

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2022-5-020 (Soruşturma/Taahhüt)  
Karar Sayısı : 23-27/521-177  
Karar Tarihi : 15.06.2023

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Birol KÜLE  
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Hasan Hüseyin ÜNLÜ  
Cengiz ÇOLAK, Berat UZUN

**B. RAPORTÖRLER** : Aytül KÜÇÜK, Ahmet Ogün KARAGÜLLE, Ezgi EREN  
Asena YAMAN, Belma Nilüfer KIRIMLI, Hüseyin Emre ÖZKAN

**C. İLGİLİ TARAF** : - Obilet Bilişim Sistemleri AŞ  
Temsilcileri: Metin PEKTAŞ, Av. Derviş Boran BEYSÜLEN,  
Av. Beyza SARIPINAR, Av. Ahmet ÖNDER  
Eskişehir Yolu Bilkent Kavşağı Mustafa Kemal Mah. 2118.  
Cad. No:4 Maidan İş ve Yaşam Merkezi B Blok K:3 D:14  
Çankaya/ANKARA  
Temsilcileri: Av. Dr. H. Ercüment ERDEM, Av. Piraye ERDEM  
Av. Mert KARAMUSTAFAOĞLU  
Ferko Signature, Büyükdere Cad. No. 175, Kat. 3, 34394,  
Esentepe, Şişli/İSTANBUL

**D. ŞİKAYETÇİ** : - Gizlilik talebi bulunmaktadır (4 Başvuru)

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Rekabet Kurulunun 16.06.2022 tarih ve 22-27/433-M sayılı, 13.10.2022 tarih ve 22-47/683-M sayılı kararları uyarınca Obilet Bilişim Sistemleri AŞ hakkında yürütülmekte olan soruşturma kapsamında anılan teşebbüs tarafından sunulan taahhütlerin değerlendirilmesi.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulu (Kurul) 11.02.2021 tarihli ve 21-07/103-M sayılı ile, Obilet Bilişim Sistemleri AŞ'nin (OBİLET) çevrim içi şehirler arası yolcu taşıma biletleri karşılaştırma ve satışı pazarında biletlerinin satışını gerçekleştirdiği otobüs firmalarından düşük komisyonlar almak ve ilgili otobüs firmalarının rakip bilet satışı siteleri ile çalışmalarını engellemek suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası ile ilgili olarak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 40. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar vermiştir.
- (3) Yapılan önaraştırma sonunda hazırlanan 29.09.2021 tarih ve 2021-5-005/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, Kurulun 07.10.2021 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 21-48/683-Mİ sayılı ile, dosya konusunun ek çalışma yapılmak üzere Kurul gündeminde incelemeye alınmasına karar verilmiştir. Ek çalışma süreci devam ederken; Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına üç farklı gizlilik talepli başvuru intikal etmiştir.
- (4) Bahse konu önaraştırma ve ek çalışma kapsamında elde edilen bilgiler doğrultusunda Kurul, 24.03.2022 tarih ve 22-14/227-M sayılı ile, OBİLET'in bağlama ve aşırı fiyat niteliğindeki uygulamaları ile 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği iddialarına ilişkin olarak aynı Kanun'un 40. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar vermiştir.

- (5) Öneraştırma neticesinde hazırlanan 07.06.2022 tarihli ve 2022-5-020/ÖA sayılı Öneraştırma Raporu, 16.06.2022 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek, 22-27/433-M sayı ile, OBİLET'in bilet satışına aracılık hizmeti için otobüs firmalarına uyguladığı bilet satışı komisyon oranlarını aşırı belirlemek ve biletleme yazılımı hizmeti, otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı ve sefer verilerinin platformlara dağıtım pazarında rakiplerini dışlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini; otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı pazarında imzaladığı sözleşmeler ile 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (6) Hakkında soruşturma açıldığına ve 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca ilk yazılı savunmasının 30 gün içinde gönderilmesi gerektiğine dair 30.06.2022 tarihinde bildirim yapılan OBİLET'in ilk yazılı savunması 04.08.2022 tarih ve 30039 sayı ile, süresi içinde, Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (7) Soruşturma süreci devam ederken, Kurum kayıtlarına 31.08.2022 tarih ve 30747 sayı ile intikal eden başvuruda OBİLET, soruşturma konusu endişelerin hızlı ve etkili şekilde çözülmesine yönelik taahhüt sunma talebini iletmiştir.
- (8) 04.10.2022 tarihinde, 31710 sayı ile, Kurum kayıtlarına gizlilik talepli bir başka şikâyet başvurusu daha intikal etmiştir. İlgili başvuruya konu iddiaların bir kısmının mevcut soruşturma kapsamında hâlihazırda değerlendirildiği tespit edilmiş, diğer bir kısmının ise ilgili dosya kapsamına eklenerek incelenmesi gerektiği anlaşılmıştır. Konu hakkında hazırlanan Bilgi Notu, Kurulun 13.10.2022 tarihli toplantısında görüşülmüş, 04.10.2022 tarih ve 31710 sayı ile Kuruma intikal eden şikâyet başvurusunda yer verilen yeni iddiaların hâlihazırda yürütülmekte olan soruşturmaya dâhil edilmesine ve OBİLET'in taahhüt sunma talebinin değerlendirilmesinin ileri bir tarihe ertelenmesine 13.10.2022 tarih ve 22-47/683-M sayı ile karar verilmiştir. İlgili Kurul kararının akabinde, soruşturma tarafına 27.10.2022 tarihinde ek soruşturma bildirim yapılmış ve teşebbüsün gönderdiği yazılı savunma 02.12.2022 tarih ve 33493 sayı ile, süresi içinde, Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (9) Süre uzatımına ilişkin 14.11.2022 tarihli ve 2022-5-020/BN-02 sayılı Bilgi Notu Kurulun 23.11.2022 tarihli toplantısında görüşülmüş, 22-52/778-M sayı ile soruşturmanın süresinin bitiminden itibaren altı ay uzatılmasına karar verilmiştir.
- (10) OBİLET'in taahhüt görüşmelerinin başlatılmasına yönelik talebine ilişkin 24.02.2023 tarih ve 2022-5-020/BN-03 sayılı Bilgi Notu 02.03.2023 tarihli Kurul toplantısında ele alınarak OBİLET'in taahhüt sunma talebinin kabul edilerek taahhüt görüşmelerine başlanmasına ve taahhüt hakkında üçüncü tarafların görüşlerinin alınmasına 23-12/191-M sayı ile karar verilmiştir.
- (11) 03.04.2023 tarih ve 37143 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden yazıda daha önce başvuru sahibi tarafından Kuruma iletilen şikâyetlere yönelik birtakım iddialara yer verilmiş ve 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin birinci fıkrası uyarınca OBİLET hakkında geçici tedbir uygulanması talep edilmiştir.
- (12) Soruşturma süreci devam ederken, Ankara 7. İdare Mahkemesi 14.04.2023 tarih ve 2021/2600 E.02023/758 K. sayılı kararı ile, Biletal İç ve Dış Ticaret AŞ'nin (BİLETALL) OBİLET tarafından devralınmasına koşullu izin veren, 01.07.2021 tarih ve 21-33/449-224 sayılı Kurul kararını iptal etmiştir<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> İlgili mahkeme kararı soruşturmanın tarafı, hâkim durum analizi, 4. ve 6. madde çerçevesinde yapılan ihlal değerlendirmeleri bakımından soruşturma sürecini etkilememektedir. Zira soruşturma kapsamında

- (13) Yürütülen taahhüt süreci kapsamında OBİLET ile çok sayıda görüşme gerçekleştirilmiştir. Bahse konu sürecin akabinde OBİLET tarafından 30.05.2023 tarih ve 39157 sayılı yazı ile nihai taahhüt metni sunulmuştur.
- (14) Söz konusu taahhüt metninin ticari sırlardan arındırılmış versiyonu, üçüncü taraflara (taşıyıcı firmalar, bilet satış platformları, altyapı sağlayıcıları, (.....)) 31.05.2023 tarihinde; muhtelif sayılı yazılar ile iletilerek sunulan taahhütlerin rekabet sorunlarını giderme konusunda yeterliliği, uygulanabilirliği, etkinliği ve sürekliliği hususlarında görüş talep edilmiştir. Üçüncü kişiler tarafından gönderilen görüş yazıları ise muhtelif sayılarla Kurum kayıtlarına intikal etmiştir
- (15) Bu süreç sonucunda, OBİLET tarafından sunulan taahhütlere ilişkin 12.06.2023 tarih ve 2022-5-020/BN-04 sayılı Bilgi Notu Kurulun 15.06.2023 tarihli toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (16) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notunda;
1. “Otobüs taşımacılığı için biletleme yazılımı hizmeti pazarı”, “otobüs sefer verilerinin platformlara dağıtımı (B2B) hizmeti pazarı” ve “otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı (B2C) hizmeti pazarı”nda OBİLET’in hâkim durumda bulunabileceği,
  2. Otobüs firmalarına bilet satışına aracılık hizmeti için OBİLET tarafından uygulanan bilet satışı komisyon oranlarının aşırı olduğu iddiası bakımından bir ihlal tespiti yapılamayacağı,
  3. OBİLET’in, Mydata Bilişim Ltd. Şti. (MYDATA) yazılımını kullanan otobüs firmalarının biletlerinin bir süre için obilet.com platformu üzerinden satışına izin vermeyip bir süre sonra komisyon oranlarını yükselterek obilet.com üzerinden bilet satışına açarak ve MYDATA’ya B2B hizmeti pazarında verdiği hizmet kapsamında öncesinde gelir paylaşım modeli çerçevesinde ödediği web servis hizmeti ücretini ödemeyerek otobüs taşımacılığı için biletleme yazılımı hizmetini fiili olarak otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı hizmetine bağladığı, teşebbüsün bu fiili uygulamaları ile 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesini ihlal edebileceği,
  4. OBİLET’in teminat mektubu modelinde teminat tutarının artırılmasına ilişkin taleplere cevap vermeyerek rekabeti engellediği iddiası bakımından bir ihlal tespiti yapılamayacağı,
  5. OBİLET’in altyapı hizmetindeki teknik sorunlar ile rakip platform faaliyetlerini zorlaştırarak hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası bakımından bir ihlal tespiti yapılamayacağı,
  6. OBİLET ve B2C’ler arasındaki sözleşmelerde yer alan çevrim içi reklam kısıtlamalarında;
    - a) OBİLET tescilli markaları bakımından getirilen dar reklam yasaklarının 4054 sayılı Kanun kapsamında olmadığı,

---

OBİLET’in mahkeme kararı öncesi gerçekleştirdiği eylemleri incelenmiş, ilgili eylemler mahkeme kararı öncesi dönemde işlenmiş ve karar öncesi dönemde sonlandırılmıştır. Ayrıca incelenen dönemde OBİLET BİLETALL’i devralmış ve bu iki şirket pazarda tek bir teşebbüs olarak faaliyet göstermiştir. Bu bakımdan mahkeme kararı ortaya çıkan fiili durumu etkilememektedir. Dolayısıyla inceleme; soruşturmanın tarafı, hâkim durum analizi, 4. ve 6. madde çerçevesinde yapılan değerlendirmeler bakımından OBİLET ve BİLETALL tek bir teşebbüs olarak kabul edilerek sürdürülmüştür.

- b) OBİLET markaları bakımından getirilen rakipler arası geniş reklam yasaklarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceği,
  - c) Otobüs firmaları bakımından getirilen dikey nitelikli reklam yasaklarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceği,
7. OBİLET ve B2C'ler arasındaki sözleşmelerde yer alan iletişim yasağının;
- a) Tek elden satın alma hükmü niteliğinde olduğu ve 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceği,
  - b) OBİLET ile sadece gelir paylaşım modeli çerçevesinde çalışan B2C'ler için uygulanan komisyon paylaşım oranlarında alt ve üst pazar arasında fiyat sıkıştırması ihlaline yol açan bir marj oluşturmadığı,
8. OBİLET'in 01.07.2021 tarih ve 21-33/449-224 sayılı karar kapsamında sunduğu taahhütlere uymadığı iddiasının kabul edilemeyeceği,
9. OBİLET'in şikâyetlere konu olan davranışlarını sonlandırması ve rekabetçi ortamın yeniden tesis edilmesi adına belirli önlemlerin alınması için 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin birinci fıkrası uyarınca iletilen geçici tedbir talebinin kabul edilemeyeceği,
10. OBİLET'in 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal edebileceği değerlendirilen davranışları bakımından sunduğu nihai taahhütlerin bu davranışlar dolayısıyla ortaya çıkan rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olması nedeniyle kabul edilebileceği,
11. Nihai taahhüt metninin OBİLET açısından bağlayıcı hâle getirilebileceği,
12. Nihai taahhüt metni kapsamında sunulan taahhütlerin, fiili durumda OBİLET'in kontrolü altında bulunan BİLETALL bakımından da uygulanması gerektiği,
13. Rekabet Kurulunun 16.06.2022 tarih ve 22-27/433-M sayılı, 13.10.2022 tarih ve 22-47/683-M sayılı kararları uyarınca OBİLET hakkında yürütülmekte olan soruşturmanın sonlandırılabilmesi için

sonuç ve kanaatine ulaşılmıştır.

- (17) Öte yandan raportörlerden Rekabet Başuzmanı Aytül KÜÇÜK, raportör görüşünün 6(b) maddesine ilişkin olarak; rakipler arası geniş reklam yasaklarında da amacın marka hakkını korumak olduğunu, bu anlaşmalardaki kısıtın 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu (6769 sayılı Kanun) ile öngörülen marka hakkını koruma amacının ötesine geçmediğini, bu sebeple rakipler arası dar reklam yasaklarında olduğu gibi bu anlaşmaların da 4054 sayılı Kanun kapsamına girmeyeceğini ifade etmiştir.

## H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### H.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen: Obilet Bilişim Sistemleri AŞ (OBİLET)

- (18) Ana faaliyet alanı otobüs ve uçak bileti fiyat karşılaştırma ve çevrim içi bilet satışı işi olan OBİLET, aynı zamanda şehirler arası otobüs firmalarına biletleme yazılımı hizmeti vermekte ve bilet satış platformlarına otobüs firması sefer verilerinin dağıtımını yapmaktadır. OBİLET, kendi bünyesinde hazırladığı web sitesi ve mobil uygulamaları ile kullanıcıların farklı seyahat kanallarına ve farklı seyahat firmalarına tek bir kanaldan erişebilmelerini sağlamak amacıyla sefer sorgulama, karşılaştırma, canlı destek ve bilet satın alma hizmetlerini tek bir platform üzerinden bütüncül olarak sunan bir teşebbüstür.

## H.2. İlgili Pazar

### H.2.1. Sektöre ilişkin Genel Bilgi

#### H.2.1.1. Kara Yolu ile Şehirler Arası Yolcu Taşımacılığı Hizmeti

- (19) Kara yolu yolcu taşımacılığı genel olarak 4925 sayılı Karayolu Taşıma Kanunu (KTK) ile Karayolu Taşıma Yönetmeliği'nde (Yönetmelik) düzenlenmektedir. Yönetmelik uyarınca taşımacılık faaliyetlerinde bulunacak gerçek ve tüzel kişilerin yapacakları faaliyetlere uygun olan yetki belgelerini Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığında (Bakanlık) almaları zorunludur. Otobüsle yurt içi ve/veya uluslararası yolcu taşımacılığı için B türü; otobüsle tarifeli veya tarifersiz yurt içi yolcu taşımacılığı için ise D türü yetki belgesi alınmaktadır. Bakanlıktan alınan bilgilere göre, ülkemizde 84 firma B türü yetki belgesine, 370 firma ise D türü yetki belgesine sahiptir.

#### H.2.1.2. Otobüs Bileti Satış Hizmeti

- (20) Otobüs bileti satışı günümüzde çeşitli kanallar aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Bunlar arasında geleneksel kanallar olarak kabul edilebilecek fiziki bilet satış ofisleri (acenteler, terminal içi ve dışı yazıhaneler gibi), çağrı ofisleri ve otobüs içi satışlar<sup>2</sup> ile çevrim içi kanallar olarak kabul edilebilecek web siteleri, platformlar ve mobil uygulamalar<sup>3</sup> yer almaktadır. Türkiye'de hemen hemen tüm taşıyıcı firmaların biletlerine, farklı firmalara (ve çoğu zaman farklı ulaşım modlarına) ait biletleri satışa sunan çevrim dışı bilet acentelerinden ulaşılabildiği gibi çevrim içi kanallar olarak ifade edilebilecek kendi web siteleri ile çevrim içi bilet platformlarından<sup>4</sup> da ulaşılabilmektedir.
- (21) Yönetmelik kapsamında bilet satışı faaliyetini ifade eden acentelik faaliyetlerinde bulunacak kişilerin, yapacakları faaliyetlere uygun olan yetki belgelerini Bakanlıktan almaları zorunludur. Bakanlık tarafından ticari amaçla yolcu taşımacılığı alanında acentelik yapacak kişilere F türü yetki belgesi verilmektedir. Faaliyetin şekline göre F1 yetki belgesi yurt içi acentelik yapacaklara, F2 yetki belgesi ise yurt içi ve/veya uluslararası acentelik yapacaklara verilmektedir. Bakanlıktan edinilen bilgilere göre, sadece internet üzerinden ticari amaçla yolcu taşımacılığı alanında acentelik yapacak gerçek ve tüzel kişilerin faaliyet alanına uygun olarak F1(E) veya F2(E) yetki belgesi alması zorunludur. F1 ve F2 yetki belgesi sahipleri en fazla 20 adet taşıyıcı firmayla sınırlı olmak üzere, sadece tarifeli olarak faaliyet gösterecek ilgili yetki belgesi sahipleriyle acentelik sözleşmesi yapabilmektedirler. Diğer yandan, F1(E) ve F2(E) yetki belgesi sahipleri için sözleşme yapılabilecek firma sayısına ilişkin bir sınır uygulanmamaktadır.
- (22) Yetki belgesi alacak kişilerin Yönetmeliğin 13. maddesinde geçen niteliksel genel kriterlerin yanı sıra 14. maddede belirtilen ve sermaye miktarını da içeren özel şartları karşılaması gerekmektedir.

<sup>2</sup> E-bilet uygulamasının Bakanlık tarafından zorunlu hale getirilmesi ile bu satışların ortadan kalkacağı öngörülmektedir.

<sup>3</sup> Mobil uygulamalardan gerçekleşen satışlar, taşıyıcıya ait taşıyıcının web sitesi satışları olarak; çevrim içi platformlara ait ise platformların gerçekleştirdiği satışlar olarak değerlendirilmektedir.

<sup>4</sup> "Bilet satış platformu" ve "platform" kavramları "çevrim içi otobüs bileti satış platformları"na karşılık gelecek şekilde kullanılmıştır.

