

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2012-2-154 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 13-01/7-7
Karar Tarihi : 03.01.2013

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE,
Dr. Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR, Kenan TÜRK

B. RAPORTÖR : Esmâ TEMEL

**C. BAŞVURUDA
BULUNAN**

: - Elif ŞEDELE
Halide Edip Adıvar Mah. Çitlenbik Sok. No:3/6 Şişli/İstanbul

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILAN : -D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş.
Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. Trump Towers Kule 2 Kat:2
No:12 34387 Şişli/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş.'nin müşterilerine yönelik ürün nakliyesinde sadece Yurtiçi Kargo ile çalıştığı ve böylece tüketicilerin tercih seçeneklerini kısıtlayarak hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle; ilgili pazarda başka firmalar müşterilerine birden fazla nakliye firması seçeneği sunarken %45'in üzerinde pazar payına sahip olan D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. A.Ş. (Hepsiburada)'nin müşterilerine aldıkları ürünlerin nakliyesi için kargo firması seçimi tanımayıp, sadece Yurtiçi Kargo ile çalıştığı, bu durumun bir sonucu olarak internetten yapılan alışverişlerin yarısından fazlasının Yurtiçi Kargo'nun tekelinde bulunduğu, başka teslim seçeneği olmadığı için müşterilerin kendi tercih ettiği daha iyi hizmet veren başka nakliye şirketlerini kullanma imkânının ortadan kalktığı iddia edilmektedir.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 16.08.2012 tarih ve 6437 sayı ile intikal eden başvuru üzerine hazırlanan 14.09.2012 tarih ve 2012-2-154/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu 27.09.2012 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek, 12-46/1401-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme üzerine hazırlanan 24.12.2012 tarih ve 2012-2-154/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (4) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; başvuru konusu iddialar hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında İnceleme Yapılan Taraf: Hepsiburada

- (5) Anılan e-ticaret sitesi 1998 yılında infoshop.com.tr altında kurulmuş, faaliyetlerini 2000 yılından beri Hepsiburada.com adı altında sürdürmeye devam etmiştir. Başlıca faaliyet konusu, internet üzerinden, web sitesi yayımı ve işletilmesinin yanı sıra elektronik ticarete konu her türlü ürünü ve malzemeyi satın almak ve yeniden satışını yapmaktır.

- (6) Hepsiburada faaliyet konusu itibariyle, gittigidiyor.com benzeri sitelerin tersine internet sitesi üzerinden yapılan satışlarda farklı nitelikteki alıcı ve satıcıları elektronik ortamda bir araya getirerek sanal bir pazar yaratmak suretiyle gerçekleşen satış üzerinden belirli bir komisyon almaktan ibaret bir fonksiyonu olan platform sağlayıcısı konumunda olmayıp, kendisi elektronik ticarete taraf konumundadır. Bu bağlamda Hepsiburada satıcı konumunda olup, tedarikçilerinden temin ettiği ve envanterine aldığı ürünleri yeniden satışa konu etmektedir. Dolayısıyla, operasyonel giderler, karlılık hedefleri, maliyetler çerçevesinde ürünlerin fiyatları Hepsiburada tarafından belirlenmektedir.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (7) E-ticaret, tüketicilerin elektronik ortamda her çeşit ürünü mağazalara gitmeksizin alabilmesini sağlamakta ve kimler arasında yapıldığına bakılarak sınıflandırılmakta, bu nedenle elektronik perakendecilik olarak da adlandırılmaktadır. E-ticaret, son yıllardaki web ve wap teknolojilerindeki gelişmelerle ortaya çıkmış yeni bir tür alışveriş ortamı olup, içeriğindeki sanal mağaza uygulamaları ile tüketiciler internet üzerinden elektronik ortamda; bilgisayardan otomobile, kitaptan pizzaya birçok ürünü mağazalara gitmeksizin günün her vakti doğrudan alabilmektedir.
- (8) İşlemi gerçekleştiren birimlerin türüne göre e-ticaret genel anlamda ikiye ayrılmaktadır:
1. İşletmeler arası e-ticaret (B2B: Business to business): İnternet vasıtasıyla şirketlerin sağlayıcıları ve dağıtımçıları ile aralarındaki alım-satım emri, faturalama, ödeme gibi işlemlerdir.
 2. İşletmelerle tüketiciler arasındaki e-ticaret (B2C: Business to consumers): Günümüzde internet üzerinden faaliyet gösteren alışveriş merkezleri vasıtasıyla tüm tüketici mallarına online ulaşarak gösterilen faaliyettir.
- (9) Başvuru konusu işlem B2C e-ticaret, yani işletmelerin doğrudan tüketiciye satış yaptığı sınıf kapsamına girmektedir.
- (10) Elektronik ortamda yapılan satışların geleneksel satışlarla rekabet halinde olması halinde bu ikisi aynı pazarda kabul edilirken, tamamen yeni ve yalnızca elektronik ortamda satılan bir ürünün mevcudiyeti halinde ya da bir ürünü online satmanın önemli avantajlar sağlaması halinde bahse konu ürünün e-ticaretinin ayrı bir pazar olarak tanımlanması gerektiği ileri sürülmektedir.
- (11) Bunun dışında Hepsiburada'nın sitesi ile benzer siteler olan "www.hizli1.com" ve "www.evdi.com.tr" ile ilgili benzer şikâyetlerde Kurul, internet sitelerinin bünyesinde yüzlerce ürün olması ve anılan ürünlerin nihai kullanıcılara hitap etmesini göz önüne alarak ilgili ürün pazarının "*işletmelerle tüketiciler arasındaki e-ticaret hizmetleri pazarı*" olarak tanımlanmasının mümkün olduğunu belirtmiş, ancak internet ortamının değişkenliği, her türlü e-ticaretin tek bir site üzerinden yapılabilmesinin mümkün olması sebebiyle ilgili ürün pazarını geniş olarak tanımlayarak "*e-ticaret hizmetleri pazarı*" olarak belirlemiştir.
- (12) Mevcut dosya bakımından da ilgili ürün pazarı benzer şekilde "*e-ticaret hizmetleri pazarı*" olarak tanımlanmıştır.

