi bir baskılarının olmadığı, bunun sebebinin ciro anlamında yüksek hacimli bir teşebbüs olmalarından kaynaklandığı, ancak sektörde faaliyet gösteren (.....) gibi teşebbüslere baskı yaptıkları ve kitaplarını satışa kapattıkları yönünde duyumlar aldıkları,
- KİTAPYURDU'nun aynı zamanda yayıncılık alanında da faaliyetlerinin bulunduğu ve telifsiz eserleri bastığı, bu alanda daha çok düşük fiyatlı teşebbüsleri kendine rakip olarak gördüğü,
- KİTAPYURDU'nun çevrim içi satış kanalları içerisindeki payının iki sene öncesinde yaklaşık %40 civarında olduğunu tahmin ettikleri, bu süreç

içerisinde sektöre BKM KİTAP, AMAZON, TRENDYOL gibi rekabetçi teşebbüslerin giriş yaptığı ve mevcut durumda KİTAPYURDU'nun payının %40'ın altında olduğunu düşündükleri; BKM KİTAP ve AMAZON gibi teşebbüslerin lojistik anlamda daha iyi imkanlara sahip oldukları, AMAZON'un hizmet kalitesi yönü ile; BKM KİTAP'ın ise yenilikçi lojistik sistemi ile rakiplerinden olumlu anlamda ayrıştığı, söz konusu iki teşebbüsün pandemi döneminde her çeşit ürünü depolarında bulundurmaları ve ürünü dağıtımcıdan hızlı temin etmeleri nedeniyle tedarik sürecinde sıkıntı yaşamadıkları, rekabetin hissedilir şekilde yaşandığı bu büyüyen piyasadan KİTAPYURDU ve İDEFİX gibi teşebbüslerin daha düşük paylar alabildiği

ifade edilmiştir.

(104) 23.09.2020 tarihinde (.....) yetkilisi (.....) ile yapılan görüşmede özetle;

- Cirolarının %15'ni internet; %35'ini market; kalanını ise kitabevleri satışlarının oluşturduğu, Türkiye pazarı açısından da oranların yaklaşık olarak bu şekilde olduğu, ancak 2020 yılında yaşanan salgın sürecinde internet satışları oranının tahmini olarak %20'ye çıktığı, kitap türüne göre de internet ve geleneksel kanal payının değiştiği,
- İDEFİX, BKM KİTAP, BABİL, KİTAPYURDU, N11, AMAZON, HEPSİBURADA, TRENDYOL gibi çevrim içi kanalda satış yapan teşebbüslerin toplam internet satışlarının tahmini olarak %70-%80'ini oluşturduğu,
- KİTAPYURDU'nun çevrim içi kanalda faaliyet gösteren en büyük teşebbüs olduğu, sektörde uygulanan iskonto oranlarının çalışılan teşebbüse göre değişkenlik gösterdiği ve genel olarak %40 oranında olduğu; KİTAPYURDU'nun kendi yayınevleri olan KARBON KİTAPLAR'ın faaliyete başlaması ile birlikte özellikle klasik kitaplar kategorisinde %65 oranında iskonto verilmemesi halinde başka yayınevlerinin kitaplarını satışa kapattığı ya da satışa kapatmakla tehdit ettiği; bu baskıyı yaparken diğer platformlar ile kendi fiyatlarını karşılaştırma imkânı sağlayan bir programdan faydalandığı, özellikle klasik kitaplar kategorisinde sadece kendi yayınevinin ürününü satarak ürün çeşitliliğini azalttığı, sektörde faaliyet gösteren diğer teşebbüslerin böyle bir iskonto baskısı uygulamasının olmadığı,
- KİTAPYURDU'nun kendi satışları içindeki oranının %3 civarında olduğu; bu payın geçmişte daha yüksekken kendilerine yapılan iskonto baskısı sebebi ile bu orana düştüğü

ifade edilmiştir.

(105) 24.09.2020 tarihinde (.....) yetkilisi (.....) ile yapılan görüşmede özetle;

- KİTAPYURDU, BKM KİTAP, TRENDYOL, N11, HEPSİBURADA gibi teşebbüslerin toplam kitap satışlarından yaklaşık olarak %20-25 oranında pay aldığı, pandemi döneminde bu oranın %30-35 bandına ulaşmış olabileceği; KİTAPYURDU'nun internet satışlarının toplamından tahmini olarak %50 oranında pay aldığı, pazardaki toplam kitap satışlarının yaklaşık %60-65'ini sınav kitaplarının, %30-35'ini kültür kitaplarının oluşturduğu,
- Geleneksel kanal üzerinden yapılan satışların mekan kısıtı nedeni ile internet kanalına rekabetçi baskı yaratamayacağı, fiziki bir kitabevinin 20.000 ila 50.000 arasında kitap sergileyebileceği; çevrim içi kanalda faaliyet gösteren

bir teşebbüsün ise piyasada bulunan yaklaşık 350.000 kitabı portföyünde bulundurabileceği,

- KİTAPYURDU ile 2018 yılına kadar çalıştıkları ve satış oranlarının %10'unu oluşturduğu, ancak bu tarihten sonra piyasada çok agresif tavırlar sergilemeye başladığı; farklı internet siteleri üzerindeki indirimlerin daha yüksek olması halinde müdahalede bulunduğu, diğer teşebbüslerden indirim ve iskonto oranlarına yönelik herhangi bir müdahale ile karşılaşmadıkları,
- KİTAPYURDU'nun ayrıca KARBON KİTAPLAR isimli yayınevi ile bu alanda da faaliyete başladığı ve telifsiz kitaplar basmaya başladığı, telifsiz kitap satan diğer yayınevlerinden %60 oranında iskonto talep edildiği; bu talebin karşılanmaması halinde satışların durdurulduğu yönünde duyurular aldıkları,
- KİTAPYURDU'nun piyasada uzun zamandır var olması ve bilinirliğinin yüksek olması nedeni ile güçlü bir marka algısının olduğu; BKM KİTAP gibi fiziki satış kanalı bulunan güçlü rakiplerin pazarda tutunabildiği ancak kendisi ile rekabet etmenin reklam maliyetleri ve müşteri kitlesi oluşturabilme kapasitesi yönü ile zor olduğu, AMAZON'un piyasaya girişinin mevcut durumda büyük bir etki oluşturmadığı, ancak uyguladığı yıkıcı indirimler yolu ile ileriki dönemlerde daha büyük etki alanı oluşturacağını beklediği,
- KİTAPYURDU'nun pazardaki gücü sebebiyle kötü hizmet almasına rağmen kendisi ile çalışmaya devam eden yayınevlerinin olduğu, sahip olduğu güçlü marka algısı nedeni ile kendisiyle çalışmanın yayınevleri açısından bir zorunluluk olduğu

ifade edilmiştir.

(106) 23.09.2020 tarihinde (.....) yetkilisi (.....) ile yapılan görüşmede özetle;

- İnternet üzerinden yapılan satışlarda piyasadaki en büyük oyuncuların KİTAPYURDU, İDEFİX ve DR.COM.TR, BKM KİTAP ve KİTAPSEPETİ olduğu, bunlar dışında sektörde KİDEGA, KİTAP365, BABİL.COM, TRENDYOL, N11, HEPSİBURADA'nın da faaliyet gösterdiği, tahminlerine göre internet satışlarının yaklaşık %25-30'unun KİTAPYURDU üzerinden gerçekleştiği,
- Pandemi döneminde internet üzerinden yapılan satışların büyük artış gösterdiği, perakendeci olup internet satışına yönelen çok sayıda teşebbüsün olduğu, aynı zamanda Anadolu'da faaliyet gösteren perakendecilerin internet siteleri üzerinden mağaza açarak satış yapmaya başladığı,
- Yaklaşık 450 çeşit ürüne sahip oldukları, bunun 1/3'ünü çocuk kitaplarının, kalanını ise dünya klasiklerinin oluşturduğu, hâlihazırda KİTAPYURDU'nda yaklaşık 25 kitaplarının satışta olduğu ve kendileri ile fiyat politikası, iskonto oranları ya da satışların durdurulması/engellenmesi ile ilgili olarak sorun yaşamadıkları, internet üzerinden yapılan kitap satışlarında iskonto oranlarının yayınevinin finansal gücüne göre değişiklik gösterdiği,
- Kitaplarını daha çok fuarlar ya da AVM'ler olmak üzere geleneksel kanallar yolu ile satışa çıkardıkları, karlılık oranları daha yüksek olduğundan ve peşin ödeme usulü ile çalışıldığından geleneksel kanalı tercih ettikleri, internet üzerinden yapılan satışlarda ise vade olduğu; N11, İNKILAP, REMZİ, NEZİH, BKM KİTAP gibi platformların cirolarının küçük bir kısmını oluşturduğu

ifade edilmiştir.