- (23) F1(E) yetki belgesine sahip teşebbüsler BİLETALL ve Digital Trade Yazılım Bilişim Eğitim Danışmanlık ve Turizm Ticaret AŞ (BİLET.COM); F2(E) yetki belgesine sahip teşebbüsler ise Enuygun Com İnternet Bilgi Hizmetleri Teknoloji ve Ticaret AŞ (ENUYGUN), MYDATA, Tripenia Bilişim Turizm Seyahat Acentası ve Ticaret AŞ (TURNA) ve OBİLET'tir. (.....) ifade edilmiştir.
- (24) Çevrim içi kanaldaki büyüme eğilimi; dosya kapsamında bilgi talep edilen, OBİLET, Kamil Koç Otobüsleri AŞ (KAMİL KOÇ), Metro Turizm Seyahat Org. ve Ticaret AŞ (METRO TURİZM), Ece Akıllı Yazılım Çözümleri Sanayi Ticaret Ltd. Şti. (ECE YAZILIM), MYDATA, Aslan Kardeşler Akaryakıt Nakliyat Turizm Seyahat Tic. Ltd. (ÖZLEM SEYAHAT) ve A Pamukkale Taşımacılık Turizm Ticaret Ltd. Şti.'nin (PAMUKKALE) yazılımını kullanan otobüs firmalarına ilişkin elde edilen bilgiler çerçevesinde hazırlanan ve 2017-2022 döneminde otobüs biletlerinin geleneksel kanal-otobüs firmasının web sitesi-platform kanalı üzerinden satışına yönelik dağılımı adet bazında gösteren aşağıdaki tablodan da görülmektedir. Bu teşebbüslerden elde edilen veriler Türkiye'de biletleme yazılımı kullanan tüm otobüs firmalarının satışlarını içermekte olup pazarda neredeyse tüm taşıyıcılar yazılım kullandığından toplanan veriler ile pazardaki eğilim ortaya konulabilmektedir.

Tablo 1: 2017-2022 Döneminde Otobüs Biletlerinin Kanallar Bazında Dağılımı (%)

	Toplam Satışların Dağılımı		Çevrim İçi Satış Türlerinin Toplam İçindeki Payı	
	Geleneksel Kanal	Çevrim İçi Satışlar (Otobüs Web Sitesi+ Platform)	Otobüs Web Sitesi	Platform
2017	85,80	14,20	10,48	3,72
2018	81,77	18,23	12,60	5,63
2019	75,14	24,86	14,65	10,21
2020	81,37	18,63	8,97	9,66
2021	68,23	31,77	9,91	21,86
2022	60,31	39,69	8,81	30,89

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (25) Tablo 1'den görüldüğü üzere 2017 yılından bu yana geleneksel kanalın toplam satışlar içindeki payı yaklaşık olarak %85'ten %60'a gerilemiş, otobüs firması web sitesi ve platform satışlarından oluşan çevrim içi satışlar özellikle platform lehine artış kaydetmiştir. Aynı tarih aralığında otobüs firması web sitesi üzerinden gerçekleşen satışlar 2019 yılında %14 ile en yüksek seviyesine yükselmiş fakat 2022 yılında %8 ile en düşük seviyesini görmüştür. Diğer yandan platform satışları sürekli olarak artış göstermiş, 2017 yılındaki %3'lük seviyesinden 2022 yılında toplam otobüs bileti satışlarından %30 pay almıştır, özellikle 2020 yılı ve sonrası büyüme hızı önemli şekilde artmıştır.

### H.2.1.3. Otobüs Taşımacılığı İçin Biletleme Yazılımı Hizmeti

- (26) Biletleme yazılımları otobüs firmalarına ait seferlerin ve koltuk envanterinin firmanın kullandığı tüm satış kanallarında (terminal yazıhanesi, terminal dışı yazıhane, firma çağrı merkezi, çevrim içi bilet satış platformları, çevrim dışı bilet satış acenteleri) anlık olarak görüntülenebilmesini, değişikliklerin (rezervasyon, satış, iptal, iade, açığa alma, sefer saati değişikliği, araç değişikliği, ara durak ekleme-çıkarmaları vb.) eş anlık olarak tüm satış kanallarında ve ekranlarda senkronize olmasını, hat açma kapama, durak ekleme-çıkarma, araç atama, fiyat değiştirme gibi işlemlerin gerçekleştirilebilmesini, biletlemeye ilişkin işlemlerin farklı kullanıcılar için belirlenen farklı yetki düzeyleri dâhilinde yapılabilmesini sağlamaktadır.
- (27) Söz konusu yazılımlar; yeterli teknik ve idari kapasiteye sahip, uzman personel istihdam edebilen, kurulan sistem çerçevesinde 7/24 hizmet verme kapasitesine sahip,

yeterli finansal gücü bulunan teşebbüsler tarafından sürdürülebilir bir şekilde geliştirilebilmektedir. Bu kapsamda sektördeki otobüs firmalarının neredeyse tamamının, kullanıma hazır durumda bulunan biletleme yazılımlarını tercih ettiği; böyle bir yazılımı hazırlamak/idame ettirmek için gerekli masraflara ve efora katlanmaya değecek ölçekte bilet satış hacmine sahip sınırlı sayıda firmanın ise yazılımlarını kendi bünyelerinde geliştirdiği görülmektedir.

- (28) OBİLET'ten elde edilen bilgilere göre Türkiye şehirler arası otobüs pazarı, biletleme yazılımı kullanımı açısından dünyada açık ara birinci konumdadır. OBİLET birkaç mikro boyuttaki istisnai firma haricinde otobüs firmalarının tamamının biletleme yazılımı kullandığını dile getirmiştir.
- (29) Sektörde mevcut durumda otobüs firmalarınca üçüncü taraf IMS<sup>5</sup> sağlayıcılardan hizmet satın alarak kullanılan yazılımlar; OBİLET'in ORS ve BİLETALL'in BOSS, MYDATA'nın MYDATA, ECE YAZILIM'ın EBS, Atlas Yazılım ve Bilişim Hizmetleri Ticaret AŞ'nin (ATLAS YAZILIM) ATLAS ve MYDATA sahibinin ortağı olduğu Biletpaketi Seyahat AŞ'nin (BİLETPAKETİ) ETMS<sup>6</sup> isimli yazılımlarıdır. Asrın Bilişim Hizmetleri Donanım Yazılım ve Bilgisayar Malzemeleri İnşaat Turizm Gıda Sanayi İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti. (ASRIN BİLİŞİM) ve Alpssoft Bilgisayar Programları Bilgisayar Malzemeleri Medikal Turizm Taşımacılık Acentelik Dayanıklı Tüketim Mamülleri İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd. Şti. (ALPSOFT) ise yakın zamanda otobüs biletleri alanındaki biletleme yazılımı faaliyetlerine son vermiştir.
- (30) Sektörde az sayıda olsa da kendi yazılımını yapan otobüs firmaları da yer almaktadır. KAMİL KOÇ'un 2006 yılının Haziran ayı itibarıyla kendi bünyesinde (*in-house* olarak) geliştirdiği yazılım altyapısını 01.12.2020 tarihine kadar kesintisiz bir şekilde kullandığı, 01.12.2020 tarihi itibarıyla KAMİL KOÇ'un çatı şirketi FlixBus GMBH'nin (FLIXBUS) kendi bünyesinde geliştirdiği global yazılım altyapısına geçiş yaptığı görülmektedir. Bununla birlikte şehirler arası yolcu taşımacılığı faaliyeti yürüten PAMUKKALE ve Anadolu Bilet Sat. Hiz. San. ve Tic. AŞ'nin (ANADOLU TURİZM) ise ETMS isimli yazılım programını kullandığı ancak gerekli teknik destek için kendi bünyesinde bilgi işlem ve teknoloji departmanı oluşturduğu anlaşılmaktadır. ÖZLEM SEYAHAT isimli otobüs firması da kendi geliştirdiği ÖZLEM adlı yazılımı kendi biletleme ihtiyaçlarını karşılamak üzere kullanmaktadır. Otobüs firması kendi yazılımını kullandığı durumda bu işe ait sabit ve değişken maliyetleri üstlenmektedir. Bu durumda otobüs firmasının pazardan karşıladığı bir yazılım talebi bulunmamakta, firma kendi bünyesi içinde bu ihtiyacı karşılamaktadır.
- (31) Ancak sektörde yaygın olan kullanım, otobüs firmasının biletleme yazılımı geliştiren bir başka teşebbüsten yazılım hizmeti satın almasıdır. Diğer bir deyişle biletleme yazılımının teşebbüs içi teknik ve mali imkânlarla geliştirilmediği durumda otobüs firması biletleme yazılımı ihtiyacını dış kaynaklardan karşılayacaktır. Dolayısıyla otobüs firmaları biletleme yazılımı pazarının talep tarafını oluşturmakta, yazılım sağlayıcıları ise arz tarafında yer almaktadır. Bu iki teşebbüs (otobüs firması-yazılımcı) arasında biletleme yazılım hizmetinin satın alınması işlemi yazılım firması tarafından ücretlendirilebilmektedir.
- (32) Sektörde biletleme yazılım hizmeti için alınan bedellere ilişkin olarak iki farklı yöntemin benimsendiği görülmektedir. OBİLET-BİLETALL devralması öncesinde BİLETALL'in, ATLAS YAZILIM'ın ve ECE YAZILIM'ın sağladıkları yazılım hizmeti karşılığında aylık

<sup>5</sup> IMS (*Inventory Management System*) kavramı biletleme yazılımı sistemlerini ifade etmekte olup, kararda "IMS" ve "biletleme yazılımı" ifadeleri birbirlerinin yerine kullanılmıştır.

<sup>6</sup> (.....).

olarak kullanıcı/ekran başına bir ücretlendirme yaptıkları görülmektedir. Öte yandan OBİLET'in 2021 yılının Ekim ayına kadar otobüs firmalarından yazılım hizmeti için ayrı bir bedel talep etmediği, 2021 yılı Ekim ayından itibaren biletleme yazılımı kullanım ücretini ayrıştırmaya başladığı ve bilet satış bedelinin %(. ....) oranında teknik hizmet bedeli tahsil etmeye başladığı anlaşılmaktadır. OBİLET'in getirdiği bu sistem ile ekran başına aylık alınan ücret sisteminden farklı olarak, platform üzerinden satılan bilet adedine bağlı bir fiyatlamanın yapıldığı görülmektedir.

- (33) Biletleme yazılımı kullanımı konusunda otobüs firması davranışları incelendiğinde taşıyıcıların aynı anda sadece tek bir yazılım ile çalıştığı görülmekte, aynı anda birden fazla yazılım ile çalışılmasının koltuk doluluklarının tek bir yazılım üzerinden yürütülmesi dolayısıyla mümkün olmadığı ifade edilmektedir.

#### H.2.1.4. Otobüs Sefer Verilerinin Platformlara Dağıtımı (B2B<sup>7</sup>) Hizmeti

- (34) Biletleme yazılımlarının kullanılmasıyla tüm satış noktalarının otobüs firmasının sefer verisine eş anlı olarak erişmesinin önü açılmıştır. Biletleme yazılımının yaygın biçimde kullanılması otobüs firması sefer verilerinin çevrim içi bir satış kanalı olan bilet satış platformlarına dağıtımı faaliyetlerinin de ortaya çıkmasını sağlamıştır. Türkiye'de birçok biletleme yazılımı sağlayıcısı, biletleme hizmeti verdiği şehirler arası otobüs firmalarının sefer verilerini bir portföy halinde (birden fazla otobüs firması, birden fazla sefer) geliştirdikleri API'ler (*application programming interface*, uygulama programlama arabirimi) aracılığıyla, bilet satış platformlarına aktarmaktadır. Biletleme yazılımı sağlayıcılarının söz konusu dağıtım hizmeti sayesinde sefer verilerini bir portföy halinde alan, kendine ait biletleme yazılımı mevcut olsun veya olmasın, tüm platformlar yolculara bilet satışı gerçekleştirebilmektedir.
- (35) B2B hizmeti veren firmaların portföyünü neredeyse bütünüyle ilgili firmanın biletleme yazılımını kullanan otobüs firmalarının sefer verileri oluşturmaktadır. Bu noktada otobüs firmasının yazılımını kullandığı firmaya otobüs sefer verilerinin başka platformlara dağıtımı için onay vermesi halinde B2B portföyde yer aldığı ve dağıtım hizmetinden faydalandığı hususunun altı çizilmelidir.
- (36) Ancak sektörde B2B hizmeti veren firmaların portföyünü kendi yazılımı dışında başka yazılımı kullanan firmalar açısından da genişletme imkânları bulunduğu görülmektedir. Şöyle ki, OBİLET tarafından ifade edildiği üzere, OBİLET/BİLETALL'a ait IMS'leri kullanan taşıyıcı firmalara ek olarak, diğer IMS'leri kullanan bazı taşıyıcı firmaların sefer verileri de, ilgili B2C platformun talebi halinde OBİLET/BİLETALL tarafından tek bir API (*Application Programming Interface*)-(Uygulama Programlama Arayüzü) aracılığıyla sağlanan envanter içerisinde tutularak ilgili B2C platformuna aktarılmaktadır. Bunun anlamı başka yazılımı kullanan taşıyıcı firmaların sefer verilerinin OBİLET/BİLETALL B2B envanteri içerisinde platformlara sunulmasıdır. OBİLET söz konusu hizmetin tamamen B2C platformların pazara erişimini ve taşıyıcı firmanın daha çok sayıda alternatif satış kanalına sahip olmasını kolaylaştırmak amacıyla, hem taşıyıcı firmaların, hem de B2C platformların tercihine bağlı bir şekilde yürütüldüğünü dile getirmiştir. Ancak, B2C platformların diğer IMS'leri kullanan taşıyıcı firmaların sefer verilerini ilgili IMS firmasından doğrudan API veya B2B hizmeti olarak, OBİLET/BİLETALL'ı aracı olarak kullanmaksızın temin etme imkânının her zaman mevcut olduğu da belirtilmiştir. Ancak, API bağlantı sayısını ve muhatap aracı dağıtıcı firma sayısını artırmak istemeyen veya ilave API bağlantısı için efor sarf etmeyi

<sup>7</sup> İşletmeler arası e-ticaret modeli olarak ifade edilen *B2B*, internet üzerinde işletmeler arasında gerçekleşen her türlü işleme karşılık gelmektedir. Kararda B2B hizmeti, otobüs sefer verilerinin platformlara dağıtım hizmetine karşılık gelecek şekilde kullanılmıştır.



rasyonel bulmayan yerli ve yabancı B2C platformların bu hizmeti OBİLET/BİLETALL'dan alabilmesine olanak sağlamak amacıyla uygulamanın bu şekilde, opsiyonel olarak yürürlükte tutulduğu beyan edilmiş ve bu konuda örnek uygulamalar sıralanmıştır.

- (37) Birden çok otobüs firmasının sefer bilgilerinin toplulaştırılarak bir portföy halinde bilet satış platformlarına aktarılması, platformları tek tek otobüs firmalarının sefer verilerini kendi sistemlerine aktarmak, firmalarla ayrı ayrı anlaşma yapmak ve tek tek mahsuplaşmayı gerektiren muhasebe maliyetinden kurtarmaktadır. B2B hizmeti otobüs firmaları açısından bir yandan biletini satan platform sayısını artırırken diğer yandan her bir platformdan ayrı ayrı bilet satış gelirinun teminine gerek olmaksızın, bu gelirin B2B firması aracılığıyla tek bir kanaldan temin edilmesi imkânı vermektedir. Bu anlamda B2B pazarında faaliyet gösteren teşebbüsler, otobüs firması ile bilet satış platformları arasında köprü görevi görmektedir.
- (38) Otobüs firmalarının pazarda nihai amacı birçok satış noktasında yer alarak yolculara bilet satışı konusunda birçok noktadan ulaşabilmektir. Dosya kapsamında yapılan görüşmelerde de bu husus otobüs firmalarınca vurgulanmış ve "*birden fazla platformda yer alıyor olmalarının tüketicilerin kendilerine rastlama olasılığını artırdığı*" ifade edilmiştir. Otobüs firmaları tek tek acenteler ile iletişime girerek satış gerçekleştirebileceği gibi B2B hizmeti veren firmaların portföyünde yer alarak da bu firmaların dağıtım kanallarına ulaşma imkânından yararlanmaktadır. Bu noktada B2B hizmeti bir otobüs firmasının daha az işlem maliyetine katlanarak daha çok satış noktasında yolcu ile buluşmasına imkân verdiğinden otobüs firması açısından daha çok satış kanalına ulaşacağı dağıtım hizmeti veren firmanın portföyüne eklenmek rasyonel hale gelmektedir. Bilet satış platformu da daha çok yolcunun talebini çekebilmek için platformunda en geniş portföy olacak şekilde bir listeleme yapmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla B2B hizmeti veren firmaların portföy çeşitliliği/genişliği platformlar açısından önemli bir tercih sebebidir. Pazarın bu niteliği sefer verilerinin platformlara dağıtımını pazarını bir yanda otobüs firmasının bir yanda bilet satış platformlarının yer aldığı çift taraflı bir pazar olarak nitelemeyi gerektirmektedir. Çift taraflı bu pazar yapısında pazarın her iki tarafı da pozitif dışsallıklardan etkilenmektedir. Bu nedenle bu modele hem otobüs firması hem de bilet satış platformlarınınca sıklıkla başvurulmaktadır.
- (39) Sağlanan B2B hizmeti karşılığında ücretlendirme politikası incelendiğinde ise otobüs firmasının bu hizmet için sefer verisi sağlayan konumda kaldığı ve ayrı bir bedel ödemediği, bilet satış komisyonu içinde bu hizmetin de verildiği görülmektedir. Diğer yandan sağlanan portföy karşılığında veri toplulaştırılan biletleme yazılımı sağlayıcısı ile bilet satış platformu arasında B2B hizmete yönelik olarak bir ücretlendirme bulunmaktadır. Sektörde bu konuda iki uygulamanın olduğu görülmektedir.
- (40) OBİLET tarafından da uygulanan ilk uygulamada OBİLET otobüs firması ile bir bilet satış sözleşmesi imzalamakta bu sözleşme ile otobüs firmasının biletleri obilet.com ya da biletall.com platformlarında yolcuya satılmakta ve OBİLET bu hizmet için otobüs firmasından bir bilet satış komisyonu elde etmektedir<sup>8</sup>. OBİLET aynı zamanda sefer verilerinin platformlara dağıtımını pazarında otobüs firmalarının toplulaştırılmış sefer verilerini rakip platformlara satmakta ve burada veri sağlayıcısı olarak platformdan bir bedel talep etmektedir. "Gelir Paylaşımı Modeli" olarak adlandırılan bu modelde otobüs firmasından hak edilecek bilet satış komisyonu, belli oranlarda biletleme yazılımı sağlayıcısı ile bilet satış platformu arasında paylaşılmaktadır.