I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (13) İlgili ürün pazarında, ülkenin herhangi bir bölgesindeki rekabet koşullarının diğer bölgelerden farklılık göstermemesi, rekabet koşullarının ülkenin tamamında homojen bir yapı sergilemesi nedeniyle dosya kapsamında ilgili coğrafi pazar "*Türkiye*" olarak belirlenmiştir.

I.3. İnceleme Kapsamında Elde Edilen Bilgiler

I.3.1. Hepsiburada'nın Pazar Payı ve Rakip Bilgileri

- (14) Önaraştırma kapsamında Hepsiburada'dan talep edilen bilgi ve belgeler çerçevesinde teşebbüs, Bankalararası Kart Merkezi (BKM)'nin internet sitesinde, aylık olarak internette yapılan kartlı ödeme işlemleri bazında kendi hazırladığı verilerin paylaşıldığını, bu verilerin internet üzerinde faaliyet gösteren tüm şirketlerin sanal poslarından geçen tahsilâtları takip etmeye yaradığını bildirmektedir. Bu bağlamda pazara ilişkin en sağlıklı verilerin BKM tarafından hazırlanan ve yayınlanan veriler olduğu ve Hepsiburada'nın da bu veriler ışığında pazar payını takip ettiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte, BKM'nin yayınladığı veriler içerisinde kredi kartlarından geçen tahsilâtların yer aldığı, bunun dışında yapılan harcamaların (Havale/EFT ve Kapıda Nakit Tahsilât) yer almadığı belirtilmektedir.
- (15) BKM'nin internette kredi kartı ile yapılan toplam harcama verisi ve Hepsiburada'nın kredi kartları ile yaptığı tahsilat baz alındığında, anılan teşebbüsün 2011 yılında e-ticaret hizmetlerindeki pazar payının (.....) ; 2012 yılının ilk 10 ayı baz alındığında ise (.....) olduğu görülmektedir.
- (16) Hepsiburada'nın tahsilât türleri açısından bakıldığında; kredi kartları üzerinden yapılan tahsilat miktarının diğer iki tahsilat türü olan kapıda tahsilat ve EFT/Havale tahsilatının toplamının yaklaşık (.....) katı olması nedeniyle Hepsiburada'nın e-ticaret hizmetleri pazarındaki payı açısından kredi kartları üzerinden yapılan tahsilatın kayda değer bir veri olduğu görülmektedir.
- (17) Ayrıca, Hepsiburada'nın internet sitesi üzerinden yapılan satış ve pazarlama faaliyeti kapsamında e-ticaret hizmetleri pazarında yerli ve yabancı çok sayıda internet sitesinin mevcudiyeti dışında piyasaya çok sayıda yeni oyuncu girmektedir. Bu çerçevede Gittigidiyor.com, Ebay.com, Misspera.com, Zizigo.com Amazon.com, Enmoda.com, Zappos.com, Markafoni.com, Trendyol.com, Vatanbilgisayar.com, Ucuzu.com, Akakce.com, Teknosa.com, Morhipo.com, Sanalpazar.com, Marcamarca.com, Hızlıal.com, Gold.com.tr, İstanbulbilisim.com.tr, Kitapyurdu.com, Vipdukkân.com, Ivly.com, Limango.com.tr, Yenicarsim.com, İdefix.com, Electroworld.com.tr; Markapan.com, Ereyon.com.tr, Hp.com, Lidiana.com, Sporayak.com, Ciceksepeti.com, Alibaba.com, Asos.com, Net-a-porter.com, 6pm.com, Abebooks.com, Yoyo.com, Diapers.com, Endless.com, Myhabit.com, Woot.com, Dr.com.tr, Bonprix.com, Tchibo.com.tr, Mediamarkt.com.tr, Darty.com.tr gibi birçok internet sitesi e-ticaret hizmetleri pazarında Hepsiburada'nın rakibidir.
- (18) Yukarıda yer verildiği üzere ortalama (.....) gibi çok düşük bir pazar payına sahip olan Hepsiburada'nın çok sayıda rakibin yer aldığı e-ticaret hizmetleri pazarında hâkim durumda olmadığı anlaşılmıştır.