- (107) Yukarıda yer verilen görüşme özetlerinden; bazı yayınevlerinin KİTAPYURDU ile olan ticari ilişkilerinde herhangi bir sorunla karşılaşmadıkları, bazı yayınevlerinin ise başvuru konusu iddialara benzer hususları dile getirdikleri anlaşılmaktadır.

I.7. Değerlendirme

- (108) KİTAPYURDU hakkındaki iddiaları aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür:

1. KİTAPYURDU'nun internet üzerinden kitap satışı gerçekleştirdiği www.kitapyurdu.com sitesinin sahip olduğu yüksek pazar payı avantajını kullanarak kendisine en yüksek iskontonun sunulmaması durumunda yayınevlerine ait kitapların satışlarını durdurması,
2. KİTAPYURDU'nun kendisine ait yayınevi olan KARBON KİTAPLAR'dan İrade Terbiyesi adlı kitabı yayımlaması akabinde EDİZ YAYINEVİ'nin yayımlamış olduğu İrade Terbiyesi adlı kitabın satışını durdurması,
3. KİTAPYURDU'nun satışa sunduğu kitapların farklı sitelerde daha düşük fiyata satılmasına izin vermemesi ve yayınevlerinden farklı satış sitelerinde gerçekleşen düşük fiyatlara müdahale etmesini talep etmesi.

- (109) Söz konusu iddialar aşağıda 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddesi kapsamında ele alınmaktadır.

I.7.1. 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesi Açısından Değerlendirme

- (110) Dosya konusu başvuruda ileri sürülen iddiaların odağında KİTAPYURDU'nun yayınevleri veya dağıtıcılar ile olan dikey ilişkisi çerçevesinde yayınevleri veya dağıtıcılara getirmeye çalıştığı kısıtlamalar bulunmaktadır. Bu nedenle, anılan kısıtlamaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir ihlale yol açabilecek nitelikte olup olmadığının değerlendirilmesi gerekmektedir.

- (111) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi "*Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.*" hükmünü haizdir. Diğer yandan, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında yer alan bazı dikey anlaşmalar, Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nde (2002/2 Sayılı Tebliğ) yer alan şartları taşımaları halinde Kanun'un 4. maddesinin uygulanmasından grup olarak muaf olmaktadır.

- (112) Bu çerçevede öncelikle, KİTAPYURDU'nun yayınevleri veya dağıtıcılar ile olan ilişkisinin değerlendirilmesi amacıyla KİTAPYURDU'ndan çalıştığı tüm yayınevleri ve/veya dağıtıcılar ile akdettiği ve yürürlükte bulunan sözleşmeleri talep edilmiştir. Ancak teşebbüs tarafından 2020 yılı itibarıyla 9.706 yayınevine ait ürünlerin satışının gerçekleştirildiği belirtilmesine rağmen Kuruma 44 adet sözleşme gönderilmiştir. Teşebbüs tarafından yayınevleri ya da dağıtıcıların hepsi ile yazılı sözleşme yöntemi ile çalışılmadığı, iş akış sürecinin çoğu kere sözlü sipariş ve faturalaşma ile sonlandırıldığı, ancak bazı tedarikçilerle de çerçeve sözleşmeler akdedildiği, yürürlükte olan sözleşmelerin teşebbüsün elinde bulunan nüshalarının gönderilenlerden ibaret olduğu bilgisi verilmiştir. Bu nedenle, teşebbüsün yayınevleri/dağıtıcılar ile akdettiği sözleşmelere ilişkin incelemeler gönderilen metinler üzerinden yapılmıştır. İlgili sözleşmelerin konusu aşağıdaki gibidir:

"2. SÖZLEŞMENİN KONUSU

İşbu sözleşmenin konusu, DAĞITICI'nın²⁵, sözleşmenin imza tarihinden itibaren sözleşme süresi içerisinde dağıtımını yapacağı ve hali hazırda yayınlanmış olan her türlü kitap, süreli yayın, müzik ve ses CD ve kasetleri, video CD, videokaseti ve DVD'leri (hepsi birlikte aşağıda "ÜRÜNLER" olarak anılacaktır) liste halinde MÜŞTERİ'ye²⁶ bildirmesi, MÜŞTERİ tarafından seçilen ve belirtilen adetteki ÜRÜNLER'i toptan ve perakende olarak aşağıda belirtilen oranlarda iskonto uygulayarak MÜŞTERİ'ye satması buna mukabil MÜŞTERİ'nin sözleşme konusu ÜRÜNLER'in bedelini ödemesi ve bu konudaki karşılıklı hak ve yükümlülüklerin belirlenmesidir."

- (113) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesine göre üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar dikey anlaşma olarak tanımlanmaktadır. KİTAPYURDU ile yayınevleri veya dağıtıcılarla akdedilen sözleşmelerin de kitap, süreli yayın, film ve müzik vb. ürünlerin yayınevi veya dağıtıcı tarafından KİTAPYURDU'na tedarik edilmesine ilişkin olduğu görülmektedir. Bu nedenle, KİTAPYURDU ile yayınevleri/dağıtıcılar arasında imzalanan sözleşme, üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arasında imzalanmış olma şartını taşıdığından bir dikey anlaşma niteliği taşımaktadır.
- (114) KİTAPYURDU ile yayınevleri veya dağıtıcılar arasındaki ilişkiler daha çok sözlü anlaşmalar çerçevesinde şekillenmektedir. Bununla birlikte, imzalanmış nüshası ibraz edilen sözleşmelerin iskonto oranlarına dair hükümlerine yer vermek faydalı olacaktır.

"5-MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER VE ÖDEME ŞARTLARI

5.1 DAĞITICI sözleşme konusu ÜRÜNLER'in her biri için tek bir üst fiyat (kitabın arka kapağında yazan fiyat) belirler ve MÜŞTERİ'ye bildirir. DAĞITICI, bu üst fiyat üzerinden MÜŞTERİ'ye Satış Sözleşmesi Ek 1'de yer alan YAYINEVLERİNDE iskontoları sözleşme süresi boyunca uygulayacaktır. İskonto oranları, tarafların ortak yazılı mutabakatları neticesinde arttırılıp, eksiltilebilir."

- (115) Yukarıda yer alan hükümlerden, KİTAPYURDU'nun sözleşme süresi²⁷ boyunca tarafların üzerinde uzlaşmaya vardığı bir iskonto oranı üzerinden ürünleri tedarik edeceği anlaşılmaktadır. Sözleşmelerde en yüksek iskonto oranının KİTAPYURDU'na sağlanacağına ilişkin bir hüküm bulunmadığı görülmektedir. Bununla birlikte, iskonto oranlarının tarafların ortak iradesi çerçevesinde süreç içerisinde değişebileceği belirtilmektedir. Keza (.....) tarafından da gerek fiziki ve çevrim içi kanaldan satış gerçekleştiren teşebbüslerin gerek dağıtıcıların zaman zaman iskonto oranlarının değiştirilmesine yönelik talepte bulunabildiği, bu taleplerin belirli bir satış noktasına özgü olmadığı, genel ve rutin talepler olduğu ifade edilmektedir.
- (116) Bu bilgiler çerçevesinde, yerinde incelemede elde edilen bulguların değerlendirilmesi sonucunda, KİTAPYURDU'nun bazı durumlarda sadece kendi satış fiyatı ve rakiplerinin satış fiyatını karşılaştırarak kendi fiyatının rakiplerine göre yüksek kalması durumunda kitapları daha ucuza satabilmek adına yayınevinden daha fazla iskonto talep ettiği, bazı durumlarda ise yayınevleri veya dağıtıcılar ile iletişime geçerek rakiplere uygulanan iskonto oranlarının kendisine de verilmesini veya rakiplere sağlanan kampanya koşullarının kendisine de uygulanmasını talep ettiği, talebinin karşılanmaması

²⁵ Yayınevi veya kitabın temin edileceği dağıtıcıyı temsil etmektedir.

²⁶ KİTAPYURDU'nu temsil etmektedir.