<sup>8</sup> Bu uygulama taahhüt öncesi dönemi kapsamaktadır.

- (41) Diğer uygulama MYDATA'nın bilet satış platformları ile olan sözleşmesinde yer alan uygulama olup burada bilet satış platformu isterse; otobüs firması ile kendi bilet satış komisyonu için görüşmektedir. Anlaşma sağlanması durumunda veri sağlayıcısı; ilgili otobüs firmasının biletlerinin platformda satışı için API hizmeti vermekte, bilet satış platformu anlaştığı komisyon ücretini almakta, biletleme yazılımı sağlayıcısı ise API hizmeti için bedel talep etmektedir.
- (42) MYDATA hem gelir paylaşımı modelini uygulamakta hem de bilet satış platformlarının doğrudan otobüs firması ile iletişime geçtiği model çerçevesinde fiyatlamayı da kabul etmektedir. OBİLET ise sadece gelir paylaşımı modeli çerçevesinde fiyatlama gerçekleştirmektedir.
- (43) Sektörde B2B hizmeti veren/verebilecek teşebbüsler incelendiğinde ise bunların MYDATA, ECE YAZILIM, hâlihazırda yalnızca METRO TURİZM'e hizmet sunan ATLAS YAZILIM, OBİLET ve devralma işlemi neticesinde OBİLET uhdesine geçen BİLETALL olduğu görülmektedir. ASRİN BİLİŞİM de biletleme yazılımı yürüttüğü dönemde bu pazarda hizmet sağlamış ancak pazardan 2022 yılı itibarıyla çıkmıştır.

#### **H.2.1.5. Otobüs Biletlerinin Platformlar Üzerinden Satışı (B2C<sup>9</sup>) Hizmeti**

- (44) Yakın dönemde yüksek büyüme sergileyen çevrim içi otobüs bileti satış platformları sefer verisine sahip oldukları otobüs firmasının biletlerini platform üzerinde listelemekte ve yolculara bilet satış hizmeti vermektedir. Daha teknik bir anlatımla bilet satış platformları asıl olarak otobüs firmalarının seferlerinin listelendiği pazaryeri alanları olarak faaliyet göstermekte ve otobüs firmaları ile yolcular arasında ticari ilişki kurmaktadır.
- (45) Platformların ana dağıtım kanalları, masaüstü ve mobil web siteleri ile farklı uygulama pazarlarına göre kodlanmış mobil uygulamalarından oluşmaktadır. Bunun yanı sıra çağrı merkezleri üzerinden satış öncesi ve sonrası bilet satış işlemine yardımcı olunmaktadır.
- (46) Diğer yandan biletleme yazılımına sahip otobüs firmalarının biletlerini kendilerine ait satış kanallarından kendi pazarlama imkânları ölçüsünde satabilmesi mümkündür. Dolayısıyla otobüs firmaları kendilerine ait satış kanallarından bilet satabilmekte ve/veya bilet satış platformlarından bilet satış hizmeti de alabilmektedir. Bununla birlikte Tablo 1'deki verilerin de ortaya koyduğu çevrim içi satışlardaki pazar eğilimleri göz önüne alındığında ise, otobüs firmalarının daha çok yolcuya ulaşmak için yüksek görüntülenme trafiğine sahip platformlara yöneldiği anlaşılmaktadır. Nitekim yolcular da kapsamlı karşılaştırma imkânları içeren platformu öncelikle tercih etmektedir. Dolayısıyla platformlar bir taraftan otobüs firmasının ihtiyaç duyduğu görünürlüğü karşılarken yolcular ise çok sayıda otobüs firmasını tek bir kanal üzerinden listeleyebilmekte ve bilet satın alabilmektedir. Bu yapı dâhilinde çevrim içi otobüs bileti satış platformları çift taraflı bir pazar niteliği taşımakta olup pazarın her iki tarafı pozitif dışsallıklardan faydalanmaktadır.
- (47) Otobüs bilet satış hizmetine ilişkin ücretlendirme sistemi incelendiğinde ise, pazarda tek bir yöntem bulunduğu görülmektedir. Söz konusu yöntemde göre platformdan bilet satın alan yolcu; otobüs firmasının talep ettiği bilet bedeli dışında bir ücret ödememekte, otobüs firması ise çoğunlukla pazarlama, reklam ve ödeme hizmet

<sup>9</sup> İşletmeden tüketiciye e-ticaret modeli olarak ifade edilen B2C, bir ürün veya hizmetin tekrar satılmayacak veya el değiştirmeyecek şekilde bir birey veya bir şirket tarafından internet üzerinden tüketiciye satılması faaliyetidir. Kararda B2C hizmeti, otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı hizmetine karşılık gelecek şekilde kullanılmıştır.

komisyonu gibi ek maliyetlere katlanmaksızın yalnızca “*bilet satış komisyonu*” ödemektedir.

- (48) Mevcut durumda bilet satış platformu olarak pazarda en büyük paya sahip olan OBİLET/BİLETALL’in yanı sıra, ENUYGUN, TURNA, NEREDENNEREYE, BİLET.COM, BİLETARA (MYDATA), Onlinebilet Com Bilişim Seyahat ve Tic. Ltd. Şti. (ONLINEBİLET) ve Bilet11 Turizm Ticaret AŞ (BİLET11) gibi platformlar yer almaktadır. Ayrıca bilet satış platformu olarak faaliyet gösteren ancak pazarda çok düşük payları olduğu değerlendirilen irili ufaklı teşebbüsler bulunmaktadır<sup>10</sup>.
- (49) Otobüs bileti satışı sürecini yukarıda ortaya koyan üç parçalı yapı düşünüldüğünde (biletleme yazılımı, B2B ve B2C hizmeti) sektörde yalnızca B2C bilet satış hizmeti sunan platformlar söz konusu olduğu gibi dikey bütünleşik organizasyona sahip platformlar da bulunmaktadır. Nitekim inceleme tarafı OBİLET pazarının her seviyesinde dikey bütünleşik faaliyet gösteren az sayıda teşebbüsten biridir. OBİLET, bilet satış işlemleri için gerekli olan bir girdi pazarı niteliğindeki biletleme yazılımı hizmeti, bir anlamda toptan pazar niteliği sergileyen B2B hizmeti ve yolculara perakende seviyesinde bilet satış işleminin gerçekleştirildiği B2C hizmeti faaliyetleri ile bilet satış pazarının tüm seviyelerinde faaliyet gösteren üç aşamalı dikey bütünleşik bir teşebbüstür. Benzer şekilde MYDATA da pazarın her seviyesinde faaliyet göstermektedir. Bu iki teşebbüs dışında kalan tüm platformlar ise B2B pazarında bulunan teşebbüslerden portföy halinde sefer verilerini satın alarak ve/veya doğrudan otobüs firması ile bilet satış anlaşması akdederek biletleme yazılımı firmasının API hizmeti ile bilet satışlarını gerçekleştirmektedir. Bu bakımdan OBİLET ve MYDATA dışındaki platformlar sadece perakende pazar niteliği taşıyan B2C pazarında yer almaktadır.

## H.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (50) Mevcut dosyada ilgili ürün pazarı tanımlanmasının başlangıç noktasını otobüs bileti satış faaliyetleri kapsamında sunulan hizmetlerin belirlenmesi oluşturmaktadır. Yukarıda detaylarına yer verilen otobüs bileti satışındaki üç hizmet, temelde hizmet alan tarafın yani talep tarafının otobüs firmaları, bilet satış platformları ve yolcular olduğu üç farklı türde hizmeti ihtiva etmektedir. Söz konusu üç hizmet grubu, farklı talep gruplarının ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından ayrı hizmetler olduğundan bu hizmetlerin, tüketiciler bakımından birbirine ikame olarak kabul edilemeyeceği değerlendirilmektedir. Zira biletleme yazılımı sağlayıcılığı faaliyetinde otobüs firmalarına biletlerini tüm kanallardan satmak için ihtiyaç duyduğu yazılım hizmeti sağlanmaktadır. Bununla birlikte otobüs sefer verilerinin platformlara dağıtım hizmeti ise otobüs firmalarının sefer verileri bir portföy halinde bilet satış platformlarına sağlanmaktadır. Bilet satış platformlarının yer aldığı pazarda ise platform, yolcu ile otobüs firmalarını bir araya getirmekte ve yolcuya bilet satış işlemini gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla bu üç hizmet türü, farklı tüketici gruplarına farklı hizmetler sağlanması nedeniyle, pazar tespiti bakımından daha baştan farklılaşmakta ve bu hizmetlerin birbirlerinden ayrı pazarlar olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

<sup>10</sup> Bahse konu firmalara; Banabibilet, Bilet.net, Biletiniz, BiletSepeti, CepYol, Delux Tur, Fark Var, Git ve Gel, Globalbilet.com, Heybilet.com örnek verilebilecektir.

### H.2.2.1. Otobüs Taşımacılığı İçin Biletleme Yazılımı Hizmeti Bakımından İlgili Ürün Pazarı

- (51) Biletleme yazılımları otobüs firmasının geleneksel ve çevrim içi tüm kanallar üzerinden yapacağı satışlar için gereken sefer verilerinin senkronize bir şekilde tek bir yazılım üzerinden görüntülenmesini ve satış işlemi verisinin sisteme işlenmesini sağlamaktadır. Bu bakımdan biletleme yazılımları otobüs firmaları için bilet satış hizmetinin sağlanmasında bir girdi niteliğindedir. Bu girdi, pazarda sefer verilerinin satılabilir hale gelmesini sağlamaktadır.
- (52) Sefer verilerinin senkronize bir şekilde görüntülenmesi sayesinde biletleme yazılımları aynı biletin çifte satışı ihtimalini ortadan kaldırmakta ve satış sürecinin optimize edilmesi sağlanmaktadır. Diğer yandan manuel yöntemler kullanılarak yapılan satışlarda birden çok satış kanalında senkronize bir verinin kullanımının sağlanması çok zor olup çifte satış riski oldukça yükselmektedir. Bu nedenle manuel yöntemlere karşı biletleme yazılımları çevrim içi, çevrim dışı çok sayıda bilet satış noktasının bulunduğu satış sürecinde önemli bir kullanım kolaylığı sağlamakta, otobüs firmasını çifte satışın maliyetlerinden ve yolcu üzerinde oluşacak firmaya yönelik olumsuz imajdan kurtarmaktadır. Bu önemli avantajları sayesinde biletleme yazılımları neredeyse tüm otobüs firmaları tarafından kullanılmaktadır. Nitekim OBİLET tarafından ifade edildiği üzere Türkiye’de, ülkenin en ücra köşelerine kadar yayılmış 400’ü aşkın otobüs firmasının, en küçük boyutta olanları dâhil birkaç mikro boyuttaki istisnai firma haricinde tamamı biletleme yazılımı kullanmaktadır.
- (53) Yukarıda açıklanan avantajlarının yanı sıra biletleme yazılımları, otobüs firmalarının regülasyondan kaynaklanan bazı sorumluluklarının da yerine getirilmesini kolaylaştırmaktadır. Bakanlık tarafından 08.01.2018 tarihinde yayımlanan Yönetmelik ile yürürlüğe konulan U-ETDS (Ulaştırma Elektronik Takip ve Denetim Sistemi) mevzuatı gereği otobüs firmalarının tüm yolcu bilgilerini sefer başlamadan önce Bakanlığa iletmeleri zorunludur. OBİLET tarafından ifade edildiği üzere, uygulamanın yürürlüğe konduğu tarihten bu yana, otobüslere biletsiz yolcu alıp biletini sonradan düzenleme gibi, tüm dünyada sıkça görülen ve otobüs firmaları tarafından kolaylıkla uygulanacak bir satış yöntemi ülkemizde yaygın görülmemektedir. U-ETDS’ye bildirilen yolcu listesi ile otobüste yer alan yolcuların listesinin bire bir eşleşmemesi halinde otobüs firmalarına ağır cezalar uygulanmakta, aracın sefere çıkması/devam etmesi engellenmektedir. Teoride U-ETDS’ye bu bildirimler manuel olarak yapılabilecek olsa da biletleme yazılımlarının sağladığı otomatik bildirim özelliği, otobüs firmalarını çok önemli bir işlem yükünden kurtarmakta ve hata kaynaklı cezalardan korumaktadır.
- (54) Dosya kapsamında ayrıca biletleme yazılımlarının taşıyıcılıkta yer alan regülasyonlara kısa sürede adapte olunmasına imkân verdiği de ifade edilmiştir. Özellikle pandemi döneminde uygulamaya alınan HES kodu zorunluluğu önemli örnekler arasında gösterilmiştir. Böylesi durumlarda, biletleme yazılımı yapan teşebbüslerin yazılımı çok kısa sürede güncellemesiyle birlikte taşıyıcı firmaların regülasyon gereği ortaya çıkan değişikliğe uygun hizmet vermeleri kolaylaşmaktadır. Tüm bu sebeplerle talep ikamesi bakımından manuel yöntemler ile biletleme yazılımları ikame değildir.
- (55) Soruşturma tarafınca “otobüs taşımacılığı için biletleme yazılımı hizmeti pazarı”na ilişkin olarak teşebbüsün otobüs firmalarına sunmuş olduğu biletleme yazılım hizmetinin genel bir yazılım faaliyetinden farklılık teşkil etmediği, otobüs biletlemeleri için kullanılabilecek bir yazılımın başka bir hizmet türü için makul bir süre ve maliyetle tasarlanabileceği ifade edilmektedir. Bu kapsamda otobüs taşımacılığı için biletleme

yazılım hizmeti pazarının, arz ikamesi yönüyle diğer yazılım hizmetlerinden kayda değer oranda ayrılmadığını savunan taraf, ilgili ürün pazarının “yazılım hizmetleri pazarı” olarak belirlenmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu tanımın geniş bulunması halinde ise söz konusu pazarın “envanter yönetimi altyapı yazılımı pazarı” veya “seyahat biletlemesi envanter yönetimi altyapı yazılımı pazarı” olarak belirlenebileceği ifade edilmiştir.

- (56) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz’da ifade edildiği üzere, arz ikamesi talep ikamesine eşdeğer etkisi olduğu durumlarda pazar tanımlamasında hesaba katılabilmektedir. Bunun için, tedarikçilerin göreceli fiyatlarda meydana gelecek küçük ve kalıcı artışlar karşısında üretimlerini başka ürünlere kaydırabilmeleri ve bunları kısa dönemde kayda değer ek maliyetlere ve risklere katlanmak zorunda kalmadan pazarlayabilmeleri gerekmektedir. Bu koşullar yerine geldiğinde, piyasaya sürülecek ek üretim, incelenen teşebbüsler üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturacaktır. Böyle bir etki ise etkinlik ve çabuk sonuç verme açısından talep ikamesine eşdeğer olacaktır.
- (57) Bu savunması ile OBİLET, yazılım hizmeti pazarındaki her teşebbüsün henüz otobüs biletleri için bir biletleme yazılımı olmasa da ilgili pazarda yer aldığını dolayısıyla OBİLET üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturabildiğini ileri sürmektedir. Ancak üçlü dikey yapısı yukarıda anlatılan mevcut sektörde biletleme yazılımı pazarında dikey bütünleşik olmadan faaliyet gösteren ve OBİLET’in ilgili pazarda rakip olarak gördüğü yazılım firmalarına benzer nitelikte olabilecek ECE YAZILIM, ASRİN BİLİŞİM gibi firmalar otobüs biletleri için biletleme yazılımları olmasına rağmen pazarda sınırlı bir varlık sergilemekte hatta ASRİN BİLİŞİM otobüs biletlerine ilişkin biletleme yazılım hizmetleri faaliyetlerini sonlandırmış bulunmaktadır.
- (58) İlgili teşebbüslerin pazardaki bu sınırlı faaliyetinin en önemli sebebi dikey bütünleşik yapı içerisindeki üç pazar bakımından en büyük gelirin OBİLET ve MYDATA’nın da ifade ettiği gibi B2B ve B2C pazarlardan elde edilmesidir. Nitekim OBİLET’in de ifade ettiği üzere biletleme yazılımı firmaları bu iki pazardaki gelir için yazılım hizmetini ya fiyatlamamakta ya da yazılım hizmetinden çok düşük bir bedel talep etmektedir.
- (59) Bu noktada OBİLET taşıyıcı firmalara sunduğu hizmetler bakımından 2022 yılında bir değişikliğe gitmiş olup B2B ve B2C hizmet için satış-dağıtım-pazarlama (SDP) komisyonu, biletleme yazılımı kullanımı için ise teknik hizmet bedeli (THB) almaya başlayarak, biletleme yazılımı için alınan bedeli diğer hizmetlerden ayırtmıştır. Bu ayırıştırma öncesi sektörde otobüs firmaları OBİLET’e sadece bilet satış komisyonu ödemekte olup eğer OBİLET altyapısını kullanıyor ise onun fiyatlanmadığı şeklinde bir algıya sahip bulunmaktadır. Ayırıştırma yapılan fiyatlama modelinde OBİLET SDP komisyonu olarak bilet başına 2022 ve 2023 yılları için %(.....) arası bir bedel talep ederken, teknik hizmet bedeline ilişkin komisyon oranı ilgili yıllarda %(.....) seviyesinde gerçekleşmiştir. Bununla birlikte OBİLET’in ilgili oranları ayırttığı modele geçiş sonrasında biletleme yazılımı sistemine dâhil olan veya sisteminden ayrılan herhangi bir taşıyıcı firma olmamıştır.
- (60) OBİLET’in değişen fiyatlama politikası iki hususu ortaya koymaktadır. Yukarıda yer verilen SDP komisyonu ve teknik hizmet bedeline ilişkin oranlardan görüldüğü üzere sektörde asıl gelir oyuncuların da ifade ettiği üzere B2B ve B2C hizmetten kaynaklanmaktadır. Bunun yanı sıra fiyatlama politikasındaki değişikliğe rağmen OBİLET yazılımından rakip yazılımlara geçiş olmaması biletleme yazılımı talebindeki katılımı ortaya koymaktadır. Zira otobüs firmaları biletleme yazılımı için bir bedel ödemedikleri algısına sahipken yeni modelde bilet bedelinin %(.....) arasında değişen yazılım hizmeti kaynaklı bir bedel ödemeye başlamış olmalarına karşın OBİLET’in

altyapısından ayrılan hiçbir firma olmamıştır. Dosya kapsamında yapılan görüşmelerde dile getirilen bir otobüs firmasının biletleme yazılımını değiştirmesinin yazılımı firma içinde aktif kullanan personelin alışkanlıkları dolayısıyla zor olduğu hususu da talepteki katılığa işaret etmektedir.