I.3.2. Hepsiburada'nın Gönderi Sistemi ve Kargo Firmaları ile Olan İlişkileri

- (19) Dosya mevcudu bilgilere göre, Hepsiburada.com üzerinden yapılan satışlarda ürün sevkiyatının Hepsiburada'nın deposundan çıkacak olması halinde gönderilerin Yurtiçi Kargo ve Aras Kargo ile yapıldığı; tedarikçilerle yapılan anlaşmalar kapsamında satışa konu ürünlerin doğrudan tedarikçiler tarafından müşterilere gönderilecek olması halinde ise gönderilerin tedarikçilerin anlaşmalı kargo şirketleri aracılığıyla müşterilere gönderildiği belirtilmektedir.
- (20) Bu çerçevede Hepsiburada.com internet sitesi üzerinden yapılan satışlarda tek bir kargo firması ile çalışılmadığı, nihai tüketiciye seçme hakkının verildiği, kendi deposundan yapılan gönderilerde iki kargo firması ile gönderim hizmeti sunulduğu belirtilmektedir.

- (21) Anılan kargo firmaları ile yapılan sözleşmeler incelendiğinde, münhasırlığa ilişkin herhangi bir hükmün bulunmadığı anlaşılmıştır. Bununla birlikte (.....), tüketicilerin çoğunluğunun Yurtiçi Kargo firması kanalıyla gönderinin teslim edilmesini tercih ettiklerine, dolayısıyla söz konusu sözleşme hükmünün, sözleşmenin imza edilmesinden sonraki gerçek durumu ifade etmediğine dikkat çekilmiştir.
- (22) Son olarak, teşebbüs tarafından, anlaşma yapılacak kargo şirketleri belirlenirken, özellikle ulusal bazda geniş dağıtım ağına sahip olma, güvenilirlik, gönderimlerin eksiksiz, kaliteli ve hızlı yapılması ve müşterilerin memnuniyeti gibi kriterlerin arandığı ve kargo şirketlerinden alınan teklifler doğrultusunda seçim yapıldığı ifade edilmiştir.

I.4. Değerlendirme

- (23) Öneraştırmanın konusunu, Hepsiburada'nın %45'in üzerinde pazar payına sahip olduğu ve sadece Yurtiçi Kargo ile çalışarak müşterilerin tercih seçeneklerini kısıtlamak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası oluşturmaktadır.
- (24) Başvuru konusunun 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir ihlal olduğu sonucuna ulaşılabilmesi için, Hepsiburada'nın ilgili pazarda hâkim durumda olması ve yapılan eylemin bir kötüye kullanma eylemi niteliğini taşıması koşullarının birlikte gerçekleşmesi gerekmektedir. Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında, Hepsiburada'nın anılan pazardaki payının düşük olduğu, çok sayıda rakibinin bulunduğu ve pazara yeni girişlerin devam ettiği dikkate alındığında, hâkim durumda olmadığı anlaşılmıştır. Ayrıca öneraştırma konusu iddianın tersine, Hepsiburada'nın sadece Yurtiçi Kargo firması ile anlaşarak tüketicilere tek bir seçenek sunmadığı, Aras Kargo ile de anlaşmasının bulunduğu, ancak Aras Kargo ile yapılan anlaşmanın bir hükmünün gereği olarak fiili durumda kendi deposundan yapılacak gönderilerde Yurtiçi Kargo firması ile çalıştığı, tedarikçilerin depolarından yapılacak gönderilerde ise tedarikçilerin belirlediği kargo firmasının geçerli olduğu tespit edilmiştir.

J. SONUÇ

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