²⁷ Sözleşme süreleri bir yıl olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra tarafların sözleşmenin süresinin bitiminden 30 gün öncesinden yazılı bir bildirimle sözleşmenin devam etmeyeceğini bildirmemesi halinde sözleşme süresinin bir yıl daha uzayacağı ifade edilmektedir.

durumunda da kitapların satışını gerçekleştirilmemeyi tercih ettiği yönünde genel bir çıkarım yapılması mümkündür. Teşebbüs tarafından eylemlerine ilişkin olarak “çevrim içi kanalda kitapların liste fiyatı üzerinden değil iskontolu fiyatlar üzerinden satıldığı, KİTAPYURDU’nun da yüksek miktarlarda alım yapmasından ötürü piyasada uygulanan en yüksek iskontoyu alma motivasyonu ile hareket ettiği, tedarikçilerle de bu minvalde pazarlığın sürdürüldüğü, keza tedarikçilerin de sözlü ifadelerinin en yüksek iskontoyu KİTAPYURDU’na uyguladıkları yönünde olduğu, bu nedenle de KİTAPYURDU’nun rakiplerin satış fiyatları üzerinden ne kadar iskonto elde etmiş olduklarını takip ettiği” ifade edilmiştir. Bu çerçevede, KİTAPYURDU’nun yayınevleri veya dağıtıcılarla akdettiği sözleşmelerde yer almasa da uygulamada fiili olarak mümkün olduğu ölçüde “rakiplere verilen iskonto oranının kendisine de sağlanması ve/veya en yüksek iskontonun kendisine sağlanması” yönünde dikey bir kısıtlama getirmeye çalıştığı değerlendirilmektedir.

- (117) Rekabet hukuku açısından bakıldığında KİTAPYURDU’nun fiili uygulamalarının En Çok Kayrılan Müşteri (EKM) koşulu (*most favoured customer clause*) olarak adlandırılan uygulamalar çerçevesinde değerlendirilmesi mümkündür.
- (118) EKM koşulu sağlayıcı tarafından, diğer alıcılara önerilen daha uygun fiyat ve sözleşme koşullarının kayrılan alıcıya da önerilmesi yükümlülüğünü ifade etmektedir.²⁸ EKM koşulları birçok farklı şekil ve boyutta olabilmektedir. EKM koşulları alıcıya rakipleri ile aynı hüküm ve koşulları garanti eden eş EKM koşulu (*equal-to-MFN*) şeklinde ortaya çıkabileceği gibi alıcıya rakiplerine göre daha iyi hüküm ve koşulları garanti eden imtiyazlı EKM koşulu (*MFN-plus*) şeklinde de ortaya çıkabilmektedir²⁹. Bunun yanı sıra toptan seviyedeki EKM koşulu (*wholesale MFN*) ve perakende EKM koşulu (*retail MFN*) şeklinde de temel bir ayırım yapılabilmektedir.³⁰ Toptan EKM koşulu ve perakende EKM koşulu arasındaki esas fark koşuldan yararlanan müşteri grubundan kaynaklanmaktadır. Şöyle ki toptan EKM koşulu genellikle B2B (*business to business*), bir başka deyişle sağlayıcının perakende pazarında alıcı olmayan bir tarafa ürün veya hizmet sağlaması durumunda ortaya çıkmaktadır. Perakende EKM koşulu ise son tüketicinin ürün veya hizmete ilişkin fiyatı doğrudan yükümlendiği B2C (*business to consumer*) iş modelinde gerçekleşmektedir. Diğer taraftan, aynı zamanda platform EKM koşulu olarak da adlandırılan perakende EKM koşulunda, EKM tarafı alıcı son tüketiciye sunulacak fiyat ve koşullar için en avantajlı teklifi almakta böylece EKM koşulları tüketiciler üzerinde doğrudan etki doğurmaktadır.
- (119) Yukarıda yer alan bilgiler çerçevesinde, KİTAPYURDU’nun uygulamalarının zaman zaman imtiyazlı EKM zaman zaman da eş EKM koşuluna kayabildiğini belirtmek mümkündür. Bunun yanı sıra KİTAPYURDU’nun yayınevleri veya dağıtıcılardan tedarik ettiği iskontolu alış fiyatı üzerine belirli bir kar marjı koyarak ürünleri nihai tüketiciye satma yönünde bir iş modeli benimsediği göz önünde bulundurulduğunda EKM koşullarının toptan seviyede talep edildiği söylenebilecektir.
- (120) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz’da (Dikey Kılavuz) EKM koşuluna ilişkin aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

²⁸ GONZALEZ-DIAZ, F.E ve BENNETT, M. (2015), The Law and Economics of Most-Favoured Nation Clauses, Competition Law&Policy Debate, Vol.1, Issue:3, s.27

²⁹ ADIYAMAN, H. (2017), Rekabet Hukukunda Fiyat Parite Anlaşmaları: En Çok Kayrılan Ülke/Müşteri Koşulu, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, s. 8; SMITH S.W. (2013), When Most-Favored Is Disfavored: A Counselor’s Guide to MFNs, American Bar Association, Antitrust Vol:27, No:2, Spring 2013, s.10

³⁰ BOSTOEN, F. (2017), Most Favoured Nation Clauses: Towards an Assessment Framework Under EU Competition Law, *European Competition and Regulatory Law Review* 2017, Vol. 1(3), s.223

“EKM koşulunun kullanımı, rekabet açısından pazarda her zaman aynı sonuçları doğurmamaktadır. Bu koşulun pazardaki rekabete olumlu etki eden yönleri bulunmakla birlikte, rekabeti olumsuz yönde etkileyen tarafları da bulunmaktadır. Bu yüzden, EKM koşuluna ilişkin rekabet hukuku incelemelerinde, koşuldan yararlanan tarafın ve rakiplerin pazardaki konumuna, bu koşulun sözleşmeye ne amaçla konulduğuna, pazarın ve koşulun kendi karakteristik özelliklerine detaylı bir şekilde bakılması gerekmektedir. Bununla beraber, EKM koşulu içeren bir sözleşme ilke olarak, sözleşmede lehine bu koşul tesis edilen tarafın pazar payının %40’ı aşmadığı ve Tebliğ’de belirtilen diğer şartların sağlandığı durumda grup muafiyetinden yararlanabilir...”³¹

- (121) Dikey Kılavuz’da yer verildiği üzere, EKM koşulları lehine bu koşul tesis edilen tarafın pazar payına bağlı olarak 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanabilmektir. İşbu dosya kapsamında lehine EKM koşulu tesis edilen tarafın KİTAPYURDU olmasından ötürü KİTAPYURDU’nun çevrim içi perakende kitap satışı pazarındaki payına bakılması gerekmektedir. KİTAPYURDU’nda yapılan yerinde incelemede elde edilen belgelerden bu yöndeki uygulamalarına örnek teşkil edebilecek bulguların 2017 yılı itibarıyla başladığı ve 2020 yılında da devam ettiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle, KİTAPYURDU’nun 2016, 2017, 2018 ve 2019 yıllarındaki pazar payı önem kazanmaktadır.
- (122) Dosyadaki bilgilerden, 2016-2019 döneminde KİTAPYURDU’nun satış tutarları bakımından pazar payının yıllar itibarıyla (.....) seviyesinde; satış adetleri bakımından pazar payının yıllar itibarıyla (.....) ve (.....) seviyesinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, KİTAPYURDU’nun pazar payının 2002/2 sayılı Tebliğ’in öngördüğü pazar payı eşiğini aşmadığı anlaşılmaktadır.
- (123) Her ne kadar pazar payı ölçütü karşılanırsa da dikey anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamı dışına çıkaran durumlar söz konusu olabilmektedir. 2002/2 sayılı Tebliğ’in 4. maddesinde belirtildiği üzere, bu durumlar özellikle yeniden satış fiyatının belirlenmesi, bazı istisnalar haricinde müşteri veya bölge sınırlaması getirilmesi, seçici dağıtım sistemlerindeki bazı yasaklamalar ve pasif satış yasağı uygulamalarıdır. KİTAPYURDU ile yayınevleri ve dağıtıcılar arasındaki anlaşmalar bu bakımdan incelendiğinde, ilgili anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamı dışına çıkaracak herhangi bir düzenleme olmadığı görülmüştür.
- (124) Yukarıda yer verilen bilgiler ışığında, KİTAPYURDU’nun eylemlerinin EKM uygulamalarının ötesine geçtiğine dair herhangi bir hususun tespit edilemediği ve KİTAPYURDU’nun yayınevleri veya dağıtıcılarla olan dikey ilişkisinde EKM koşulu getirilmesine yönelik fiili uygulamalarının 2002/2 sayılı Tebliğ uyarınca grup muafiyetinden yararlandığı değerlendirilmektedir.