- (61) Yukarıda anlatılanlar çerçevesinde dikey bütünleşik yapının etkisi ve hizmetlerdeki fiyat farklılıkları dolayısıyla yazılım firmaları otobüs biletlerine ilişkin biletleme yazılımı hazırlayacak durumda olsa bile B2B ve B2C pazara da giriş yapmadan ilgili pazara girmeleri ve rekabetçi bir güç sergileme imkânları sınırlı kalmaktadır. Bu noktada B2B ve B2C pazarın yüksek giriş engelleri bulunan ve aşağıda ifade edildiği üzere OBİLET'in pazar gücüne sahip olduğu pazarlar olması da yazılım firmalarının savunmada ifade edildiğinin aksine kısa süre içerisinde rekabetçi bir şekilde otobüs bileti biletleme pazarına girmesini engellemektedir.
- (62) Bunun yanı sıra arz ikamesinin değerlendirilmesi açısından otobüs bileti biletleme yazılımlarını diğer yazılımlardan farklılaştıran, bu nedenle bir yazılımın kısa sürede otobüs bileti biletleme ihtiyaçları için kullanılabilir hale gelmesini kısıtlayan önemli unsurlar bulunduğu ifade edilmelidir. OBİLET tarafından ifade edildiği üzere, yurt dışında (örnek: Polonya, Çekya, Batı Avrupa ülkeleri, ABD) kullanılan biletleme yazılımlarının birçoğu, Türkiye'deki karmaşık ve regülasyona tabi yapının gerektirdiği modüllerden ve işlevsellikten yoksundur. Zira Türkiye'de tüketici alışkanlıklarının getirdiği, artık sektörde olmazsa olmaz bir uygulama olan koltuk seçimi ve koltuk seçiminde cinsiyet tercihi olması gerekliliği ve otobüs taşıyıcılığına yönelik regülasyonlar, otobüs biletlerine yönelik biletleme yazılımlarının yazılma sürecini ve algoritmasını etkilemektedir. OBİLET Türkiye'nin, bilet alımı sırasında kullanıcılara "koltuk seçimi" imkânı sağlayan çok az sayıdaki ülkeden biri olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca, Türkiye'de kullanıcının cinsiyetine göre koltuk seçiminde kısıtlama getirilmektedir. Bu gereklilikler nedeniyle OBİLET, yazılım sağlayıcıların, aynı aileden olmayan kadın ve erkek yolcuların yan yana koltuk seçmesini engelleyecek, aynı aileden olmaları halinde ise bu seçimi mümkün kılacak, yazılımsal olarak zor bir algoritmayı yönettiklerini belirtmiştir. Bu bakımdan savunmada ileri sürüldüğü üzere arz ikamesini göz önünde bulundurarak pazar tanımı yapılması sektörün işleyişi çerçevesinde mümkün gözükmemektedir.
- (63) Bunun yanı sıra biletleme yazılımlarını diğer yazılımlardan farklılaştıran bir başka özellik de yazılımların karmaşıklığından kaynaklanmaktadır. Dosya kapsamında bu yazılımların karmaşık bir yapıda olduğu, sıfırdan yazılım geliştirmenin zor olduğu, kod geliştirmek için en az iki yıl gerektiği, yazılımın tüm banka sistemlerine, birden fazla ödeme sistemine ve birden fazla çevrim içi satış platformuna entegre olması gerektiği, yazılımın sorunsuz çalışabilmesi için ayrıca deneme süresine ihtiyaç duyulabileceği ifade edilmiştir. OBİLET de biletleme yazılımının hazırlanması ve yaygınlaştırılması için uzun vadeli ve riskli bir yatırımın gerektiğini dile getirmiştir.
- (64) Sayılan tüm bu hususlar nedeniyle talep ikamesi açısından biletleme yazılımlarına alternatif bir yöntemin bulunmadığı, diğer yazılımlar bakımından arz ikamesinin de kısıtlı olduğu değerlendirilmiş ve dosya kapsamında bu hizmet bakımından ilgili ürün pazarı "otobüs taşımacılığı için biletleme yazılımı hizmeti pazarı" olarak belirlenmiştir.

#### **H.2.2.2. Otobüs Sefer Verilerinin Platformlara Dağıtımı (B2B) Hizmeti Bakımından İlgili Ürün Pazarı**

- (65) Biletleme yazılımına otobüs sefer verisinin girilmesi ile söz konusu sefere ait bilet, tek bir yazılım üzerinden satılabilir hale gelmektedir. Geleneksel kanaldaki acenteler yazılıma erişim sağlayarak bilet satışını gerçekleştirdiği gibi çevrim içi kanallar da aynı

yazılım üzerindeki sefer verilerini kullanarak bilet satışı yapabilmektedir. OBİLET tarafından da ifade edildiği üzere Türkiye’de birçok biletleme yazılımcısı, hizmet sağladıkları şehirler arası otobüs firmalarının sefer verilerini oluşturdukları API’ler aracılığıyla, çevrim içi ve çevrim dışı bilet satış kanallarına aktarmaktadırlar.

- (66) B2B hizmeti pazarı yukarıda ifade edildiği üzere Türkiye’de biletleme yazılımı firmalarının yer aldığı çift taraflı bir pazar niteliğindedir. Bu pazarda değişime konu hizmet, sefer verilerinin sağlanması hizmetidir. İşlem tarafları ise dağıtıcı B2B firması ile sefer verisi dağıtılan otobüs firması ve sefer verilerini kullanan platformdur. Bu noktada, otobüs firmalarına ait sefer verilerinin portföy olarak toplulaştırılarak platformlara sağlanması bir anlamda platformlara toptan bilet satışı hizmeti verilmesidir. Otobüs firmasına verilen hizmet ise firmanın biletlerinin birden fazla platformda satışa sunulması hizmeti olarak ortaya çıkmakta, otobüs firması sefer verisini toptan satılmak üzere B2B hizmeti veren teşebbüse vermektedir.
- (67) Platformlara bilet satış verilerinin sağlanmasında ise iki yöntem olduğu görülmektedir. Doğrudan bağlantı olarak ifade edilecek ilk sistemde bilet satış platformu ve otobüs firması bilet satış işlemi için görüşerek bir anlaşma içine girebilmekte ve platformun sefer verilerine erişimi sağlanarak bilet satış işlemi gerçekleştirilebilmektedir. Bu yöntemde B2B hizmeti veren firma yer almamakta sefer verisi sahibi (otobüs firması) ile bilet satışını yapan platform aracı kullanmaksızın bir araya gelmektedir. Sektörde bu şekilde çalışan otobüs firmaları olduğu görülmekte ancak bunların sayısı oldukça sınırlı kalmaktadır.
- (68) OBİLET tarafından ifade edildiği üzere; otobüs firmalarından kendi sefer verilerini kendi sunucularında barındıran ve kendi API servisi bulunan firmaların herhangi bir aracı kullanmaksızın farklı bilet satış platformları ile çalışması mümkündür. Ancak OBİLET, otobüs firmasının çok sayıda bilet satış platformu ile iş ilişkisi içine girerek işlemleri karmaşıktırmak istemediğini dile getirmiş bu sebeple B2B hizmetinden faydalandığını belirtmiştir. Benzer husus dosya kapsamında görüşülen otobüs firmalarının bazılarınca da dile getirilmiştir.
- (69) İkinci alternatif yöntem ise B2B hizmeti almaktır. Otobüs firmasının B2B hizmetinden faydalanması durumunda, B2B hizmeti veren teşebbüs portföyündeki otobüs firmalarının biletlerinin satılmasına yönelik olarak platformlarla anlaşmakta ve sefer verisi sağlamaktadır. Böylelikle bir otobüs firmasının, seferlerinin her bir platformda görülmesi için platform sayısı kadar sözleşme yapması gerekliliği ortadan kalkmaktadır. Türkiye’de hâlihazırda otobüs firmalarının seferlerine yönelik B2B hizmeti veren teşebbüsler, aynı zamanda biletleme yazılımı veren/verebilen OBİLET/BİLETALL, MYDATA, ATLAS YAZILIM ve ECE YAZILIM’dır. Teknik gerekçelerle her bir otobüs firmasının yalnızca bir biletleme yazılımı kullanabildiği ve yazılım firmasının B2B hizmeti verdiği/verebildiği de göz önüne alındığında, otobüs firması açısından tek bir sözleşme ile sefer verisinin tüm platformlarda listelenebilir hale gelmesi mümkün olmakta ve otobüs firması önemli işlem maliyetlerinden kurtulmaktadır.
- (70) OBİLET tarafından otobüs firmasının bu yöntemi tercih etmekteki diğer nedenleri; ilgili bilet satış platformundan bilet ücretlerini tahsil edip edemeyeceklerine dair risk değerlendirmesi, her bir bilet satış platformu ile ayrı ayrı API entegrasyonu eforuna katlanmak istememeleri, ilgili bilet satış platformunun müşteri hizmet kalitesinden ve 7/24 hizmet sağlayıp sağlamayacaklarından emin olamamaları halinde sorumluluğu üstlenecek bir aracı B2B hizmet vereni muhatap olarak görmek istemeleri, müşteri bilet

iade işlemlerinde bilet satış platformunun ne şekilde davranacağına ilişkin güvensizlikleri ve siber güvenlik ve veri güvenliği kaygıları olarak sıralanmıştır.

- (71) Aynı durum platform açısından da geçerlidir. Bilet satış platformları; otobüs firmaları ile ayrı ayrı iş ilişkisi kurmak için özelleşmiş bir ekibe ihtiyaç duyulması, taşıyıcı firmaların ve biletleme yazılımı firmalarının katlanacağı ilave maliyetlerin ve eforların bedelinin platform tarafından karşılanmasının ve yüzlerce firmayla doğrudan bağlantı kurmanın gerekmesi nedenleriyle otobüs firmaları ile ayrı ayrı iş ilişkisi kurmak yerine veri sağlayıcıları üzerinden firmaların bilet bilgilerine erişmek yolunu tercih etmektedir. Hatta B2C, API bağlantı sayısını ve muhatap aracı dağıtıcı firma adedini artırmamak veya ilave API bağlantısı için efor sarf etmeyi fizibil/rasyonel bulmamak gerekçesiyle başka IMS'i kullanan otobüs firmalarının sefer verisini OBİLET B2B portföyü kapsamında almayı bile tercih edebilmektedir. Böylelikle bilet satış platformları B2B hizmeti çerçevesinde çok büyük bir portföyle ve daha az maliyetle bilet satış platformu pazarına daha hızlı bir şekilde girmektedir.
- (72) Açıklamalar çerçevesinde, otobüs firmasının her bir platformla, platformun ise her bir otobüs firması ile anlaşmasını gerektiren doğrudan bağlantı yöntemi; B2B hizmetine, özellikle de maliyetler nedeniyle, talep yönünden ikame olamamaktadır. Bu durum sektörde en yaygın kullanımın B2B hizmeti olmasından da anlaşılmaktadır. Zira sektörde sadece B2C pazarında faaliyet gösteren platformların çok az sayıda otobüs firması ile bilet satışına yönelik doğrudan anlaşması bulunmaktadır.
- (73) Yukarıda anlatılanlar çerçevesinde "otobüs sefer verilerinin platformlara dağıtımı (B2B) hizmeti pazarı" ayrı bir pazar olarak belirlenmiştir.

### **H.2.2.3. Otobüs Biletlerinin Platformlar Üzerinden Satışı (B2C) Hizmeti Bakımından İlgili Ürün Pazarı**

- (74) Bilet satış platformu otobüs firmalarının seferlerini listelemekte ve yolcuya bilet satışı gerçekleştirmektedir. Platformun otobüs firmaları ve yolcular olmak üzere iki farklı müşteri kitlesi bulunmakta, birbiriyle ticari ilişki kurmak isteyen iki taraf bir araya getirilmektedir. Tıpkı otobüs biletlerinin platformlara dağıtımı hizmetinde olduğu gibi, hizmetin iki farklı talep ile karşı karşıya olması faaliyet gösterdikleri pazarın çift taraflı yapısını gündeme getirmektedir.
- (75) Platform, listeleme hizmetinin yanı sıra asıl olarak bilet satış hizmeti verdiği için bu başlık altındaki en önemli tartışmayı çevrim içi satış kanallarının tek bir pazar mı yoksa platformların ayrı bir pazar mı olduğu hususu oluşturmaktadır. Genel olarak çift taraflı pazarlara atfedilen üç temel özellik bulunmaktadır:
- 1) Pazarın iki farklı tarafında iki farklı müşteri grubunun olması,
  - 2) Dolaylı şebeke dışsallıklarının varlığı,
  - 3) Pazarın her iki tarafındaki müşteriler arasında ortaya çıkan dışsallıkları içselleştiren bir aracın varlığı (pazarın her iki tarafındaki iletişimi yürütecek bir platformun bulunması).
- (76) Çift taraflı platformların ana bileşenlerinden biri olan şebeke dışsallıkları iki şekilde ortaya çıkmaktadır: Doğrudan şebeke dışsallığı ve dolaylı şebeke dışsallığı. Doğrudan şebeke dışsallığı platformun bir tarafında görülen kullanıcı sayısı artışının platformun aynı tarafında bulunan kullanıcılar için etkiye sahip olması şeklinde ifade edilmektedir. Dolaylı şebeke dışsallığı ise platformun bir tarafındaki kullanıcı grubunun talep ve faydasının aynı gruptaki kişilerin sayısına bağlı olarak değil de; platformun öteki tarafında yer alan kişilerin platform ürününe olan taleplerinin artmasına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla taraflardan birinde görülen kullanıcı sayısının artışı



diğer tarafın platformdan elde edeceği fayda ve avantajı artırmakta ve genel anlamda platformun çekiciliğini olumlu yönde etkilemektedir. En nihayetinde dolaylı şebeke dışsallıkları çift taraflı platformların başarısını ve değerini belirleyen ana unsur olarak ortaya çıkmaktadır<sup>11</sup>.

- (77) Şebeke dışsallıkları çok taraflı platformların en ayırıcı özelliğidir. Mevcut durumda otobüs firmaları faaliyet gösterdikleri pazarlarda kendi siparişlerini alabilecekleri web sitesi/akıllı telefon uygulama altyapılarını kurmaktadır. Ancak her ne kadar teşebbüsler kendi web siteleri ile kullanıcılarına çevrim içi bilet satış hizmeti sunan platformlara benzer kolaylıklar sunsa da bu web siteleri ilgili pazarda kilit role sahip olan şebeke dışsallıkları özelliğinden yoksundur. Başka bir deyişle platformlar satışı yapılan ürün/hizmetin tüketicilere duyurulmasını sağlayıp bilinirliğini artırdığından otobüs firması için bir dağıtım kanalı olmanın ötesinde önemli bir pazarlama aracı işlevi görmektedir. Nitekim dosya kapsamında yapılan görüşmelerde otobüs firmaları platformda yer almanın tüketiciye ulaşma noktasında sağladığı kolaylıklara değinmiş, yeni bir sefer başlattığında bu sefer için reklam yapmasına gerek olmaksızın seferin platformda listelenmesinin yeterli olabildiğini bu durumun reklam maliyetini azalttığını ifade etmiştir. Bu durum pazardaki satış kanallarının büyüme trendini ortaya koymak üzere hazırlanan Tablo 1'deki verilere de yansımış bulunmakta olup otobüs firmalarının kendi web siteleri üzerinden yapılan satışları düşerken, platform satışları her yıl büyümektedir.
- (78) Bu noktada, bilet satış platformları bilet fiyatlarının karşılaştırılması hizmeti sunduğundan<sup>12</sup> tüketiciler tarafından her bir otobüs firmasının kendi internet sitesine gidilerek fiyat araştırması yapılmasına gerek kalmamakta<sup>13</sup>, dolayısıyla bu platformlar tüketicilerin arama maliyetlerini de azaltmaktadır. Nitekim günümüzde birçok otobüs firması da kendi internet sitesi üzerinden bilet satışına ek olarak bilet satış komisyonu ödemek pahasına OBİLET gibi platformlar üzerinden satış yapmayı tercih etmektedir. Bu doğrultuda çift taraflı pazar özelliği gösteren çevrim içi bilet satış platformları ile otobüs firmalarının kendilerine ait internet siteleri talep yönüyle ikame kabul edilemeyecektir.
- (79) OBİLET ve bilet satış faaliyeti gösteren rakipleri açısından bir tarafta otobüs firmalarına sunulan hizmetler, diğer tarafta bilet satın almak isteyen tüketicilere sunulan hizmetler bulunmaktadır. İlgili müşteri gruplarının OBİLET ve rakipleri arasında tercih yapmasında, bir başka deyişle, ticari platformun diğer tarafındaki kişi ile iletişime geçmekte kullanacağı platformu belirlemesinde etkili olan unsurlardan biri platformun diğer tarafında yer alan grubun çeşitliliğidir. Bir taraftaki müşteri grubunun sayısındaki artış, diğer taraftaki artışı da etkilediği için bilet satışına aracılık hizmetleri bakımından dolaylı pozitif şebeke dışsallığı söz konusudur. Bu kapsamda; bilet satış platformları,

<sup>11</sup> AYATA, Z. (2020), *Old Abuses In New Markets? Dealing With Excessive Pricing By a Two-Sided Platform*, s.7

<sup>12</sup> Sefer karşılaştırma/listeleme hizmeti iki veya daha fazla seyahat aracının sefer güzergâhlarının, saatlerinin, bilet ücretlerinin ve doluluk oranlarının karşılaştırılmasına imkân veren, genel olarak gösterim veya yönlendirme başına ücret alınan hizmet türüdür. Otobüs taşımacılığı pazarındaki yaygın ticari uygulamada bilet satış platformları tarafından sefer karşılaştırma/listeleme hizmeti için ayrıca ücret talep edilmemekte, bilet satış hizmetinin bir parçası olarak ücretsiz sağlanmaktadır. Diğer yandan, az sayıda da olsa ana faaliyeti sefer karşılaştırma/listeleme olan platformlar da bulunmaktadır. Ayrıca otobüs firmaları reklam alanları ve sponsorlu alanlar kiralarak reklam hizmeti de alabilmektedir. Platformlar tarafından sunulan bilet satış hizmeti ve sefer karşılaştırma/listeleme hizmeti ile reklam alanı kiralama hizmetlerinin tümü bilet satışlarını artırmaya yönelik hizmetlerdir.

<sup>13</sup> Nitekim tüketicilerin Türkiye'de faaliyet gösteren tüm otobüs firmalarının bilet fiyatlarını kendi web sitelerinden tek tek araştırarak karşılaştırması da pratikte oldukça zordur.

pazarın her iki tarafı için de geçerli olan pozitif dışsallıkları nedeniyle çevrim içi satış kanalı olan otobüs firmasının kendi web sitesi satışları ile aynı pazarda değerlendirilemeyecektir.

- (80) Teşebbüs tarafından bu başlık altında sunulan savunmada bilet satış kanallarının çevrim içi veya çevrim dışı olması yönüyle birbirinden ayrılmayacağı zira tüketici nezdinde bu kanalların birbirine ikame olduğu belirtilmiş, ek olarak, otobüs, uçak ve tren taşımacılığının birbirine ikame olduğu, ürün geçişkenliği nedeniyle uçak bileti satışı yapan bir firmanın kolaylıkla otobüs bileti de satmaya başlayabildiği öne sürülmüştür. Bu kapsamda teşebbüs tarafından uçak ve tren bileti satışının da ilgili pazara eklenmesi gerektiği ifade edilmiştir.
- (81) Çok taraflı pazarları konu edinen geçmiş Kurul kararları incelendiğinde, geleneksel kanalların pazar tanımına dâhil edilmediği görülmektedir<sup>14</sup>. Bu kapsamda çevrim içi kanalların zaman tasarrufu sağlaması, bilgi asimetrisini ortadan kaldırması, daha geniş ve çeşitli mal/hizmet/tüketici gruplarına erişim sağlaması gibi özellikleri ile geleneksel kanaldan ayrıldığı, mevcut dosya bakımından da çevrim içi ve çevrim dışı kanalın aynı pazarda olmaması gerektiği değerlendirilmiştir. Ayrıca dosya kapsamında elde edilen bilgi ve belgelerden otobüs firmalarının kendi web sitelerinin çift taraflı bir yapı sergilemediği, ilgili pazarda kilit role sahip olduğu düşünülen şebeke dışsallıkları özelliğinden yoksun olduğu görülmektedir. Oysa platformlar sergilediği pozitif şebeke dışsallığı ile hem yolcular hem de otobüs firmaları için önemli ekonomik avantajlar ortaya çıkarmaktadır. Platformlar yolculara karşılaştırma yapmak için gerekli arama maliyetlerinden kurtarmakta ve zaman tasarrufu sağlamaktadır. Otobüs firmaları için ise platformu kullanan tüm yolculara seferleri bakımından ulaşabilme imkânı sunan platformlar bir reklam mecrası görevi görmektedir. Diğer yandan otobüs firmalarının internet siteleri üzerinden gerçekleştirdiği çevrim içi satışlarında yolcu sadece ilgili firmanın seferlerine ulaşmakta, diğer firmaların seferleri için başka aramalar yapması gerekmektedir. Ayrıca otobüs firmasının kendi internet sitesi platform gibi bir pazarlama aracı görevi üstlenememektedir. Tablo 1'den de görüldüğü üzere platform pazarı sürekli büyümüş, otobüs firmasının internet satışları ise 2019 yılından itibaren küçülmeye başlamıştır. Benzer şekilde sektörde yapılan görüşmelerde de platform pazarının önemi ve büyüme hacmi dile getirilmiştir. Bu doğrultuda çift taraflı pazar özelliği gösteren çevrim içi bilet satış platformları ile otobüs firmalarının kendilerine ait internet sitelerinin ikame kabul edilemeyeceği değerlendirilmektedir.
- (82) Son olarak teşebbüsün otobüs, uçak ve tren taşımacılığının birbirine ikame olduğu, dolayısıyla uçak ve tren bileti satışının B2C hizmeti pazarına eklenmesi gerektiği yönündeki savunması bakımından; tren ve hava yolu biletlerinin platformlardan satışında önemli pozitif dışsallıkların olmaması, bu iki taşımacılık alternatiflerinde sınırlı sayıda firma bulunması, bu alternatiflerin platformları birer pazarlama/reklam aracı olarak görmemesi gibi hususların, tren ve hava yolu bilet satış sürecini otobüs bileti satış sürecinden farklılaştırdığı belirtilmelidir. Dolayısıyla otobüs biletlerinin platformlardan satışı hizmeti ile tren ya da hava yolu biletlerinin platformlardan satışı hizmeti aynı pazarda değerlendirilemeyecektir.
- (83) Yukarıda anlatılan pazar yapısı çerçevesinde, "otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı (B2C) hizmeti pazarı" ayrı bir ilgili ürün pazarı olarak belirlenmiştir.

<sup>14</sup> Bkz. 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı *Booking.com B.V.* kararı; 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı *Yemek Sepeti* kararı; 08.03.2018 tarihli ve 18-07/111-58 sayılı *Çiçek Sepeti* kararı.

### H.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (84) Yukarıda sayılan üç ilgili ürün pazarı için bölgesel farklılıklardan bahsedilemeyecektir. Ayrıca yazılım hizmeti pazarında faaliyet gösteren firmalar Türkiye’de kara yolu ile şehirler arası yolcu taşımacılığı yapan otobüs firmalarına yazılım hizmeti sunmakta olup sunulan hizmet bir il ya da bölgeyle sınırlı değildir. Bu sebeple her bir ürün pazarı açısından ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

### H.3. Değerlendirme

#### H.3.1. Dosya Konusu İddialar

- (85) Mevcut dosyaya yönelik yapılan önaraştırma sonucunda, OBİLET’in bilet satışına aracılık hizmeti için otobüs firmalarına uyguladığı bilet satışı komisyon oranlarını aşırı belirlemek ve biletleme yazılımı hizmeti, otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı ve sefer verilerinin platformlara dağıtımını pazarında rakiplerini dışlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesini; otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı pazarında imzaladığı sözleşmeler ile aynı Kanun’un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak soruşturma açılmasına karar verilmiştir. Soruşturma süreci devam ederken gizlilik talepli bir şikâyet başvurusu daha Kurum kayıtlarına intikal etmiş, 13.10.2022 tarihli ve 22-47/683-M sayılı Kurul kararı ile ilgili şikâyet başvurusundaki iddialardan bazılarının mevcut dosya kapsamına eklenmesine karar verilmiştir. Bu çerçevede mevcut dosya kapsamında aşağıda yer verilen başlıklar altındaki iddialar incelenmiştir:

- 1) Otobüs firmalarına bilet satışına aracılık hizmeti için OBİLET tarafından uygulanan bilet satışı komisyon oranlarının aşırı olup olmadığı,
- 2) Biletleme yazılımı pazarına yönelik olarak OBİLET tarafından gerçekleştirilen yazılım hizmeti ve bilet satış işleminin birbirine bağlanmasına yol açan fiili uygulamaların rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadığı,
- 3) Sefer verilerinin platformlara dağıtımını pazarında OBİLET’in MYDATA’ya ödemesi gereken bedelleri ödemeyerek rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadığı,
- 4) OBİLET’in sefer verilerinin sağlanmasına yönelik olarak akdettiği hizmet sözleşmesinde öngörülen teminat tutarını yükseltme talebini karşılamayarak rakip platform faaliyetlerini zorlaştırıp zorlaştırmadığı,
- 5) OBİLET’in altyapı hizmetindeki teknik sorunlar ile rakip platform faaliyetlerini zorlaştırıp zorlaştırmadığı,
- 6) Otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı pazarında OBİLET ve rakip platformlar arasındaki sözleşmelerde yer alan reklam ve iletişim yasağına ilişkin hükümlerin rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadığı,
- 7) OBİLET’in mevcut gelir paylaşımı modelinde, platforma bırakılan paylaşım oranının rakip platform faaliyetlerini zorlaştırıp zorlaştırmadığı.

- (86) İlgili iddiaların bir kısmı 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi, bir kısmı ise 6. maddesi kapsamında değerlendirilmiştir.

#### H.3.2. 4054 sayılı Kanun’un 6. Maddesi Bakımından Değerlendirme

- (87) 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesinde, “Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması” yasaklanmıştır.

- (88) Kanun'un 6. maddesi hükmü uyarınca bir teşebbüs davranışının hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilebilmesi için incelemeye konu teşebbüsün hâkim durumda bulunması ve davranışın kötüye kullanma niteliği taşıması gerekmektedir. 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 tanımlanmaktadır. Rekabet hukuku literatürü ve uygulamalarında hâkim durum sayılabilecek pazar gücünün büyüklüğüne ilişkin kesin bir eşik ortaya konmamakta, rekabetin düzeyi için ölçüt sayılabilecek; pazar payları, giriş engelleri, dikey bütünleşik yapı ve kapsam ekonomileri gibi bir dizi ekonomik göstergeye bakılarak değerlendirme yapılmaktadır. En nihayetinde ilgili teşebbüsün ekonomik parametreleri belirleyebilme gücüne sahip olup olmadığı tespit edilmektedir.
- (89) İncelenen teşebbüsün hâkim durumda kabul edilebilmesi için rekabetçi baskılardan ne ölçüde bağımsız davranabildiği önem taşımaktadır. Bu kapsamda, her bir olayın kendine özgü koşul ve özellikleri göz önünde bulundurularak yapılacak olan bir değerlendirme daha sağlıklı olacaktır. Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz'un (Hâkim Durum Kılavuzu) 10. paragrafında hâkim durumun değerlendirilmesinde göz önünde bulundurulacak temel unsurlar; incelenen teşebbüsün ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu, pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri ve alıcıların pazarlık gücü olarak ifade edilmiştir.

### **H.3.2.1. Hâkim Durum Değerlendirmesi**

#### **H.3.2.1.1. Otobüs Taşımacılığı İçin Biletleme Yazılımı Hizmeti Pazarına İlişkin Hâkim Durum Değerlendirmesi**

##### **H.3.2.1.1.1. OBİLET ve Rakiplerinin Pazardaki Konumu**

- (90) Hâkim Durum Kılavuzu'nda, 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 tespiti 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 Hâkim Durum Kılavuzu 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.
- (91) Biletleme yazılımı pazarında OBİLET'in ve rakiplerinin pazar paylarına ilişkin değerlendirme için, söz konusu teşebbüslerin 2017-2022 yıllarında<sup>15</sup> yazılımları üzerinden gerçekleşen bilet satış adedi çerçevesinde pazar payları hesaplanmış ve aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

---

<sup>15</sup> OBİLET-BİLETALL devralmasına ilişkin Kurul kararı 01.07.2021 tarihinde alınmış olduğundan bu iki şirket için 2021 yılı pazar payları ilk altı ay ve devralmanın gerçekleştiği ikinci altı ay için ayrı ayrı hesaplanmıştır.

Tablo 2: Otobüs Biletleri İçin Biletleme Yazılımı Pazarı Pazar Payları (%)

	2017	2018	2019	2020	2021 H1	2021 H2	2022
OBİLET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİLETALL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OBİLET+BİLETALL						(.....)	(.....)
	2017	2018	2019	2020	2021		2022
MYDATA			(.....)	(.....)	(.....)		(.....)
ECE YAZILIM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		(.....)
ATLAS YAZILIM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (92) Tablo 2’de yer alan verilerden; OBİLET’in biletleme yazılımı pazarında 2017-2020 döneminde bilet sayısı bakımından pazar payının sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir. 2021 yılının Temmuz ayında gerçekleşen OBİLET-BİLETALL devralmasının öncesi 2021 yılının ilk altı ayında OBİLET bu pazarda %(.....) paya sahiptir. Devralma işlemi akabinde ise birleşik teşebbüsün 2021 yılının son altı ayında pazar payının %(.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir. OBİLET BİLETALL’ı devralması sonrası pazar payı ile bilet adedi bazında en yüksek pazar payına sahip olmuştur. Ancak bu noktada OBİLET ve BİLETALL bakımından devralmanın gerçekleşmemiş olduğu varsayımı altında her iki şirketin ayrı ayrı pazar payları toplamı 2020 yılında %(.....) iken 2021 yılında %(.....) ile neredeyse korunmuş, ancak 2022 yılında iki şirketin toplam pazar payı %(.....) seviyesine gerilemiş bulunmaktadır.
- (93) 2022 yılı itibarıyla OBİLET’in ilgili pazarda en yakın rakibi ATLAS YAZILIM’dır. Sadece METRO TURİZM’in biletlerine biletleme yazılımı hizmeti veren ATLAS YAZILIM’ın payı 2022’te %(.....)’dır. Bu noktada OBİLET/BİLETALL’in en yakın rakibinden yaklaşık (.....) kat daha fazla pazar payına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ancak ATLAS YAZILIM pazarda METRO TURİZM’in otobüs pazarındaki varlığı ile sınırlı kalmakta, diğer otobüs firmalarına yazılım hizmeti vermemekte, 2022 yılı hariç yıllar içinde pazar payını kaybetmektedir. Bu yönüyle ATLAS YAZILIM pazarda önemli bir rekabetçi baskı yaratmaktan uzak görünmektedir.
- (94) Diğer yandan, dosya kapsamında tespit edilen her üç pazarda da faaliyet gösteren dikey bütünleşik teşebbüsler OBİLET/BİLETALL ve MYDATA’nın biletleme yazılımı pazarındaki pazar payları incelendiğinde, OBİLET/BİLETALL’in pazar payının üçüncü oyuncu MYDATA’nın pazar payından 2022 itibarıyla yaklaşık (.....) kat büyük olduğu anlaşılmaktadır. Fakat dikkat çeken husus, MYDATA’nın 2020 yılından sonra pazar payını artırdığı ve 2022 yılında yaklaşık %(.....) seviyesine geldiğidir. Dördüncü oyuncu ECE YAZILIM da 2022 yılında pazar payını artırmış ve %(.....) seviyesine ulaşmıştır.
- (95) Tüm bu hususlar bir arada değerlendirildiğinde OBİLET’in biletleme yazılımı hizmeti pazar payının, rakiplerine göre oldukça yüksek olduğu ve %40 oranının çok üzerinde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

### H.3.2.1.1.2. Giriş ve Büyüme Engelleri

- (96) Hâkim durum değerlendirmesi kapsamında pazara giriş koşulları, mevcut ve/veya potansiyel rakiplerin pazar gücünü elinde bulunduran teşebbüs karşısında rekabetçi bir baskı yaratabilecek nitelikte faaliyet gösterebilmeleri açısından önemlidir. Bu doğrultuda, pazara yeni teşebbüslerin girmesinin ya da pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin büyümesinin önünde engeller bulunup bulunmadığının incelenmesi gerekmektedir. Zira pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin büyüme ya da pazara yeni teşebbüslerin girme olasılığı da incelenen teşebbüsün davranışları üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturabilmektedir. Hâkim Durum Kılavuzu’nda belirtildiği üzere, pazara

girişin ya da büyümenin önündeki engeller ilgili pazarın özelliklerinden ve/veya incelenen teşebbüsün özelliklerinden ya da davranışlarından kaynaklanabilmektedir. İlgili pazarın özelliklerinden kaynaklanan engeller; kamu tekelleri, yetkilendirme ve lisanslama gereklilikleri, fikri mülkiyet hakları gibi yasal ve idari engeller veya batık maliyetler, ölçek ve kapsam ekonomileri, şebeke etkileri, tüketicilerin başka bir sağlayıcıya geçiş maliyetleri gibi ekonomik engeller şeklinde ortaya çıkabilmektedir. İncelenen teşebbüsün özelliklerinden kaynaklanan engeller arasında ise teşebbüsün kilit girdilere erişim imkânına, âtıl kapasiteye, dikey bütünleşik yapıya, güçlü bir dağıtım ağına ve geniş bir ürün portföyüne, yüksek marka bilinirliğine, finansal ve ekonomik güce sahip olması bulunmaktadır<sup>16</sup>.

- (97) OBİLET ve rakiplerinin faaliyet gösterdiği biletleme yazılımı hizmetleri pazarı doğal tekel niteliği taşımamakta ve giriş engeli olarak nitelendirilebilecek herhangi bir hukuki imtiyaz ya da fikri mülkiyet hakkı bulunmamaktadır. Bir diğer deyişle, ilgili sektörde herhangi bir yasal giriş engeli bulunmamaktadır.
- (98) Her ne kadar biletleme yazılımlarına yönelik bir yasal giriş engeli bulunmasa da bu yazılımlar Türkiye'deki otobüs taşımacılığına ilişkin karmaşık ve regülasyona tabi yapının gereklerini taşımak zorundadır. Yukarıda ifade edildiği üzere Türkiye, bilet alımı sırasında kullanıcılara "koltuk seçimi" imkânı sağlayan çok az sayıdaki ülkeden biridir. Ayrıca, Türkiye'de kullanıcının cinsiyetine göre koltuk seçiminde kısıtlama getirilmektedir. Yazılım sağlayıcılar, aynı aileden olmayan kadın ve erkek yolcuların yan yana koltuk seçmesini engelleyecek, aynı aileden olmaları halinde ise bu seçimi mümkün kılacak yazılımsal olarak zor bir algoritmayı yönetmektedir. Bunun neticesinde biletleme yazılımları, diğer yazılımlardan farklı olarak şehirler arası yolcu taşımacılığı pazarındaki yasal koşulları ve Türkiye'deki pazara özgü ihtiyaçları (cinsiyet tercihi gibi) karşılamak durumunda kalmakta, dolayısıyla biletleme yazılımlarının daha zor algoritmaları içermesi gerekmektedir. Bu durum ise biletleme yazılımlarına yönelik olarak belirli bir düzeyde uzmanlık gerektirmektedir. Bu çerçevede söz konusu hususun pazara yeni girişler üzerinde caydırıcı etki yaratabileceği değerlendirilmektedir.
- (99) İlgili pazarın özelliklerinden kaynaklanan ve pazara giriş açısından önemli görülen bir diğer unsur ise iktisadi kaynaklı giriş engelleridir. Bu türdeki giriş engellerinin en bilineni ve yaygını, yatırım maliyeti kaynaklı olanlardır. Finansal giriş engeli olarak da tanımlanan bu giriş engeli türünde, teşebbüsün faaliyete başlaması için gerekli olan makine parkı, bina, arsa vb. yüksek maliyetli yatırımların yapılması gerekmektedir. Biletleme yazılımı pazarında faaliyet gösterebilmek açısından bu yönde bir giriş engeli bulunmamaktadır.
- (100) Hâkim durum analizinde önem arz eden hususlardan biri de bir teşebbüsün sahip olduğu dikey bütünleşik yapıdır. Ekonomik hayatın tek bir aşamasından ziyade, üretim, dağıtım, pazarlama gibi birçok alanında faaliyet gösteren teşebbüsler dikey bütünlüğe sahiptirler ve bu durumları da hâkim durumda sayılmalarında önemli bir ölçüt olarak kabul edilmektedir<sup>17</sup>. Dikey entegrasyon bir firmaya, entegre olmayan firmalara göre önemli avantajlar sağlayabilecektir. Dikey entegrasyon teşebbüsler açısından daha düşük işlem maliyetleri, girdilerin güvenli bir şekilde sağlanması, piyasa başarısızlığının düzeltilmesi (örneğin yeknesak/tek tip kalitenin sağlanması) gibi faydalar ortaya çıkarabilmektedir.