I.7.2. 4054 sayılı Kanun’un 6. Maddesi Kapsamında Yapılan Değerlendirme

- (125) Başvuruda; KİTAPYURDU’nun internet üzerinden kitap satışı gerçekleştirdiği www.kitapyurdu.com sitesinin sahip olduğu yüksek pazar payı avantajını kullanarak kendisine en yüksek iskontonun sunulmaması durumunda yayınevlerine ait kitapların satışlarını durdurarak yayınevlerinin faaliyetini zorlaştırdığı ve/veya satışa sunduğu kitapların farklı sitelerde daha düşük fiyata satılmasına izin vermediği gibi çeşitli eylemleri yoluyla hâkim durumunu kötüye kullandığı ileri sürülmektedir.
- (126) 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesi “*Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut*

³¹ Dikey Kılavuz, para 223.

başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması hukuka aykırı ve yasaktır.” şeklindedir. Herhangi bir teşebbüsün 4054 sayılı Kanun’un 6.maddesini ihlal ettiğinden bahsedebilmek için teşebbüsün ilgili ürün pazarında hâkim durumda bulunması ve eylemin rekabet hukuku anlamında kötüye kullanma teşkil etmesi şeklinde iki temel unsur birlikte aranmaktadır. Bu iki temel unsurdan birinin bulunmadığının açıkça gösterilebildiği durumlarda diğer unsura ilişkin analize yer verilmeyebilmektedir³².

1.7.2.1. Hâkim Durum Analizi

- (127) 4054 sayılı Kanun’un 3. maddesinde hâkim durum, “*Belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü*” olarak ifade edilmiştir. Tanımdan anlaşılacağı üzere, incelenen teşebbüsün hâkim durumda kabul edilebilmesi için asıl olarak rekabetçi baskılardan ne ölçüde bağımsız davranabildiği önem taşımaktadır. Bu doğrultuda hâkim durum değerlendirmesinde, teşebbüsün ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu (hâkim durumdaki teşebbüsün ve rakiplerin pazar payı, pazar paylarının yıllar içerisindeki seyri, rakiplerin sayısı vb.), pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri (yasal düzenlemeler, fikri ve sınai mülkiyet hakları, üstün teknoloji ve etkinlik, dikey bütünleşme, ana hammaddelere erişim, reklam, marka bilinirliği, ürün farklılaştırması, portföy gücü, finansal ve ekonomik güç vb.), alıcıların pazarlık gücü (teşebbüsün müşterilerinin büyüklüğü, alternatif temin kaynakları, kendi arzını yaratma imkanı vb.) unsurları dikkate alınmaktadır.
- (128) Dosya özelinde ilgili ürün pazarı “çevrim içi perakende kitap satışı pazarı”, ilgili coğrafi pazar ise “Türkiye” olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede, Kılavuz’da yer alan hususlar dikkate alınarak KİTAPYURDU’nun ilgili pazarda hâkim durumda bulunup bulunmadığına yönelik değerlendirmelere aşağıda yer verilmiştir.
- (129) Kılavuz’da, incelenen teşebbüsün ilgili pazardaki konumunun birincil göstergesinin teşebbüsün sahip olduğu pazar payı olduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla teşebbüs ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu değerlendirilirken ilk olarak söz konusu aktörlerin pazar paylarının tespit edilmesi gerekmektedir. Esasen bir teşebbüsün hâkim durumda bulunduğu dair delil teşkil eden belirli bir pazar payı eşiği yoktur. Bununla birlikte, aksini gösterecek bir durum söz konusu değilse, Kurulun yerleşik uygulaması ve ilgili Kılavuz kapsamında %40’ın altında pazar payına sahip olan teşebbüslerin hâkim durumda olma ihtimalinin düşük olduğu kabul edilmekte, bu düzeyin üzerindeki pazar payına sahip olan teşebbüsler bakımından ise daha detaylı bir incelemeye gidilmektedir.
- (130) Kurulun yakın tarihli D&R kararlarında da ifade edildiği üzere çevrim içi kanal üzerinden kitap satışı gerçekleştiren teşebbüslerin sayısı tam olarak tespit edilememektedir. Bu durum da çevrim içi perakende kitap satışı pazarının büyüklüğünün tam anlamıyla bilinmemesine neden olmaktadır. Bu nedenle, toplam pazar büyüklüğünün tespit edilebilmesi adına önaraştırma sürecinde TÜRKYAYBİR’den çevrim içi kanal üzerinden gerçekleştirilen kitap satışlarının tahmini pazar büyüklüğü talep edilmiştir. Bunun yanı sıra gerek sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerden gerek yayınevlerinden çevrim içi kanalda kitap satışı gerçekleştiren teşebbüslerin unvanları talep edilmiş ve mümkün olduğu kadar fazla teşebbüse ulaşılarak kapsamlı bir pazar büyüklüğü oluşturulmaya çalışılmıştır. Aşağıdaki tabloda ilk etapta TÜRKYAYBİR tarafından tahmin edilen pazar büyüklüğü doğrultusunda KİTAPYURDU’nun pazar paylarına yer verilmektedir.

³² Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz (Kılavuz), para. 7.

Tablo-5: TÜRKİYAYBİR'in Tahmini Pazar Büyüklüğü Doğrultusunda KİTAPYURDU'nun Pazar Payları³³

Veri	2016	2017	2018	2019	2020 (30.06.2020 İtibarıyla)
KİTAPYURDU'nun Kitap Satış Adetleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TÜRKİYAYBİR Tahmini Pazar Büyüklüğü	56.951.354	54.872.759	75.727.478	95.641.670	52.815.005
Satış Adetleri Bakımından Pazar Payı (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KİTAPYURDU'nun Kitap Satış Tutarı (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TÜRKİYAYBİR Tahmini Pazar Büyüklüğü (TL)	701.256.035	716.621.880	1.291.614.250	1.851.653.124	1.250.326.828
Satış Tutarı Bakımından Pazar Payı (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: KİTAPYURDU ve TÜRKİYAYBİR'den Elde Edilen Bilgiler

- (131) Yukarıda yer alan tablodan görüldüğü üzere, TÜRKİYAYBİR tarafından tahmin edilen pazar büyüklüğüne göre KİTAPYURDU'nun satış adetleri bakımından pazar payı 2016 ila 2020 yılının Haziran ayı itibarıyla (.....) ve (.....) seviyesinde; satış tutarı bakımından (.....) ve (.....) seviyesinde gerçekleşmiştir.
- (132) Aşağıdaki tablolarda ise önaraştırma sürecinde talep edilen bilgiler doğrultusunda hazırlanan ve 2016 ila 2020 yılının ilk 6 aylık dönemi itibarıyla KİTAPYURDU'nun ve rakiplerinin elde ettikleri pazar paylarına yer verilmektedir. Pazar paylarının hesaplanması esnasında hem fiziki hem çevrim içi satış kanalı bulunan TURKUVAZ, ARKADAŞ, NEZİH, BKM KİTAP, PANDORA vb. teşebbüslerin sadece çevrim içi kanaldan gerçekleştirdikleri satışlar dikkate alınmıştır.

Tablo-6: Kitap Satış Tutarları (TL) Bakımından Pazar Payları(%)

Teşebbüsler	2016	Pazar Payı	2017	Pazar Payı	2018	Pazar Payı	2019	Pazar Payı	2020	Pazar Payı
									(30.06.2020 İtibarıyla)	
KİTAPYURDU	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TURKUVAZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KİTAPSEÇ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİBURADA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
N11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BKM KİTAP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

³³ KİTAPYURDU'nun verileri www.kitapyurdu.com ve www.kitapbulut.com adlı internet siteleri üzerinden gerçekleştirdiği satışların toplamını temsil etmektedir.

Tablo 6'nın devamı

Teşebbüsler	2016	Pazar Payı	2017	Pazar Payı	2018	Pazar Payı	2019	Pazar Payı	2020 (30.06.2020 İtibarıyla)	Pazar Payı
GİTTİGİDİYOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARASTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
34KİTAPSEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
APERATİF KİTAP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AMAZON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KİDEGA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EPTT AVM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PANDORA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ³⁵	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KİTAPZEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KOALA KİTAP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NOBEL KİTAP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KİTAP365	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	231.246.591	100	339.593.668	100	508.964.878	100	822.452.546	100	698.010.617	100

Kaynak: Dosya kapsamında teşebbüslerden elde edilen bilgiler

Tablo-7: Kitap Satış Adetleri Bakımından Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2016	Pazar Payı	2017	Pazar Payı	2018	Pazar Payı	2019	Pazar Payı	2020	Pazar Payı
KİTAPYURDU	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TURKUVAZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KİTAPSEÇ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİBURADA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BKM KİTAP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
N11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
APERATİF KİTAP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KİTAPSEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARASTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

³⁴ PENGUEN (www.ilknokta.com), KİTAPSAN, ÇİÇEKSEPETİ, NEZİH ve PLAK KİTAP verilerini içermektedir.

³⁵ PENGUEN (www.ilknokta.com), KİTAPSAN, ÇİÇEKSEPETİ, NEZİH ve PLAK KİTAP verilerini içermektedir.

Tablo 7'nin devamı

Teşebbüsler	2016	Pazar Payı	2017	Pazar Payı	2018	Pazar Payı	2019	Pazar Payı	2020	Pazar Payı
TRENDYOL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KİDEGA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AMAZON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GİTTİGİDİYOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KİTAPZEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EPTT AVM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KOALA KİTAP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PANDORA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KİTAP365	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NOBEL KİTAP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ³⁶	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Pazar Büyüklüğü	19.267.510	100	25.858.068	100	35.368.690	100	49.353.289	100	35.334.976	100

Kaynak: Dosya kapsamında teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (133) Sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerden elde edilen bilgiler doğrultusunda hazırlanan tablolardan, 2016 yılı ila 2020 yılının ilk altı ayı itibarıyla KİTAPYURDU'nun kitap satış tutarları bakımından pazar payının yıllar itibarıyla (.....) ve (.....) olduğu; satış adetleri bakımından pazar payının ise yıllar itibarıyla (.....) ve (.....) olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra söz konusu veriler KİTAPYURDU'nun tüm verilerini içermekte, ancak pazarın bütününe kapsamamaktadır. Dolayısıyla pazarın tamamı dikkate alındığında söz konusu pazar paylarının bir miktar daha düşeceğini belirtmek mümkündür. Bu çerçevede, KİTAPYURDU'nun pazar payının incelenen tüm dönemler boyunca %40 eşiğinin altında kaldığı anlaşılmaktadır.
- (134) Hâkim durum değerlendirmesinde incelenen teşebbüsün sahip olduğu pazar payının yanı sıra bu pazar payının zaman içerisindeki istikrarı, ilgili pazarda faaliyet gösteren rakiplerin sayısı ve pazar payları da dikkate alınmaktadır.³⁷ Zira incelenen teşebbüsün pazar payı ne kadar yüksekse ve istikrarlıysa; incelenen teşebbüsün pazar payı ile rakiplerinin pazar payları arasındaki fark ne kadar büyükse ve istikrarlıysa mevcut rakiplerin incelenen teşebbüs üzerinde rekabetçi baskı yaratma olasılığı o kadar azalacaktır³⁸.

³⁷ Dosyada yer verilen bilgilere göre, TÜRKAYBİR tarafından tahmin edilen verilere göre hesaplanan pazar paylarının yanıltıcı olabileceği kanaati olduğundan ve önaraştırma sürecinde yayınevleri ile yapılan görüşmelerde KİTAPYURDU, BKM KİTAP, ARASTA, N11, TRENDYOL, HEPSİBURADA, KİTAP SEPETİ ve AMAZON üzerinden gerçekleştirilen satışların toplam pazarın tahmini olarak %70 ila %90'ını oluşturduğu, dolayısıyla önaraştırma sürecinde pazarın önemli bir kısmına yönelik bilgilerin elde edildiği bilgisinden hareketle KİTAPYURDU ve rakiplerinin pazardaki konumu KİTAPYURDU ve rakiplerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda hesaplanan pazar paylarına göre yapılmıştır.

³⁸ Kılavuz, para.13

- (135) Dosya özelinde bakıldığında ilk olarak çevrim içi perakende kitap satışı pazarının çok oyunculu bir yapıya sahip olduğunun belirtilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, pazarda öne çıkan oyuncuların varlığı yadsınamayacaktır. Kitap satış tutarları bakımından hesaplanan pazar paylarına göre 2016 yılı itibarıyla TURKUVAZ'ın pazar lideri olduğu, KİTAPYURDU'nun ikinci sıradaki oyuncu olduğu, ancak iki teşebbüs arasındaki pazar payı arasında kayda değer ölçüde fark bulunmadığı görülmektedir. Bunun yanı sıra KİTAPYURDU'nun 2017 yılında pazar liderliğini ele geçirdiği anlaşılmakla birlikte 2017 yılı ila 2020 yılının ilk 6 ayı itibarıyla en yakın rakibi TURKUVAZ ile arasındaki farkın sırasıyla yaklaşık (.....) puan seviyesinde olduğu ve ilgili yıllarda her iki teşebbüsün de pazar payı kaybettiği anlaşılmaktadır.
- (136) Kitap satış adetleri bakımından hesaplanan pazar payları açısından da neredeyse benzer bir durumla karşılaşılmaktadır. İlgili değişken bakımından KİTAPYURDU'nun tüm dönemlerde pazar lideri olduğu görülmekle birlikte 2016-2018 döneminde en yakın rakibi TURKUVAZ ile arasındaki farkın sırasıyla yaklaşık (.....) ve (.....) puan civarında olduğu; 2019 ila 2020 yılının ilk 6 ayında en yakın rakibi KİTAPSEÇ ile arasındaki farkın (.....) ve (.....) puan seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu çerçevede, gerek kitap satış tutarları gerek kitap satış adetleri bakımından KİTAPYURDU'nun rakipleri ile arasında önemli ölçüde farklılık bulunmadığı, özellikle TURKUVAZ ve KİTAPSEÇ'in KİTAPYURDU üzerinde rekabetçi baskı yaratabileceği değerlendirilmektedir.
- (137) KİTAPYURDU ve rakipleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi noktasında TURKUVAZ'ın durumuna ayrıca değinilmesi gerekmektedir. TURKUVAZ 1996 yılında pazara giriş yapmış olup teşebbüs hem fiziki satış noktasından hem de www.dr.com.tr ve www.idefix.com.tr üzerinden satışlarını gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla teşebbüsün uzun senelerdir fiziki satış noktası olarak da hizmet vermesinden ötürü marka bilinirliği oldukça yüksektir. Zira 2018 yılının Eylül ayında yapılan bir araştırmaya göre tüketicilere verilen 29 markalık listeden kitap alanında hizmet verdiklerini bildikleri e-ticaret markalarını seçmelerini istendiğinde D&R'in %80,10 bilinirlik oranı ile birinci, KİTAPYURDU'nun %76,40 bilinirlik oranı ile ikinci sırada olduğu belirtilmektedir. Ayrıca araştırmaya katılanlara kitap alışverişi kategorisinde akıllarına gelen ilk marka sorulduğunda KİTAPYURDU'nun %35,46 oranında akla gelen ilk marka olduğu, TURKUVAZ grubuna ait D&R'in %29,34 ile ikinci marka olduğu, D&R'i ise %7,02 oranı ile yine TURKUVAZ grubuna ait İDEFIX'in takip ettiği ifade edilmektedir.³⁹ Bu çerçevede, TURKUVAZ'ın gerek KİTAPYURDU ile yakın seyreden pazar payı gerekse marka bilinirliği ile KİTAPYURDU üzerinde önemli derecede rekabetçi baskı oluşturduğu değerlendirilmektedir.
- (138) Hâkim durum analizi bakımından altı çizilmesi gereken bir diğer husus KİTAPYURDU'nun 2016 ila 2020 yılının ilk 6 ayı itibarıyla pazar payında istikrar bulunmadığı, teşebbüsün pazar payının genel itibarıyla düşüş eğiliminde olduğudur. Zira 2016 yılından 2019 yılına kadar geçen dönemde teşebbüsün satış tutarları bakımından (.....) puan, satış adedi bakımından (.....) puan pazar payı kaybettiği görülmektedir. 2020 yılının ilk 6 ayı ile kıyaslandığında ise bu farklar (.....) ve (.....) puan seviyesine çıkmaktadır. KİTAPYURDU'na benzer şekilde TURKUVAZ'ın da pazar payının düşüş eğiliminde olduğu görülmektedir. Pazardaki en büyük iki oyuncunun pazar payında gerçekleşen bu düşüşün sebebinin genel itibarıyla HEPSİBURADA, N11 ve BKM KİTAP'ın, dönem dönem ise KİTAPSEÇ'in pazar payında gerçekleşen artıştan kaynaklandığını belirtmek mümkündür. Önaraştırma sürecinde BKM KİTAP'tan satış tutarı bakımından 2019 yılında pazar payında gerçekleşen (.....) katı büyümeye yönelik

³⁹ Twentify, Çevrim İçi Alışverişte Tüketici Davranışları Araştırması ve Marka Karşılaştırması, Türkiye'de E-ticaret, s.68 ve 69

açıklama talep edilmiş olup teşebbüs tarafından fiziki nokta satışının yanında 2019 yılı içinde e-ticaret sistemine yazılım desteği gerçekleştirildiği, bunun yanı sıra personel desteği ve internet satışı için depo desteği ile birlikte satış hacminin artırılmasının hedeflendiği ve hedefin gerçekleştirilebildiği belirtilmiştir. Keza (.....) ile yapılan görüşmede de BKM KİTAP'ın yenilikçi lojistik sistemi ile rakiplerinden olumlu anlamda ayrıştığı bilgisi verilmiştir.