<sup>16</sup> Hâkim Durum Kılavuzu, para. 17 ve 18.

<sup>17</sup> Kurulun 15.10.2020 tarih ve 20-46/621-273 sayılı *Milyon Yapım* kararı.

- (101) OBİLET “otobüs taşımacılığı için biletleme yazılımı hizmeti pazarı”, “otobüs sefer verilerinin platformlara dağıtımı (B2B) hizmeti pazarı” ve “otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı (B2C) hizmeti pazarı” şeklinde tanımlanan her üç pazardaki faaliyetleri ile dikey bütünleşik bir yapı sergilemektedir. OBİLET, ilerleyen bölümlerde diğer pazarlar açısından yapılan değerlendirmelerde ortaya konulacağı üzere, her bir pazarda hâkim durumda bulunabileceği için dikey bütünleşik yapı tüm pazarlar açısından pazara girişi zorlaştıran oldukça büyük bir rekabet engeli sergilemektedir. Üçlü dikey yapısı yukarıda anlatılan mevcut sektörde biletleme yazılımı pazarında dikey bütünleşik olmadan faaliyet gösteren firmalar pazarda sınırlı bir varlık sergilemekte ya da faaliyetlerini sonlandırmış bulunmaktadır. İlgili teşebbüslerin pazardaki bu sınırlı faaliyetinin en önemli sebebi dikey bütünleşik yapı içerisindeki üç pazar bakımından en büyük gelirin OBİLET ve MYDATA’nın da ifade ettiği gibi B2B ve B2C pazarlardan kazanılmasıdır. Sektörün bu özelliği dolayısıyla, B2B ve B2C pazara giriş yapmadan biletleme yazılımı pazarına girilmesi ve rekabetçi bir güç sergilenmesi imkânı, bir başka ifadeyle potansiyel rekabet baskısı oldukça kısıtlıdır. Bu noktada B2B ve B2C pazarın yüksek giriş engelleri bulunan ve aşağıda ifade edildiği üzere OBİLET’in hâkim durumda olabileceği pazarlar olması da biletleme yazılımı pazarına kısa süre içerisinde rekabetçi bir şekilde girilmesi açısından caydırıcı olabilmektedir.
- (102) Sektörde bu üç pazar birbirini büyük ölçüde etkilemekte ve özellikle B2C pazardaki güçlü konum, biletleme yazılımı ve buna bağlı olan B2B pazarda otobüs firmalarının tercihini belirlemektedir. B2C pazardaki gücün diğer iki pazara sirayet etmesine sebep olan ve giriş engellerini artıran bir durum da her bir otobüs firmasının tek bir biletleme yazılımı kullanması/biletleme hizmeti almasıdır. Sektörün tüm paydaşlarının fikir birliği ile belirttiği husus otobüs firmasınca ancak tek bir biletleme yazılımının kullanılabilmesidir. Bunun başlıca nedeni bilet satışı öncesinde veya sonrasında karşılaşılabilecek teknik hataların en aza indirilmesi ve çözüm üretilmesidir. Birden çok yazılım veya biletleme hizmeti kullanmak isteyen otobüs firmalarının yazılımlar arasındaki entegrasyonu sağlaması ve olası hatalara çözüm üretmesi gerekmekte, bu da maliyetleri artırmakta ve satış sürecindeki etkinliği olumsuz etkileyebilmektedir. Açıklanan teknik gerekçelerle benzer doğrultuda, inceleme süresince birden fazla biletleme yazılımı kullanan/bilet satış hizmeti alan otobüs firması tespit edilememiştir.
- (103) Tam bu noktada OBİLET’in dikey bütünleşik yapısının otobüs firmalarının biletleme yazılımı tercihlerini önemli ölçüde etkilediği belirtilmelidir. Zira tek bir biletleme yazılımı sağlayıcısı ile çalışabilen otobüs firmalarının büyük çoğunluğunun OBİLET’i tercih ettiği görülmektedir. Söz konusu tespit dolayısıyla OBİLET’in biletleme altyapı hizmeti sağladığı ve ilgili ay sefer düzenlemiş aktif firma sayısı bakımından elde edilen verilere aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 3: OBİLET/BİLETALL’in Biletleme Yazılımı Hizmeti Verdiği Firma Sayısı

Dönem	Yazılım	Firma Sayısı
2021 H1	ORS+Obus	(.....)
2021 H2	ORS+Obus+BOS-2	(.....)
2022	ORS+Obus+BOS-2	(.....)
Mayıs 2023	ORS+Obus+BOS-2	(.....)

Kaynak: OBİLET’ten elde edilen bilgiler

- (104) Tablodan görüldüğü üzere, OBİLET devralma öncesi (.....) aktif firmanın biletleme yazılımını sağlarken, devralma sonrası 2021’in ikinci yarısında bu sayı (.....) olmuştur. 2022-2023’te küçük bir artış olduğu görülmekte mevcutta aktif firma sayısı (.....) bulunmaktadır. 2023 itibarıyla OBİLET (.....) firmaya yazılım hizmeti verirken, MYDATA (.....) firmaya, ECE YAZILIM (.....) firmaya ve ATLAS YAZILIM sadece METRO

TURİZM'e hizmet vermektedir. Bu bakımdan sektördeki teşebbüslerin portföylerinde bulunan firma sayısı bakımından OBİLET/BİLETALL çok önde olup diğer firmaların sınırlı sayıda otobüs firmasına yazılım hizmeti verdiği görülmektedir.

- (105) Hatta OBİLET, ECE YAZILIM'ın küçük boyutlu birkaç firmanın IMS sağlayıcılığını yürüttüğünü dile getirmektedir. Bu durumun da OBİLET'in bilet satış platformu pazarlarındaki konumundan kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Sektör yetkilileri ile gerçekleştirilen görüşmelerde bir kısım sektör yetkilisi tarafından; biletleme yazılımı pazarına giriş bakımından en büyük engelin OBİLET'in dikey bütünleşik yapısı olduğu, alternatif yazılım sağlayan bir teşebbüsün otobüs firmalarını ikna etmesinin neredeyse imkânsız olduğu, zira OBİLET'in biletleme yazılımı pazarındaki rakibinin yazılımına geçiş yapan bir otobüs firmasının, OBİLET'in platformundaki satışlarını kapatması yahut kendisine OBİLET yazılımını kullanan diğer firmalara nazaran daha yüksek komisyon oranının uygulanması veya ilgili otobüs firmasının aynı güzergâhta faaliyet gösteren rakiplerinin OBİLET tarafından çeşitli şekillerde desteklenmesi gibi farklı durumlar ile karşı karşıya kalacağı endişesi taşıyabileceği, bu durumun da otobüs firmalarının alternatif biletleme yazılımı sağlayıcısı ile çalışmasının önünde en büyük engel olduğu ifade edilmiştir. Otobüs firmalarının birden fazla biletleme yazılımı ile çalışmaları halinde yaşayacakları zorlukların yanı sıra OBİLET'in bilet satış platformu pazarındaki gücünün ve otobüs firmalarının söz konusu güce bağlı olarak OBİLET portföyünde bulunma istekleri otobüs taşımacılığı için biletleme yazılımı hizmeti pazarında önemli bir giriş ve büyüme engeli olarak değerlendirilmektedir.
- (106) Ayrıca otobüs firmasının operasyonel faaliyetlerinin yürütüldüğü bir sistemin değiştirilmesinin zorlu ve uzun bir süreç olmasının, yazılım değiştirildikten sonra yazılımın sorunsuz bir şekilde kullanılabilmesi için belli bir zaman gerekmesinin ve yazılımı kullanan otobüs firması çalışanlarının (kullanıcıların) alışkanlıklarındaki katılığın biletleme yazılımı sağlayıcı değişikliğini etkileyen diğer unsurlar olduğu, bu çerçevede ilgili pazar bakımından giriş ve büyüme engeli olabileceği değerlendirilmektedir.
- (107) Talepteki katılık ve OBİLET'in bilet satış platformu pazarındaki gücünün ve otobüs firmalarının söz konusu güce bağlı olarak OBİLET portföyünde bulunma isteklerinin bir göstergesi de OBİLET'in yazılım hizmetine ilişkin bedeli bilet satış komisyon bedelinden ayırması ve açık olarak yazılım kullanımı için her bir bilet başına bilet bedelinin %(.....) oranında teknik hizmet bedeli talep etmesi sonrası, otobüs firmalarının öncesinde yazılım kullanımı için herhangi bir bedel ödemedikleri algısına rağmen OBİLET/BİLETALL yazılımından başka bir yazılıma geçmemiş olmalarıdır.
- (108) Bu bakımdan, biletleme yazılımlarının diğer yazılımlardan farklılaşması, her bir otobüs firmasının tek bir biletleme yazılımı kullanması, OBİLET'in dikey bütünleşik yapıya ve bilet satış platformunda portföy gücüne sahip olması gibi hususların piyasadaki teşebbüslerin büyümesi veya piyasaya yeni teşebbüslerin girmesi önünde giriş engeli oluşturmasının muhtemel olduğu değerlendirilmektedir.

#### **H.3.2.1.1.3. Dengeleyici Alıcı Gücü**

- (109) Hâkim durum değerlendirmesi kapsamında giriş engellerinin yanı sıra incelenmesi gereken bir diğer husus da alıcıların hâkim durumdaki teşebbüsün pazar gücünü dengeleyebilecek şekilde hareket edebilme kabiliyetlerinin bulunup bulunmadığıdır.
- (110) Dengeleyici alıcı gücü değerlendirmesinde, öncelikle biletleme yazılımı pazarının müşterisi konumundaki otobüs firmalarının yazılıma ilişkin mevcut alternatifleri ele alındığında, bir otobüs firmasının yazılıma ilişkin olarak üç alternatifinin bulunduğu



anlaşılmaktadır. Biletleme yazılımı hizmeti almak isteyen bir firma yalnızca yazılım hizmeti sağlayan, bilet satışı faaliyeti olmayan (dikey bütünleşik olmayan) bir teşebbüsten bu hizmeti alabilecektir. 2021 yılının Mart ayında pazardan çıkmış olan ASRİN BİLİŞİM, ALPSOFT ile hâlihazırda faaliyetlerini sürdüren ECE YAZILIM ve ATLAS YAZILIM bu kategorideki teşebbüsler olarak dikkat çekmektedir. Ancak ATLAS YAZILIM sadece METRO TURİZM ile çalışmakta diğer otobüs firmaları bu iki firma arasındaki ticari ilişki dolayısıyla ATLAS YAZILIM ile çalışmak istememektedir. Bu noktada bu kategorideki tek alternatifin hâlihazırda ECE YAZILIM olduğu anlaşılmaktadır.

- (111) Otobüs firmasının ikinci alternatifi ise kendi yazılımını oluşturmak ve bu yazılım ile hem kendi bünyesindeki satışlarını gerçekleştirmek hem de bilet satış platformları ile entegrasyon sağlayarak biletlerini platformlar üzerinden de satışa sunmaktır. Ancak yazılımı oluşturmak ve bu yazılımı işler bir şekilde sürdürmek için en az iki yıllık bir süre gerekmekte, geliştirilen yazılımın ise tüm banka sistemlerine, çeşitli ödeme sistemlerine ve birden fazla çevrim içi satış platformuna entegre olmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla yazılımın oluşturulması için yapılan yatırım, çoğu otobüs firması için önemli bir maliyet kalemi olduğundan, bu yatırıma geçecek ölçekte bilet satış hacmine sahip sınırlı sayıdaki firma dışındaki firmaların, kullanıma hazır durumda bulunan biletleme yazılımlarını tercih ettiği görülmektedir. Nitekim dosya kapsamında bilgisine başvuru otobüs firmalarının da kendi yazılımlarını oluşturmanın maliyetli olduğu ve yazılım hizmetinin mevcut sağlayıcılardan alınmasının tercih edildiği ifade edilmiştir. Kendi yazılımı bulunan teşebbüslerin ise KAMİL KOÇ ve ÖZLEM SEYAHAT olduğu anlaşılmaktadır. PAMUKKALE de ETMS yazılımını lisans haklarını satın alarak kendi bünyesinde oluşturduğu IT departmanı ile kendisi için kullanmaktadır.
- (112) Yazılım hizmetine ilişkin son alternatif ise bu hizmetin dikey bütünleşik yapı özelliği gösteren teşebbüslerden alınmasıdır. OBİLET ve MYDATA bu özelliğe sahip, hem yazılım hizmeti sağlayan hem de sahip oldukları platformlar ile bilet satışı gerçekleştiren iki teşebbüstür. Sektörde yer alan firmaların büyük bölümünün söz konusu üçüncü alternatifi tercih ettiği, bu firmaların büyük bölümünün ise OBİLET ile çalıştığı görülmektedir. Bu teşebbüslerin OBİLET yazılımını kullanmaktan vazgeçmeleri durumunda ise firmalar ya kendi yazılımlarını oluşturacak ya da MYDATA veya ECE YAZILIM ile çalışmak durumunda kalacaklardır. Ancak bu noktada, yukarıda detaylarına yer verilen, OBİLET platformunda biletlerin satılmaya devam edip etmeyeceğine ilişkin endişeleri gündeme gelmektedir.
- (113) Otobüs taşıyıcılığı pazarı Türkiye’de çok parçalı bir yapı sergilemekte, pazarın büyük kısmı görece az sayıda firmanın kontrolünde bulunmaktadır. Söz konusu firmalar METRO TURİZM, KAMİL KOÇ, PAMUKKALE olarak sıralanabilecek olup her üç firma da kendi yazılımlarını kullanan firmalardır. Mevcut durumda OBİLET pazardaki 400’ü aşkın firmadan 2023 Mayıs itibarıyla (.....) tanesine yazılım hizmeti vermekte ve bu firmalar büyük otobüs firmaları dışında kalan firmalardan oluşmaktadır. Dolayısıyla OBİLET otobüs taşıyıcılığı pazarındaki görece güçlü oyunculara değil pazarda parçalı yapıda kalan diğer oyunculara yazılım hizmeti vermektedir.
- (114) OBİLET’in yazılım hizmeti sağladığı otobüs firmalarının hiçbirisi tek başına OBİLET nezdinde vazgeçilmez bir alıcı olarak görülemeyecektir. Zira 2021 yılında OBİLET’in yazılım gelirleri içerisinde en büyük geliri yaratan ilk üç teşebbüsten (.....) % (.....) paya; (.....) % (.....) paya, (.....) ise % (.....) paya sahiptir. 2022 yılında ise (.....) % (.....) paya, (.....) % (.....) paya, (.....) % (.....) paya, (.....) % (.....) paya ve (.....) % (.....) paya sahip durumdadır. Dolayısıyla OBİLET’in sahip olduğu platform gücü, otobüs taşımacılığı pazarının parçalı yapısı ve OBİLET’in pazardaki büyük oyunculara biletleme yazılımı

hizmeti vermiyor oluşu, genel olarak firmaların alternatiflerinin sınırlı olması ve bu firmaların OBİLET'in yazılım gelirlerinde oldukça sınırlı bir paya sahip olması hususları göz önünde bulundurulduğunda; otobüs firmalarının dengeleyici alıcı gücüne sahip olduğu sonucuna ulaşılamamaktadır.

- (115) Yukarıda yapılan değerlendirmeler ışığında; OBİLET'in biletleme yazılımı üzerinden gerçekleşen bilet satış adedi bazında pazar payının yüksek olduğu, ilgili pazarda; bilet satış platformu olarak sahip olduğu gücü ve dikey bütünleşik yapısından kaynaklanan giriş engelleri bulunduğu ve OBİLET'in pazar gücünü dengeleyebilecek ölçüde alıcı gücü bulunmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu çerçevede, OBİLET'in otobüs biletleri için biletleme yazılımı pazarında rakipleri ve müşterilerinden bağımsız şekilde hareket etmesini sağlayacak bir pazar gücünün olabileceği, dolayısıyla hakim durumda bulunabileceği kanaatine varılmaktadır.

### H.3.2.1.2. Otobüs Biletlerinin Platformlar Üzerinden Satışı (B2C) Hizmeti Pazarına İlişkin Hâkim Durum Değerlendirmesi

#### H.3.2.1.2.1. OBİLET ve Rakiplerinin Pazardaki Konumu

- (116) OBİLET'in ve rakiplerinin pazar paylarına ilişkin değerlendirme için, söz konusu teşebbüslerin 2017-2022 yılları<sup>18</sup> arasında bilet adedi bazında pazar payları hesaplanmış ve aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo 4: Otobüs Biletlerinin Platformlar Üzerinden Satışı (B2C) Hizmeti Pazar Payları (%)

	2017	2018	2019	2020	2021 H1	2021 H2	2022
OBİLET	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİLETALL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OBİLET+BİLETALL						(.....)	(.....)
	2017	2018	2019	2020	2021		2022
ENUYGUN				(.....)		(.....)	(.....)
NEREDENNEREYE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		(.....)	(.....)
TURNA				(.....)		(.....)	(.....)
BİLET.COM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		(.....)	(.....)
BİLETARA (MYDATA)						(.....)	(.....)
HIZLIBİLET			(.....)				

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (117) Tablo 4'te yer alan verilerden; OBİLET'in otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı pazarında 2017 yılında %(.....), 2018 yılında %(.....), 2019 yılında %(.....), 2020 yılında %(.....), 2021 yılının ilk altı ayında %(.....) pazar payının olduğu görülmektedir. Devralmanın gerçekleşmesinden önce OBİLET'in tek başına bu pazarda %(.....) gibi çok büyük bir paya sahip olduğu, pazar payını sürekli olarak artırdığı ve ilgili dönemde en büyük rakibi olan ve sürekli olarak pazar payı kaybeden BİLETALL'dan nerdeyse (.....) kat daha fazla payı bulunduğu anlaşılmaktadır. Devralma ile birlikte OBİLET bu pazardaki payını birleşik teşebbüs olarak yaklaşık %(.....) seviyesine çıkarmış bulunmakta ve devralma sonrası bu payı korumaktadır.
- (118) Diğer yandan devralma öncesi en yakın rakibi BİLETALL iken devralma sonrası bu rakibin ENUYGUN olduğu görülmektedir. ENUYGUN 2020-2022 döneminde pazar payını artırarak %(.....)dan %(.....)e çıkarmıştır. 2022 yılında OBİLET'in en yakın rakibi ENUYGUN'dan yaklaşık (.....) kat daha fazla pazar payına sahip olduğu ifade

<sup>18</sup> OBİLET-BİLETALL devralmasına ilişkin Kurul kararı 01.07.2021 tarihinde alınmış olduğundan bu iki şirket için 2021 yılı pazar payları ilk altı ay ve devralmanın gerçekleştiği ikinci altı ay için ayrı ayrı hesaplanmıştır.

edilmelidir. Dikey bütünleşik rakip MYDATA ise B2C pazarında %(...) altında pazar payına sahip bulunmaktadır.

- (119) Tüm bu unsurlar bir arada değerlendirildiğinde OBİLET'in hem devralma öncesi hem de devralma sonrası pazar payının, rakiplerine göre oldukça yüksek olduğu ve hâkim durum eşiği olarak kabul edilen %40 oranının çok üzerinde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

#### H.3.2.1.2.2. Giriş ve Büyüme Engelleri

- (120) Çift taraflı pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüslerin devamlılığı sağlaması ilk etapta platform üzerinden bir şebeke oluşturabilmesine, ardından pazarın iki tarafındaki talebi, müşterilerin faydası doğrultusunda dengeleyebilmesine bağlıdır. Aksi takdirde bu durum, teşebbüsün faaliyetlerini devam ettirmesinin önünde engel oluşturabilecektir. Bu noktada, kritik hacim (*critical mass*) kavramına değinilmesi yerinde olacaktır. Kritik hacim, "şebekenin genişlemesi sonrasında kendi kendisini beslediği eşik noktası" şeklinde tanımlanmaktadır. Bir şebekede belirli bir üyelik miktarı veya oranının yakalanmasından sonra şebeke dışsallıkları daha belirgin hale gelmekte ve bu noktadan itibaren şebeke dışsallıkları şebekenin büyümesinde önemli rol oynamaktadır<sup>19</sup>.
- (121) Mevcut dosya açısından da dolaylı şebeke dışsallıkları ilgili pazarın yapısından kaynaklanan önemli bir giriş engeli oluşturmaktadır. Pazara girişin ve büyümenin gerçekleşebilmesi için ilk etapta bilet satış platformlarının ağına otobüs firmalarını katması gerekmektedir. Ancak bir otobüs firmasının platforma katılmasında belirleyici olan unsur bilet satış platformunun tüketici portföyü ve tanıtım imkânlarıdır. Pazara giriş yapan veya pazarda büyümeye çalışan bir platformun tüketici portföyünün genişliği imkânından yoksun olması sebebiyle otobüs firmasını kendisi ile çalışmaya ikna etmek için yerleşik firmaların sunduğu tekliflerden daha cazip teklifler sunması gerekmektedir. Bunun yanı sıra platform, otobüs firmasını kendisi ile çalışmaya ikna etse dahi otobüs firması portföyünün platformun varlığını sürdürebilmesi ve şebeke dışsallıklarından faydalanabileceği kritik hacim seviyesine ulaşması gerekmektedir.
- (122) Bu noktada OBİLET; pazardaki büyük oyuncularla rekabet edebilmek için listelenen firma sayısından ziyade, kullanıcıların yapacağı sefer sorgularında en az bir (idealde en az iki) sonuç çıkmasının sağlanmasının daha kritik olduğunu ifade etmiştir. OBİLET, kullanıcıların bir bilet satış platformunda yaptıkları sorgulardan bir sonuç elde edememesi veya tek bir firmanın seferleriyle karşılaşması durumunun o platform açısından bir eksiklik olarak değerlendirileceğini belirtmiştir. Bu nedenle, firmaların karşılıklı ağ etkisi yaratabilmek için, belli bir nüfusa ve ekonomik aktiviteye sahip her bir ilde iki ila üç firmayı listeleyebiliyor olmasının avantaj sağlayacağı dile getirilmiştir. Bu bakımdan platformun kritik hacme ulaşmada listelediği firma sayısı yani otobüs firması portföyü kadar iller arası sefer çeşitliliği de önemlidir.
- (123) OBİLET'in pazarın her iki tarafındaki portföy gücü, dolaylı şebeke dışsallıklarıyla bağlantılı olarak değerlendirilmesi gereken bir diğer değişken olarak ortaya çıkmaktadır. OBİLET hem otobüs firmaları hem de yolcular açısından önem arz eden bir portföye sahiptir. Otobüs firmalarının çevrim içi platformlar ile çalışmak istemesindeki amaç daha geniş bir tüketici kitlesine ulaşabilmektir. Bu anlamda platform üzerinde listelenen otobüs sayısının fazla olması otobüs firması açısından pozitif dışsallık yaratmaktadır.

<sup>19</sup> KOÇ, A.F. (2013), İki Taraflı Piyasalar ve Türkiye'de Kredi Kartları Piyasasının Ekonomik Analizi, Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi, s.12-13

- (124) Benzer bir etki yolcu açısından da meydana gelmektedir. Yolcular, tercih edebilecekleri otobüs firmalarını belirlerken genellikle alternatifleri değerlendirmek ve fiyat karşılaştırması yaparak kendileri için en yüksek faydayı elde edebilecekleri seçeneğe yönelmek istemektedirler. Böylelikle platformun listelediği otobüs firma portföyü ne kadar geniş ise yolcuların o platformu ziyaret etme ve satın alma davranışında bulunma ihtimali artmakta böylelikle platformda yolcular açısından pozitif yönde bir şebeke dışsallığı meydana gelmektedir.
- (125) OBİLET'in portföy gücünü destekleyen bir başka unsur da KAMİL KOÇ biletlerinin sadece obilet.com üzerinde listelenmesidir. KAMİL KOÇ otobüs taşıyıcılığındaki ilk üç firmadan biri olup yolcular üzerinde marka bilinirliğine sahip bir taşıyıcı firmadır. KAMİL KOÇ'un sadece OBİLET platformunda listelenmesi OBİLET portföyünü yolcular gözünde daha değerli kılmakta ve şebeke dışsallıkları etkisini güçlendirmektedir.
- (126) Yukarıda yer verildiği üzere, OBİLET ve rakiplerinin pazar payları arasında önemli fark bulunmaktadır. Bu durumun en önemli nedenleri OBİLET'in sahip olduğu finansal güç ve marka bilinirliğidir. Bir diğer neden de OBİLET'in otobüs firmalarına sağladığı avanslar ile finansal destekte bulunması ve sürekliliği olacak şekilde yüksek bütçeli reklam harcamaları gerçekleştirmesidir. Bu noktada bilet satış platformu pazarına giriş ve büyüme engelleri bakımından değinilmesi gereken önemli bir nokta sektördeki reklam ve pazarlama harcamalarının etkisidir.
- (127) Dosya kapsamında elde edilen bilgiler doğrultusunda; bilet satış platformu pazarında faaliyet göstermek isteyen bir teşebbüsün en önemli maliyet kaleminin reklam ve pazarlama giderleri olduğu görülmektedir. Bu çerçevede OBİLET'in başta Google olmak üzere arama motorlarında vermiş olduğu reklamlar ile arama sonuçlarında ilk sırada yer aldığı ve böylece yolcuların ilk olarak OBİLET ile karşılaşmalarının akabinde bilet satın alma işlemlerini OBİLET üzerinden gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca söz konusu reklamların yüksek harcama kalemleri olmasının yanı sıra sürekliliğinin de sağlanmasının gerekmesi söz konusu pazarda önemli bir büyüme engeli teşkil edebilecektir. Bu noktada pazarda yer alan teşebbüslerin reklam harcamaları karşılaştırma amacıyla incelenmiş olup Tablo 5'te, teşebbüslerin 2022 yılı için çevrim içi ve çevrim dışı reklam harcamaları gösterilmektedir:

Tablo 5: Teşebbüs Bazında Çevrim İçi Reklam ve Pazarlama Harcamaları TL (2022)

	OBİLET	ENUYGUN	NEREDENNEREYE	BİLET.COM	TURNA
Çevrim İçi Reklam Har.	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Çevrim Dışı Reklam Har.	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerin elde edilen bilgiler

- (128) Tablodan görüldüğü üzere OBİLET'in 2022 yılı toplam reklam harcamaları pazardaki en yakın rakibi ENUYGUN'un yaklaşık (.....) katıdır. NEREDENNEREYE, BİLET.COM ve TURNA'nın harcamaları ile OBİLET'in reklam harcamaları karşılaştırıldığında ise; OBİLET'in, söz konusu rakiplerinin yaklaşık olarak sırasıyla (.....), (.....) ve (.....) katı harcama yaptığı görülmektedir. Kaldı ki rakip platformların tamamının reklam bütçeleri toplandığında dahi ortaya çıkan tutar OBİLET'in reklam bütçesine erişmemektedir.
- (129) Reklam harcamalarının kanallar bazında dağılımında teşebbüslerin harcamaları ayrıca incelenmiştir. Zira platform hizmetinin verildiği pazarlarda reklam harcamalarının daha yüksek oranda çevrim içi kanalda yapıldığı görülmektedir. İlgili verilerden OBİLET'in çevrim içi reklam harcamalarının en yakın rakibi ENUYGUN'un yaklaşık (.....) katı olduğu anlaşılmaktadır. OBİLET NEREDENNEREYE'nin harcamalarının (.....); BİLET.COM'un harcamalarının (.....) ve TURNA'nın harcamalarının (.....) katı çevrim içi reklam bütçesi kullanmıştır. Çevrim dışı reklam harcamaları incelendiğinde ise;

OBİLET'in çevrim dışı reklam harcamasına ilişkin tutarın pazardaki en yakın rakibinin yaklaşık (.....) katına tekabül ettiği görülmektedir. Öte yandan NEREDENNEREYE, BİLET.COM ve TURNA'nın çevrim dışı reklam faaliyetlerine yönelik harcaması bulunmamaktadır.

- (130) Pazarda önemli bir giriş engeli olan yüksek reklam harcaması yapılması gerekliliği bakımından teşebbüslerin 2022 yılı reklam harcamaları değerlendirildiğinde, rakiplerin OBİLET'in oldukça gerisinde kaldığı, hatta çevrim dışı kanalda bazı rakiplerin hiç harcamasının olmadığı anlaşılmaktadır. OBİLET sahip olduğu finansal gücü ile reklam ve pazarlama harcamalarına daha fazla yatırım yapabilmekte ve böylelikle rakiplerinden daha avantajlı bir konuma gelebilmektedir.
- (131) Pazarda giriş ve büyüme engelleri olarak ele alınması gereken bir diğer husus ise OBİLET'in pazardaki mevcut konumudur. Zira OBİLET almış olduğu yatırımlar neticesinde sahip olduğu finansal gücünün yanı sıra hem otobüs firmaları hem de yolcular nezdinde önemli bir marka bilinirliğine sahiptir. Marka bilinirliği tüketicilerin markaya olan sadakatini artırmakta ve rasyonel de olsa alternatif ürünlere geçişlerden imtina eden müşteri gruplarının oluşmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla pazarda marka bilinirliği olan bir teşebbüsün bulunması pazara girişin ve pazarda büyümenin önünde bir engel teşkil edebilmektedir. Nitekim bu husus OBİLET ile çalışan otobüs firmaları tarafından da dile getirilmiş, bazı teşebbüsler OBİLET'in pazardaki konumu ve bilinirliği nedeniyle OBİLET ile çalışmayı tercih ettiklerini ifade etmiştir.
- (132) Giriş ve büyüme engellerine ilişkin değinilecek son husus ise OBİLET'in sahip olduğu dikey bütünleşik yapıdır. OBİLET her üç pazardaki faaliyetiyle dikey bütünleşik bir yapıda önemli bir avantaja sahip bulunmaktadır. 2012 yılında bilet satış platformu pazarına giriş yapan OBİLET'in 2016 yılı itibarıyla biletleme yazılımı hizmeti de sağlamaya başladığı görülmektedir. 2021 yılının ortalarına kadar otobüs firmalarının yazılım için ayrı bir ücret ödemesine gerek olmaması ve yazılımın ücretlenmediği algısı OBİLET'in yazılımının tercih edilmesinde bir etken olmakla birlikte en önemli neden platform pazarındaki konumu dolayısıyla otobüs firmalarının OBİLET platformunda listelenme yönündeki istekleridir. Nitekim biletleme yazılımı için ayrı bir bedel alınması sonrası OBİLET yazılımını bırakan hiçbir firma olmamıştır. OBİLET'in bilet satış platformu pazarındaki güçlü konumu hem platform pazarında hem de yazılım pazarındaki konumunu güçlendirmiş, dikey bütünleşik yapının getirmiş olduğu avantaj ile birlikte her iki pazardaki portföyünde yer alan firma sayısında bir artış yaşanmıştır. OBİLET sefer verilerinin dağıtımını pazarında 2020 yılına kadar ciddi bir gelir elde edemediğini ifade etmiştir. Bunda BİLETALL'ın sefer verilerinin dağıtımını pazarındaki münhasır uygulamasının etkisi olmuştur. Ancak devralma sonrası OBİLET, BİLETALL'ın yazılım pazarındaki rekabetçi baskısından kurtularak BİLETALL'ın pazardaki güçlü konumunu elde etmiş, bu da sefer verilerinin dağıtımını pazarında önemli gelir elde eder hale gelmesini sağlamıştır. Dolayısıyla dikey bütünleşik yapı her üç pazardaki konumu birbirine bağlayan ve besleyen bir nitelik ile üç pazar açısından da önemli bir giriş ve büyüme engeli olarak değerlendirilmektedir. Şöyle ki tek bir biletleme yazılımı sağlayıcısı ile çalışabilen otobüs firmalarının büyük çoğunluğunun OBİLET'i tercih ettiği, yazılım pazarındaki rekabeti kazanan teşebbüsün doğal olarak B2B pazardaki rekabeti de kazandığı, bu iki pazarda güçlenen teşebbüsün otobüs biletlerinin platformlara dağıtımını pazarındaki konumunu da güçlendirdiği görülmektedir.
- (133) Bu bilgiler ışığında bilet satış platformu pazarında; OBİLET'in finansal gücünün, marka bilinirliğinin, dikey bütünleşik yapısının, rakiplerinden çok daha büyük ölçekte reklam harcaması yapabilmesinin ve pazarın çift taraflı özelliğinin getirmiş olduğu pozitif şebeke dışsallıklarının pazardaki teşebbüslerin büyümesi veya pazara yeni

teşebbüslerin girmesi önünde giriş engeli oluşturduğu değerlendirilmektedir. Bu giriş engelleri devralma öncesi dönemde de söz konusudur.

### H.3.2.1.2.3. Dengeleyici Alıcı Gücü

- (134) Bilet satış platformu pazarında dengeleyici alıcı gücü değerlendirmesine geçmeden önce; platform satışlarının otobüs firmaları bakımından arz ettiği öneme değinmek gerekmektedir. Tablo 1'de yer verildiği üzere platform satışlarının toplam satışlar içerisindeki ağırlığının 2017-2022 döneminde sırasıyla %3,72, %5,63, %10,21, %9,66, %21,86 ve %30,89 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Dosya sürecinde elde edilen bilgilerden de sektördeki eğilimin platformlara yöneldiği anlaşılmakta; bazı teşebbüsler özelinde platform satışlarının geleneksel kanal satışlarının önüne geçtiği görülmektedir. Dolayısıyla faaliyetlerini sürdürmek isteyen otobüs firmaları için biletlerinin platformlar üzerinden satılması son derece önemlidir.
- (135) OBİLET sahip olduğu pazar payı, marka bilinirliği, portföy ve finansal gücü ile rakiplerinden ayrılmakta ve bilet satış platformunda son derece önemli bir konumda bulunmaktadır. Öte yandan OBİLET'in sağladığı platform satışı hizmetinin alıcısı konumundaki otobüs firmaları ise yüksek bilet satış hacmine sahip birkaç firma dışında, orta ve küçük ölçekli firmalardan oluşmaktadır. 2022 yılı ilk üç ayı için OBİLET'in bilet satış platformu gelirleri içerisinde en büyük geliri yaratan ilk yirmi teşebbüs incelendiğinde (.....) %(.....), (.....) %(.....), (.....) %(.....), (.....) %(.....) paya sahip olduğu; diğer firmaların payının ise %(.....) altında olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla alıcı konumunda bulunan otobüs firmalarının sektörde önde gelen (.....) firma dışında OBİLET karşısında bir pazarlık gücünün olduğundan bahsetmek mümkün görünmemektedir. Nitekim dosya kapsamında yapılan görüşmelerde de OBİLET'in komisyon oranlarını artırması durumunda otobüs firmalarının bu konuda pazarlık etmesinin mümkün olmadığı ve platform satışlarının firmaların satışlarında çok büyük bir yer teşkil etmesinin komisyon oranlarını kabul etmelerine neden olacağı ifade edilmiştir.
- (136) Bu noktada PAMUKKALE ve METRO TURİZM'in<sup>20</sup> platformlara verdiği komisyon oranları da incelenmiştir. OBİLET METRO TURİZM ile %(.....) komisyon oranı ile çalışırken, en yakın rakibi ENUYGUN %(.....), NEREDENNEREYE ve TURNA %(.....), BİLET.COM ise %(.....) ile çalışmaktadır. PAMUKKALE OBİLET'in rakipleri ile %(.....) ile çalışırken OBİLET'e %(.....) komisyon vermektedir. Dolayısıyla taşımacılık sektörünün önde gelen firmaları OBİLET'e rakip platformlara verdikleri komisyonlardan daha yüksek komisyon ödeyerek OBİLET'in platformunda listelenmekte ve satış gerçekleştirmektedir. Bu sebeple büyük otobüs firmaları rakip platformlarda sahip oldukları alıcı gücünü OBİLET'e karşı sergileyememekte ve bu taşıyıcılar OBİLET'e rakiplerine nazaran daha yüksek komisyon vermek durumunda kalmaktadır. Tüm bu bilgiler doğrultusunda; otobüs firmaları bilet satış platformu pazarında dengeleyici alıcı gücüne sahip değildir.
- (137) Açıklamalar çerçevesinde; OBİLET'in pazar payının oldukça yüksek olduğu ilgili pazarda; teşebbüsün finansal gücünden, marka bilinirliğinden, rakiplerine nazaran çok daha büyük ölçekte reklam harcamaları yapmasından, dikey bütünleşik yapısından ve pazarın çift taraflı özelliğinin getirmiş olduğu pozitif şebeke dışsallıklarından kaynaklanan giriş ve büyüme engelleri bulunduğu, aynı zamanda OBİLET'in pazar gücünü dengeleyebilecek ölçüde alıcı gücünün de bulunmadığı sonucuna

<sup>20</sup> KAMİL KOÇ biletleri, sadece obilet.com üzerinde listelenmekte olduğundan platformlar arası karşılaştırma yapılamamış olup teşebbüs OBİLET'e %(.....) bilet satış komisyonu ödemektedir.

ulaşmaktadır. Bu çerçevede, OBİLET'in otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı pazarında rakipleri ve müşterilerinden bağımsız şekilde hareket etmesini sağlayacak bir pazar gücünün olabileceği, dolayısıyla hakim durumda bulunabileceği kanaatine varılmaktadır. Diğer pazarlardan farklı olarak, B2C pazarında hâkim duruma ilişkin yapılan tespitler OBİLET-BİLETALL devralması öncesi için de geçerlidir.