- (139) KİTAPYURDU'nun kategori odaklı faaliyet gösteren rakipleri dışındaki rakipleri olan HEPSİBURADA ve N11'in durumlarına da değinmek gerekmektedir. Kitap satış tutarları bakımından hesaplanan pazar paylarına göre HEPSİBURADA 2016 yılından 2019 yılına kadarki dönemde pazar payını yaklaşık (.....) puan; N11 ise (.....) puan artırmıştır. 2020 yılının ilk 6 ayı itibarıyla kıyaslandığında HEPSİBURADA'nın yaklaşık (.....) puan, N11'in ise (.....) puanlık bir artış yakaladığı görülmektedir. Kitap satış adetleri açısından bakıldığında ise 2016 yılından 2019'a kadar HEPSİBURADA'nın yaklaşık (.....) puan; N11'in (.....) puanlık bir artış yakaladığı, 2020 yılının ilk 6 ayı itibarıyla kıyaslandığında ise HEPSİBURADA'nın artış oranının yaklaşık (.....) puan, N11'in artış oranının yaklaşık (.....) puan olduğu görülmektedir. Bu çerçevede, teşebbüslerin yaklaşık 5 yıllık dönemde önemli bir ivme yakaladığını belirtmek mümkündür. Bunun yanı sıra adı geçen teşebbüsler kıyafet, kozmetik, küçük ev aletleri, beyaz eşya, tüketici elektroniği, temizlik aletleri, araç aksesuarları olmak üzere çok geniş bir ürün skalasına sahiptir. Teşebbüslerin bu genişlikte bir ürün portföyüne sahip olmalarının tüketicilere farklı ihtiyaçlarını aynı anda karşılayan bir sepet oluşturma avantajı sunmasının kitap kategorisi açısından da tercih edilebilir olmalarını sağladığı anlaşılmaktadır. Nitekim 2018 yılının Eylül ayında yapılan bir araştırmaya göre, kitap kategorisindeki e-ticaret markalarının bilinirlik oranında HEPSİBURADA %55,61'lik oran ile üçüncü sırada, N11 ise %49,62'lik oran ile beşinci sırada yer almaktadır.
- (140) Son olarak 2018 yılının Eylül ayında AMAZON'un pazara giriş yaptığını belirtmek gerekmektedir. Teşebbüs pazara girişinin ardından yaklaşık iki yıllık sürede kitap satış tutarı bakımından (.....), satış adedi bakımından (.....) pazar payı elde etmiştir. Öneraştırma sürecinde yayınevleri ile yapılan görüşmelerde; AMAZON'un lojistik ve tedarik anlamında rakiplerinden daha iyi imkânlarla sahip olduğu ve uyguladığı indirimler yoluyla ilerleyen dönemlerde piyasada daha büyük bir etki alanı oluşturmasının beklendiği bilgisi edinilmiştir.
- (141) Yukarıda yer verilen bilgi ve değerlendirmeler çerçevesinde; sektörde faaliyet gösteren oyuncu sayısı, KİTAPYURDU'nun pazar payı ve rakiplerinin pazardaki konumu dikkate alındığında, KİTAPYURDU'nun çevrim içi perakende kitap satışı pazarında rakipleri ve müşterilerinden bağımsız şekilde hareket etmesini sağlayacak bir pazar gücüne sahip olmadığı, bu nedenle de hâkim durumda olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (142) Bu durum hâkim durumun kötüye kullanılması başlığı altında değerlendirilebilecek iddiaların da geçersiz olmasını beraberinde getirmektedir. Nitekim KİTAPYURDU'nun pazara ilişkin iktisadi parametreleri rakiplerinden bağımsız bir şekilde belirlediğini iddia etmek mümkün görünmemektedir. Bununla birlikte, söz konusu iddialar "kötüye kullanma" durumu açısından aşağıda değerlendirilmiştir.

1.7.2.2. KİTAPYURDU'nun İrade Terbiyesi Adlı Kitabın Satışını Durdurduğu İddiasına Yönelik Değerlendirme

- (143) Dosya kapsamındaki iddialardan birisi KİTAPYURDU'nun aynı ekonomik bütünlükte bulunduğu KARBON KİTAPLAR markasıyla İrade Terbiyesi kitabını yayımlaması akabinde EDİZ YAYINEVİ tarafından yayımlanan aynı kitabın satışını durdurarak hâkim durumunu kötüye kullandığıdır.

- (144) Dosyadaki bilgilere göre KİTAPYURDU şikâyet konusu kitabı doğrudan EDİZ YAYINEVİ'nden değil dağıtımıcılardan temin etmektedir. KİTAPYURDU 2019 yılının Eylül ayına kadar kitabı ALEM KİTAP, ARASTA ekonomik bütünlüğü içerisinde bulunan EMEK KİTAP ve MİKYAS KİTAP'tan temin etmiştir. 06.09.2019 tarihinde ise KİTAPYURDU şikâyetçinin anlaşmalı olduğu dağıtıcısı olan MERCAN KİTAP'tan ürünü tedarik etmeye başlamıştır.
- (145) Yerinde incelemelerde EDİZ YAYINEVİ tarafından iddia edilen hususları destekleyen herhangi bir bulguya ulaşılamamıştır. Bununla birlikte, kitabın temin sürecine ilişkin bazı belgeler elde edilmiş olup bu belgelere önceki bölümlerde yer verilmiştir. Bulgu-21'de özetlenen e-postalardan 2019 yılı içerisinde KİTAPYURDU Satın Alma Sorumlusu (.....) tarafından ilgili dönemlerde çalışılan tedarikçilerle sürekli temas halinde bulunduğu ve bu e-postaların içeriğinden EDİZ YAYINEVİ tarafından yayımlanan İrade Terbiyesi isimli kitabın temininde gecikmeler yaşandığı görülmektedir. Yine Bulgu-22'de 03.01.2020 tarihinde (.....) tarafından kitabın dağıtıcısı MERCAN KİTAP'a gönderilen e-postada KİTAPYURDU'nun ilgili kitaba yönelik güncel ihtiyacının 294 adet olduğu, 64 adet kitabın ise sipariş alınmasına rağmen temin edilemediği ve bu kitapların dört gün gecikmede olduğu anlaşılmaktadır. 13.05.2020 tarihli e-postayı gösteren Bulgu-23'te (.....) tarafından MERCAN KİTAP'a içerisinde EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi kitabının da bulunduğu bir liste iletilerek "BUNLAR BU GÜN GELECEK Mİ?" sorusunun yöneltildiği görülmektedir. Yerinde incelemede söz konusu e-postaya MERCAN KİTAP tarafından ne cevap verildiğine yönelik herhangi bir bulguya ulaşılamamış olmakla birlikte kitabın KİTAPYURDU tarafından temin edilmeye çalışıldığı söylenebilecektir. Şikâyetçinin iddiası temel olarak KİTAPYURDU'nun kendi yayınevi olan KARBON KİTAPLAR'dan İrade Terbiyesi isimli kitabı yayımlaması akabinde şikâyetçiye ait kitabın satışını durdurduğudur. Adı geçen kitap KARBON KİTAPLAR tarafından 14.05.2020 tarihinde yayımlanarak satışa sunulmuştur. Bu çerçevede, EDİZ YAYINEVİ ve KARBON KİTAPLAR tarafından yayımlanan İrade Terbiyesi isimli kitabın 01.01.2020-30.09.2020 tarih aralığında KİTAPYURDU üzerinden gerçekleştirilen satış miktarları incelenmiştir. Aşağıdaki tabloda bu bilgilere yer verilmektedir.

Tablo-8: KARBON KİTAPLAR ve EDİZ YAYINEVİ Tarafından Yayımlanan İrade Terbiyesi Kitabının KİTAPYURDU Aracılığıyla Gerçekleşen Satış Miktarları (Adet)

Kitap	Yayınevi	Dönem	Satış Miktarı
İrade Terbiyesi	Ediz Yayınevi	Ocak 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Ediz Yayınevi	Şubat 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Ediz Yayınevi	Mart 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Ediz Yayınevi	Nisan 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Ediz Yayınevi	Mayıs 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Karbon Kitaplar	Mayıs 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Ediz Yayınevi	Haziran 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Karbon Kitaplar	Haziran 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Ediz Yayınevi	Temmuz 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Karbon Kitaplar	Temmuz 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Karbon Kitaplar	Ağustos 2020	(.....)
İrade Terbiyesi	Karbon Kitaplar	Eylül 2020	(.....)

Kaynak: KİTAPYURDU'ndan Elde Edilen Bilgiler

- (146) Yukarıda yer alan tablodan görüldüğü üzere, EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi kitabının satış miktarları Mayıs 2020 döneminde Nisan ayına kıyasla düşmekte, Mayıs ayından sonraki dönemlerde ise belirgin bir düşüş göstermektedir. Öneri araştırma sürecinde söz konusu durumun sebebi KİTAPYURDU'na sorulmuş olup teşebbüs tarafından gönderilen cevapta kitap satışlarındaki düşüşün sebebinin sadece İrade Terbiyesi kitabına mahsus olmadığı, pandemi döneminde birçok yayınevinin

KİTAPYURDU'nun tedarik taleplerini karşılayamadığı, tedarik sıkıntısı yaşanan yayınevlerinin ürün bulunamaması nedeniyle sistemsel olarak kapatıldığı bilgisi verilmiştir⁴⁰. Bu çerçevede EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi kitabı için de Mayıs 2020 döneminde 15 gün, Haziran-Temmuz-Ağustos 2020 dönemlerinde ise 30 gün boyunca "SATIŞ VAR (Geçici Olarak Temin Edilemiyor)" uyarısının verildiği ifade edilmiştir. Teşebbüs tarafından pandemi döneminde kitap satışlarının genel olarak düştüğüne yönelik olarak aşağıdaki tablo sunulmuştur.

Tablo-9: KİTAPYURDU Tarafından Ocak-Temmuz 2020 Döneminde Gerçekleştirilen Kitap Satış Miktarları

Dönem	Satış Miktarı (Adet)
Ocak 2020	(.....)
Şubat 2020	(.....)
Mart 2020	(.....)
Nisan 2020	(.....)
Mayıs 2020	(.....)
Haziran 2020	(.....)
Temmuz 2020	(.....)

Kaynak: KİTAPYURDU'ndan Elde Edilen Bilgiler

- (147) KİTAPYURDU tarafından söz konusu hususların belirtilmesinden ötürü önaraştırma döneminde kitabın dağıtıcısı MERCAN KİTAP'tan pandemi döneminde tedarik sürecinde herhangi bir aksama yaşanıp yaşanmadığı konusunda bilgi talep edilmiştir. Cevap yazısında; pandemi döneminde resmi tatiller, yasal kısıtlamalar ve pazar günleri haricinde normal çalışma düzenine devam edildiği ve ürünle alakalı herhangi bir tedarik sıkıntısı yaşanmadığı belirtilmiştir. Dolayısıyla KİTAPYURDU'nun iddia ettiği şekilde kitabın tedarik sıkıntısı olmasından ötürü satışa kapatıldığı yönünde net bir bilgiye ulaşılamamıştır. Bu nedenle, EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi adlı kitabın alternatif kanallardaki satış durumunu tespit edebilmek adına KİTAPYURDU'nun rakibi olan TURKUVAZ ve HEPSİBURADA aracılığıyla gerçekleştirilen satış miktarları incelenmiştir. Aşağıdaki tabloda söz konusu satış miktarlarına yer verilmektedir.

Tablo-10: EDİZ YAYINEVİ'ne Ait İrade Terbiyesi Kitabının TURKUVAZ ve HEPSİBURADA'dan Gerçekleşen Satış Miktarları (Adet)

Kitap	Dönem	TURKUVAZ	HEPSİBURADA
İrade Terbiyesi	Ocak 2020	(.....)	(.....)
İrade Terbiyesi	Şubat 2020	(.....)	(.....)
İrade Terbiyesi	Mart 2020	(.....)	(.....)
İrade Terbiyesi	Nisan 2020	(.....)	(.....)
İrade Terbiyesi	Mayıs 2020	(.....)	(.....)
İrade Terbiyesi	Haziran 2020	(.....)	(.....)
İrade Terbiyesi	Temmuz 2020	(.....)	(.....)
İrade Terbiyesi	Ağustos 2020	(.....)	(.....)
İrade Terbiyesi	Eylül 2020	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgiler

- (148) Yukarıda yer alan tablodan Ocak 2020-Mayıs 2020 döneminde EDİZ YAYINEVİ'ne ait İrade Terbiyesi kitabının TURKUVAZ ve HEPSİBURADA üzerinden gerçekleşen satış miktarının KİTAPYURDU üzerinden gerçekleşen satış miktarının yaklaşık yarısı kadar olduğu, dolayısıyla yayınevinin sadece bu iki teşebbüs kanalıyla dahi önemli ölçüde satış gerçekleştirebildiği, satışların KİTAPYURDU'nun kitabı satışa kapattığı Mayıs 2020 döneminden sonra da devam ettiği görülmektedir. Bununla birlikte, Mayıs 2020 döneminden sonra kitabın TURKUVAZ ve HEPSİBURADA'daki satış miktarlarında da bir

⁴⁰ Önaraştırma sürecinde görüşme yapılan (.....) tarafından da KİTAPYURDU'nun pandemi döneminde tedarik sıkıntısı yaşadığı, hatta bir dönem tüm siteyi satışa kapattığı bilgisi verilmiştir.

düşüş gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Ancak söz konusu düşüş kitabın popülaritesinin azalmasından kaynaklanabileceği gibi KİTAPYURDU'nun KARBON KİTAPLAR'dan aynı kitabı yayımlamasından ötürü talebin farklı bir yayınevine ait ürüne kaymasından da kaynaklanabilecektir. Bunun yanı sıra söz konusu kitap telifsiz bir eser olup pazarda Spesifik Yayınları, Akis Kitap, Flipper Yayıncılık, Morena Yayınevi, Koridor Yayıncılık, Muhayyel Yayınevi ve Dorlion Yayınevi olmak üzere birçok yayınevi tarafından yayımlanmıştır. Bu çerçevede, şikâyetçinin alternatif kanallardan da kitabının satışını gerçekleştirebildiği ve 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde bir kötüye kullanmanın bulunmadığı değerlendirilmektedir.

I.7.2.3. KİTAPYURDU'nun Satışa Sunduğu Kitapların Farklı Sitelerde Daha Düşük Fiyata Satılmasına İzin Vermediği ve Yayınevlerinden Farklı Satış Sitelerinde Gerçekleşen Düşük Fiyatlara Müdahale Etmesini Talep Ettiği İddiasına Yönelik Değerlendirme

- (149) Başvuru konusu iddialardan bir diğeri KİTAPYURDU'nun internet sitesinde satışa sunduğu kitapların farklı sitelerde daha düşük fiyata satılması halinde yayınevlerinden bu fiyatlara müdahale etmesini talep ettiği'dir. Yerinde incelemede söz konusu iddiaya yönelik olabilecek bazı belgeler elde edilmiştir.
- (150) Bulgu-24, Bulgu-25, Bulgu-26, Bulgu-31, Bulgu-34, Bulgu-35 ve Bulgu-36 KİTAPYURDU'nun iç yazışmalarıdır. İlgili e-postalardan KİTAPYURDU'nun kendi sitesinde satışa sunulan bir kitabın rakip teşebbüse ait internet sitesinde daha ucuz fiyata satılmasından ötürü KİTAPYURDU'nun yayınevleri veya kitapların dağıtıcıları ile iletişime geçtiği anlaşılmaktadır. Bulgu-24'te yer alan *"satıcıyı arayıp uyaracaklarını söylediler."*, Bulgu-25'te yer alan *"Firma ile görüştüm farklı bir indirim vermediklerini, düzeltmeleri için arayacaklarını söylediler"*, Bulgu-26'da yer alan *"(.....) Beyle görüşüp, düzeltmelerini söyleyeceğim dedi"*, Bulgu-31'de yer alan *"Bu konuyu en kısa zamanda Bkm Kitap'a gidip, konuşacaklarımış"*, Bulgu-34'te yer alan *"Tedarikçiyi aradım. Bkm ye müdahale edecekler."*, *"Genel dağıtıcısını bilgilendirdim, Hepsiburadaya müdahale edecek."* ve Bulgu-36'da yer alan *"(.....) iletişime geçip, %45 ile satılmasını engelleyecekler"* ifadelerinden yayınevlerinin veya dağıtıcıların KİTAPYURDU'nun kendilerine yaptığı uyarı neticesinde rakip çevrim içi satış kanalları ile iletişime geçeceği ve satış fiyatlarına ilişkin görüşmeler yapacağı izlenimi edinilmektedir. Bu nedenle, önaraştırma sürecinde bulgularda adı geçen bazı teşebbüslerle görüşmeler yapılmıştır;
- Bulgu-24'te adı geçen (.....) ile yapılan telefon görüşmesinde; KİTAPYURDU ile uzun yıllar boyunca çalıştıkları ancak fiyatlar konusunda herhangi bir müdahaleyle karşılaşmadıkları,
 - Bulgu-31'de adı geçen (.....) ile yapılan telefon görüşmesinde; KİTAPYURDU'nun farklı internet sitelerinde kitaplarının daha ucuza satılması durumunda kendilerinde de daha ucuz fiyata satılmasını talep ettiği, ancak buna fiyat müdahalesi denilemeyeceği, kendilerinin ticari menfaatleri gereği kitaplarının BKM KİTAP veya farklı bir çevrim içi kanalda çok ucuza satılmasını istemedikleri, nitekim bulguya konu olan olayda da BKM KİTAP ile görüşüp kitaplarının internet üzerinden çok ucuza satılmamasını talep ettikleri
- ifade edilmiştir.

- (151) Bulgu-27 ve Bulgu-30 da KİTAPYURDU'nun iç yazışması niteliğinde olup e-postalardan KİTAPYURDU çalışanının yayınevleri ile kitapların liste fiyatlarının ve iskontoların düzeltilmesi için iletişime geçtiği anlaşılmaktadır. Bulgu-28, Bulgu-29, Bulgu-32 ve Bulgu-33'te ise KİTAPYURDU çalışanının doğrudan yayınevleri veya dağıtıcılara e-posta göndererek liste fiyatlarının ve iskontoların düzeltilmesi için talepte bulunduğu

görülmektedir. “Sektör Hakkında Bilgi” başlığında yer verildiği üzere, liste fiyatı kitabın yayınevi tarafından belirlenen ve kitabın arka kapağında yer alan fiyattır. Dolayısıyla kitabın liste fiyatının tüm satış kanallarında aynı olması ve bu hususun düzeltilmesi konusunda yayınevleri ile iletişime geçilmesi konusunda rekabetçi bakış açısıyla herhangi bir sorun bulunmamaktadır. Ancak önaraştırma sürecinde iskontoların düzeltilmesi ifadesinin çevrim içi satış kanalının satış fiyatına müdahale niteliğinde olabileceği hususu üzerinde durulmuştur, zira Bulgu-33’te görüldüğü üzere “%51 ile satılıyor” ifadesi kitabın liste fiyatı üzerinden toplamda % kaç indirim ile satıldığını göstermektedir. Bu nedenle, KİTAPYURDU’ndan “iskontoları düzeltirebilir misiniz” ifadelerine yönelik olarak açıklama talep edilmiştir. KİTAPYURDU tarafından gönderilen cevapta; KİTAPYURDU’nun kendi satışa sunduğu kitapların fiyatlarını rakiplerin satış fiyatları ile karşılaştırdığı, kitapların liste fiyatlarını baz alarak rakiplerin ne kadar iskonto elde etmiş olduklarını takip ettiği, bu durumu da tedarikçiler ile sürekli pazarlık konusu haline getirdiği, ancak kimi durumda benzer iskontolar uygulanmış olsa da sistemsel olarak bazı ürünlerde hatalı girişler olabildiği, örneğin rakibe 100 ürün veren bir dağıtıcının 2-3 ürününde farklı iskonto ortaya çıkıyorsa bunların genelde hatalı girişlerden kaynaklandığı, böyle bir olayda yayınevine bu durumu bildirerek bu iskontoların düzeltilmesini sağladığı, ancak bu durumun örneğin 10’dan fazla ürün için söz konusu olması halinde KİTAPYURDU’na uygulanandan daha yüksek bir iskontonun rakibe uygulandığını tahmin ettikleri, böyle bir durumda da KİTAPYURDU’nun söz konusu hususu tedarikçilerle ek pazarlık konusu haline getirerek kendisine uygulanan indirimlerin yükseltilmesini sağlamaya çalıştığı, dolayısıyla yazışmalarda geçen iskontoların düzeltilmesi ifadelerinin genellikle rakip sistemlerinde yapılan hatalı iskonto girişlerine dair tedarikçilere verilen geri bildirimlerden ibaret olduğu belirtilmiştir.

- (152) KİTAPYURDU tarafından yapılan açıklamanın teyit edilmesi adına Bulgu-33’te iskontonun düzeltilmesi için BKM KİTAP’la iletişime geçtiğini ve iskontoların düzeltileceğini belirten (.....)’dan da konuya ilişkin olarak açıklama talep edilmiştir. Teşebbüs tarafından gönderilen cevapta; (.....) BKM KİTAP ile doğrudan bir tedarik ilişkisi bulunmadığı, BKM KİTAP’ın teşebbüse ait ürünleri dağıtıcı kanalıyla temin ettiği, (.....) büyük miktarda alım yapan dağıtıcı veya satıcılara güncel yayınların satışında uyguladığı iskonto miktarının hiçbir dönemde %51 gibi oldukça yüksek bir orana ulaşmadığı, bu oranın çok uzun bir süre önce basılıp artık satışı olmayan kitapların hurdaya çıkarılmadan önce son bir gayretle satılabilmesi için uygulanabilecek bir oran olduğu, genel olarak %35-40 bandında iskonto yapıldığı, uzun yıllara dayalı ilişkiler veya yeni kurulan ticari ilişkilerde bu oranın üç puan oynayabildiği belirtilmektedir. Bunun yanı sıra teşebbüs tarafından; kitapların firmalara uygulanan iskonto oranından daha yüksek oranda iskonto yapılarak satılmasının ancak ve ancak iki anlama geldiğinin bilindiği, birinin internet üzerinden satışı yapılan ürünlerde programlama, kodlama veya sistem hatası nedeniyle otomatik olarak miktar veya oranda hatalı girişlerin olabildiği, bu hatanın da firmanın pahalıya aldığı ürünü zararına satmasına neden olacağı, bir başka ihtimalin ise kitabın 'KORSAN" diye tabir edilen illegal bir şekilde basılarak piyasaya sunulması ve suç işlenmesi olduğu, bu nedenle söz konusu e-postada (.....) amacının BKM KİTAP tarafından tedarik edilen kanallarda KORSAN basımı veya veri girişinde hata oluşması sonucu istenen miktardan daha fazla iskonto girişi yapılarak satıcının zarara uğramasını önlemek olduğu, yapılan aramada da (.....) BKM KİTAP Satış Sorumlusu’na endişelerini dile getirdiği, ancak hiçbir zaman uygulanacak iskonto oranı veya kitabın nihai satış fiyatı konusunda herhangi bir telkin ya da tavsiyede bulunmadığı, keza uyarı üzerine yaptıkları incelemede BKM KİTAP’ın kitabı tedarik ettikleri firmanın kendilerine satış fiyatından çok daha düşük fiyata satışı şeklinde verilerin yanlış girildiğini, bu nedenle kendilerini arayıp

uyarıda bulunduğu için ALTIN KİTAPLAR Satış Sorumlusu (.....) teşekkür dahi ettiği ifade edilmektedir.

- (153) Yukarıda yer verilen hususların değerlendirilmesi sonucunda, KİTAPYURDU'nun kendi satışa sunduğu kitapların fiyatlarını rakiplerin satış fiyatları ile karşılaştırdığı, kitapların liste fiyatlarını baz alarak rakiplerin ne kadar iskonto elde etmiş olduklarını takip ettiği, bu durumu da tedarikçiler ile pazarlık konusu haline getirdiği, farklı iskonto ortaya çıkıyorsa yayınevine bu durumu bildirerek hatalı iskontolar var ise iskontoların düzeltilmesini sağladığı anlaşılmış ve 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilmediği kanaatine varılmıştır. Bununla birlikte daha önce de ifade edildiği üzere KİTAPYURDU'nun eylemlerinin EKM uygulamalarının ötesine geçmesi ve yayınevleri ve/veya kitap dağıtım alanında faaliyet gösteren teşebbüslerin çevrim içi kanalda perakende kitap satışı gerçekleştiren teşebbüslerin yeniden satış fiyatının tespitine yol açması halinde 4054 sayılı Kanun kapsamında bir ihlal incelemesine konu olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

- (154) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikayetin reddi ile soruşturma açılmamasına, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.