### H.3.2.1.3. Otobüs Sefer Verilerinin Platformlara Dağıtımı (B2B) Hizmeti Pazarına İlişkin Hâkim Durum Değerlendirmesi

#### H.3.2.1.3.1. OBİLET ve Rakiplerinin Pazardaki Konumu

- (138) Türkiye'de B2B pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin aynı zamanda biletleme yazılımı faaliyeti olan teşebbüsler olduğu görülmektedir. OBİLET, biletleme yazılımı firmalarının yazılımlarını otobüs firmalarına düşük bir ücret karşılığında sağlayıp B2B hizmeti geliri ile biletleme yazılımı masraflarını ve portföy oluşturmanın gerektirdiği giderleri karşıladıklarını ifade etmektedir. MYDATA ve ECE YAZILIM da B2B hizmeti gelirlerinin yazılım gelirlerine göre çok daha yüksek olduğunu ifade etmektedir.
- (139) OBİLET'in ve rakiplerinin pazar paylarına ilişkin değerlendirme için, söz konusu teşebbüslerin 2017-2022 yıllarında<sup>21</sup> sefer verisi sağladıkları platformların gerçekleştirdikleri bilet satış adedi çerçevesinde pazar payları hesaplanmış ve aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo 6: B2B Hizmeti Pazarında Dağıtılan Bilet Adedi Bazında Pazar Payları (%)

	2017	2018	2019	2020	2021 H1	2021 H2	2022
OBİLET		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİLETALL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	
OBİLET+BİLETALL						(.....)	(.....)
	2017	2018	2019	2020	2021		2022
MYDATA		(.....)	(.....)	(.....)		(.....)	(.....)
ECE YAZILIM			(.....)	(.....)		(.....)	(.....)
ATLAS YAZILIM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (140) Tablodan, OBİLET'in devralma öncesi dönem olan 2017-2021 H1 arasında pazar payının oldukça düşük olduğu ve %(.....) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte devralmanın akabinde OBİLET+BİLETALL birleşik teşebbüsünün pazar payının 2021 yılının son altı ayında %(.....), 2022 yılı itibarıyla ise %(.....) olarak gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Öte yandan 2017 ile 2020 yılları arasındaki dönem incelendiğinde METRO TURİZM'in sefer verilerini platformlara sağlayan ATLAS YAZILIM'ın, pazar lideri olduğu ancak 2021 yılına gelindiğinde pazardaki ilk sıraya OBİLET'in yükseldiği görülmektedir. Ayrıca OBİLET'in pazar payının yıllar itibarıyla sürekli olarak arttığı, 2022 yılı itibarıyla OBİLET'in en yakın rakibinin ATLAS YAZILIM olduğu ve OBİLET'in en yakın rakibinden yaklaşık (.....) kat daha fazla pazar payına sahip olduğu anlaşılmaktadır.
- (141) Pazar payı dağılımında böylesi bir tablo oluşmasının nedeni OBİLET'in hem B2B hem de B2C pazarında yer alıyor olması karşısında ATLAS YAZILIM'ın B2C faaliyeti olmamasıdır. B2B pazarı B2C pazarında satış yapacak platformlara sefer verilerini sağlamakta bu anlamda bu iki pazar arasında toptan pazar-perakende pazar ilişkisi bulunmaktadır. Bu noktada pazarda yer alan teşebbüslerden OBİLET, B2B pazarın yanı sıra B2C pazarında da faaliyet göstermekte, diğer bir deyişle hem toptan hem de

<sup>21</sup> OBİLET-BİLETALL devralmasına ilişkin Kurul kararı 01.07.2021 tarihinde alınmış olduğundan bu iki şirket için 2021 yılı pazar payları ilk altı ay ve devralmanın gerçekleştiği ikinci altı ay için ayrı ayrı hesaplanmıştır.

perakende faaliyet sergilemektedir. Bu sebeple OBİLET yazılımı üzerinde yer alan sefer verilerini kendisi de kullanarak sefer verisi sağladığı platformlarla beraber B2C pazarında da rekabet etmekte ancak kendine sağlanan veriler grup içi satış niteliği dolayısıyla B2B pazara dâhil edilmemektedir<sup>22</sup>. Bu sebeple de B2B pazarda OBİLET'in pazar payı kendisi dışında diğer platformlara sağladığı veriler üzerinden yapılan satış adedi bazında belirlenmektedir.

- (142) ATLAS YAZILIM dışındaki rakiplerden dikey bütünleşik MYDATA'nın 2020-2022 döneminde payını artırdığı ve %(.....) seviyesine geldiği görülmektedir. Diğer yandan ECE YAZILIM'ın 2022 yılında %(.....) bir payı bulunmaktadır. Pazar payları artmasına rağmen OBİLET her iki teşebbüsten çok daha yüksek bir paya (MYDATA'nın (.....), ECE YAZILIM'ın (.....) katı) sahiptir.
- (143) OBİLET'in dikey bütünleşik faaliyeti ve bu pazarın çift taraflı yapısı nedeniyle; teşebbüslerin pazardaki konumlarını değerlendirmede pazar paylarının yanı sıra başkaca faktörlerin de dikkate alınması gerekmektedir. OBİLET'in dikey bütünleşik yapısı ile B2C pazarında yolcular bakımından sahip olduğu marka bilinirliği, pazarda giriş engeli olarak ortaya çıkmaktadır. Yolcuların obilet.com platformuna yönelik sadakatini besleyen marka bilinirliği nedeniyle otobüs firmaları için listelenmek istedikleri en önemli platform obilet.com olmaktadır. B2C pazardaki bu güçlü konum otobüs firmalarının biletleme yazılımı tercihlerini ve buna bağlı gelişen B2B tercihlerini etkilemektedir. OBİLET'ten yazılım alan firmalar sefer verilerini de OBİLET aracılığıyla dağıtabilmekte, ayrıca obilet.com üzerinde listelenerek pazarda lider konumdaki, en bilinen platformda listelenmektedir.
- (144) Oysa ATLAS YAZILIM için benzeri bir durum söz konusu değildir. ATLAS YAZILIM sadece METRO TURİZM'in sefer verilerinin dağıtımını yapan, platform pazarında faaliyeti olmayan bir teşebbüstür. ATLAS YAZILIM'ın gücü otobüs taşımacılığı pazarında ilk üç firma arasında yer alan METRO TURİZM'in verilerini satmaktan kaynaklanmakta olup diğer otobüs firmaları ATLAS YAZILIM'dan yazılım hizmeti, dolayısıyla da B2B hizmeti satın almak konusunda oldukça isteksizdir. Dolayısıyla pazardaki konumu tek teşebbüsle olan anlaşmasına bağlı oluşan ATLAS YAZILIM, söz konusu pazarda rekabetçi güç sergileyebilecek bir rakip sayılamayacaktır.
- (145) Otobüs firmaları açısından B2B hizmetinin en önemli faydası birden çok alternatif satış kanalında ilave efor ve maliyete katlanmadan listelenebilmektir. OBİLET ile çalışan otobüs firması OBİLET ile yaptığı tek anlaşma ile obilet.com'da listelenmenin yanı sıra alternatif B2C'lerin faaliyet göstermesi için gerek duyduğu sefer verisini temin edebileceği en büyük portföye de eklenmektedir. Bir başka ifadeyle OBİLET ile yapılan tek bir anlaşma ile otobüs firması platform pazarındaki en yüksek görünürlüğü/listelemeyi elde edebilmektedir.

---

<sup>22</sup> Pazar payı hesaplamasında esas alınan "ticari pazar kuralı"na (*merchant market rule*) göre, pazar payı hesaplanırken teşebbüsün bütününe veya bir kısmına sahip olduğu ya da bağlı olduğu gruba ait diğer şirketlere yaptığı satışlar (grup içi satışlar) dâhil edilmemekte, yalnızca bağımsız üçüncü kişilere yapılan satışlar (ticari pazar satışları) dikkate alınmaktadır. Ancak dikey entegrasyonun olduğu pazarlarda hesaplama yapılırken, ticari pazar kuralının uygulanıp uygulanmayacağı, diğer bir deyişle grup içi satışların hesaplama dâhil edilip edilmeyeceği sorusunun tek bir cevabı bulunmamaktadır. ABD'deki yaklaşım, dikey bütünleşik yapının söz konusu olduğu pazarlarda grup içi satışların pazar payı hesaplamasında dâhil edilip edilmeyeceğinin olay bazında yapılacak değerlendirme ile belirlenmesidir. Bu hususta Kurulun farklı kararlarında olayın özelliklerine göre farklı yöntemlerin uygulanabildiği görülmektedir. Mevcut dosya bakımından, OBİLET'in grupçi satışlarının dahil edilmesi incelenen eylemler bakımından ulaşılan sonuçlarda bir farklılık yaratmadığından bu satışlar toplama dahil edilmemiştir.



- (146) Platformların B2B pazarında hangi firmadan sefer verileri temin edeceğine ilişkin tercihinde, portföydeki bilet adedi kadar portföyün içerdiği otobüs firma sayısı yani otobüs-sefer çeşitliliği de önemlidir. Hatta B2C, API bağlantı sayısını artırmak istemeyebilmekte ya da ilave API bağlantısı için efor sarf etmeyi fizibil/rasyonel bulmayabilmekte, bu sebeple B2B portföyünde rakip biletleme yazılımı yapan teşebbüslerdeki verilerini de ilgili biletleme firmasından değil OBİLET'ten çekebilmektedir. Bir başka ifadeyle OBİLET, kendi biletleme yazılımını kullanan firmaların yanı sıra rakip biletleme yazılımını kullanan firmaların sefer verilerini de dağıtabilmekte böylelikle B2C'lere daha az efor ve maliyet ile büyük bir portföy elde etme imkanı sunabilmektedir. Bu noktada OBİLET rakip platformlara kendi B2B hizmeti kapsamında mevcut durumda (.....) otobüs firmasının sefer verilerini sağlarken ATLAS YAZILIM sadece bir firmanın sefer verilerini dağıtmaktadır. Ayrıca OBİLET B2B hizmeti kapsamında kendi biletleme yazılımı dışında dönem dönem rakip MYDATA ve ECE YAZILIM'ın da sefer verilerini sağlamış bulunmaktadır. Böylelikle OBİLET'in güçlü B2B portföyü rakip B2B hizmeti veren firmaların portföyü ile beslenmiş bulunmaktadır. Dolayısıyla B2B pazarda önemli bir rekabetçi unsur olan portföy çeşitliliği ATLAS YAZILIM tarafından platformlara sunulamamakta ve teşebbüs OBİLET'in güçlü bir rakibi olarak konumlanamamaktadır.
- (147) Bu anlatılanlar çerçevesinde, pazarda yer alan B2B firmalarının sefer verilerini dağıttıkları otobüs firma sayısı bazında pazar payları ayrıca hesaplanmıştır. Bu noktada OBİLET'in B2B hizmeti pazarında sahip olduğu portföyün rakiplerinden fazlasıyla ayrıştığı, hâlihazırda ECE YAZILIM'ın verilerinin dağıtımını gerçekleştirebileceği (.....) otobüs firması bulunduğu, MYDATA bakımından ise bu sayının (.....) olduğu, ATLAS YAZILIM'ın ise yalnızca METRO TURİZM'in verilerinin sağlanması faaliyetinde bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede OBİLET'in veri dağıtımını gerçekleştirebileceği (.....) firmasıyla rakiplerine kıyasla oldukça güçlü konumda olduğu görülmektedir. Bu veriler çerçevesinde pazar payları aşağıdaki tablodaki gibi olmaktadır:

Tablo 7: B2B Pazarında Sefer Verisi Dağıtılan Firma Sayısı Bazında 2022-2023<sup>23</sup> Dönemi Pazar Payları

	Dağıtım Yapılan Firma Sayısı		Pazar Payı (%)	
	2022	2023	2022	2023
OBİLET+BİLETALL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MYDATA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ECE YAZILIM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ATLAS YAZILIM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (148) Görüldüğü üzere sefer verisi dağıtımını yapılan firma sayısı bazında OBİLET 2023 yılı itibarıyla %(.....) pazar payına sahip durumdadır. Teşebbüs 2022 yılında en yakın rakibi MYDATA'nın bu parametrede (.....) katı bir paya ulaşmıştır.
- (149) Bunun yanı sıra OBİLET kendi portföyü dışında diğer biletleme yazılımı firmalarının da sefer verilerini dağıtmaktadır. Hatta (.....) dosya kapsamında edinilen bilgiler arasındadır. OBİLET, B2C'lerin ilgili envantere aracı sayısını artırmaksızın ulaşmak üzere farklı biletleme yazılımlarına ayrı ayrı entegre olmak yerine tek (veya az sayıda) sağlayıcıdan temin etmeyi tercih etmesinin dünyada da sıkça rastlanan bir uygulama olduğunu ifade etmekte ancak Türkiye'de sadece OBİLET'ten böylesi bir B2B hizmeti alınmaktadır. Bu durum OBİLET'in B2B portföyünün ve bu pazardaki konumunun rakiplerine nazaran ne denli güçlü olduğunu ortaya koyan bir başka unsurdur.

<sup>23</sup> 2023 yılında 01.01.2023-31.05.2023 tarih aralığına ait veriler yer almaktadır.

- (150) Yukarıda anlatılanlar çerçevesinde OBİLET'in pazar payının, rakiplerine göre yüksek olduğu ve hâkim durum eşiği olarak kabul edilen %40 oranının üzerinde gerçekleştiği tespit edilmektedir. Bunun yanı sıra OBİLET'in portföy çeşitliliğinin bulunduğu, dikey bütünleşik yapısı çerçevesinde diğer pazarlardaki konumunun bu pazara da etki ettiği görülmektedir.

#### **H.3.2.1.3.2. Giriş ve Büyüme Engelleri**

- (151) Türkiye'de B2B hizmeti veren firmaların biletleme yazılımı hizmeti veren dört firmadan (OBİLET, MYDATA, ATLAS YAZILIM, ECE YAZILIM) oluştuğu görülmektedir. Dolayısıyla biletleme yazılımı pazarına ilişkin giriş ve büyüme engellerinin B2B hizmeti bakımından da geçerli olacağı, bu kapsamda biletleme yazılımlarının diğer yazılımlardan farklılaşmasının, her bir otobüs firmasının tek bir biletleme yazılımı kullanmasının, OBİLET'in dikey bütünleşik yapıya ve bilet satış platformunda portföy gücüne sahip olmasının B2B hizmeti pazarı bakımından da giriş ve büyüme engeli teşkil edeceği değerlendirilmektedir.

- (152) Bununla birlikte B2B hizmeti pazarının çift taraflı yapısının ve sağladığı şebeke dışsallıklarının da giriş ve büyüme engelleri çerçevesinde dikkate alınması gerekmektedir. Otobüs firmaları açısından bakıldığında; OBİLET ve rakipleri arasındaki tercihin pazarın diğer tarafında yer alan grubun çeşitliliğine bağlı olduğu değerlendirilmektedir. Otobüs firmaları daha çok sayıda platformda satılabilmek adına, daha çok satış kanalına ulaşabilmelerini sağlayan dağıtım hizmeti veren firmanın portföyüne eklenmek istemektedir. Bilet satış platformları da daha çok yolcuya ulaşabilmek ve bunu daha az efor ve maliyetle elde edebilmek adına mümkün olan en geniş otobüs firması portföyüne sahip olmak istemekte ve bu nedenle portföyü en geniş B2B firmasını öncelikli olarak tercih etmektedir. O kadar ki B2C'ler, OBİLET B2B portföyünde rakip biletleme yazılımını kullanan otobüs firmalarının sefer verilerini temin etme talebinde dahi bulunabilmektedir. OBİLET mevcut durumda yukarıda yer verildiği üzere kendi biletleme yazılımını kullanan (.....) firmanın sefer verisini dağıtarak pazardaki en geniş portföye sahip durumdadır. Bu portföyü ayrıca dönem dönem diğer biletleme yazılımını kullanan otobüs firmalarının sefer verileri ile de besleyebilmektedir. OBİLET'in mevcut durumunun pazara yeni girmek isteyen teşebbüsler bakımından bir giriş engeli, pazardaki mevcut rakipleri açısından ise büyüme engeli olduğu değerlendirilmektedir. Zira bu durum, otobüs firmalarının büyük çoğunluğunun hâlihazırda verilerini OBİLET aracılığıyla bilet satış platformlarının tamamına aktarabilmeleri, bunun sonucunda yeni bir B2B hizmet sağlayıcısı ile çalışmaya ihtiyaç duymamaları sonucunu doğuracaktır. Benzer şekilde OBİLET'ten B2B hizmeti alan platformların pazarın çok büyük bir bölümüne erişebildikleri göz önünde bulundurulduğunda; bu platformların diğer B2B sağlayıcılar ile çalışmaya ihtiyaç duymayacakları sonucuna ulaşılmaktadır. Hem otobüs firmaları hem de satış platformları OBİLET ile anlaşarak pazarın diğer tarafındaki kullanıcıların neredeyse tamamıyla tek seferde anlaşma şansını yakaladıklarından, ayrı ayrı anlaşma yapma maliyetlerinden kurtulmaktadır. Dolayısıyla pazarın her iki tarafı da OBİLET ile çalışmayı öncelikli tercih edecek, bu durum da potansiyel girişler ve mevcut teşebbüsler bakımından büyüme engeli teşkil edecektir.

#### **H.3.2.1.3.3. Dengeleyici Alıcı Gücü**

- (153) B2B hizmeti pazarı çift taraflı pazar niteliği ile bir tarafta otobüs firmalarına bir tarafta ise B2C'lere hizmet sağlamaktadır. B2B hizmeti alan otobüs firmaları OBİLET/BİLETALL biletleme yazılımını kullanan firmalar olduğundan biletleme yazılımı pazarındaki alıcı gücü değerlendirmeleri B2B hizmeti pazarı bakımından da

geçerli olmaktadır. Bu noktada OBİLET'in sahip olduğu platform gücü, otobüs taşımacılığı pazarının parçalı yapısı ve OBİLET'in pazardaki büyük oyunculara biletleme yazılımı hizmeti vermiyor oluşu, genel olarak firmaların alternatiflerinin sınırlı olması ve bu firmaların OBİLET'in yazılım gelirlerinde oldukça sınırlı bir paya sahip olması hususları göz önünde bulundurulduğunda; otobüs firmalarının B2B pazarı bakımından da dengeleyici alıcı gücüne sahip olmadığı değerlendirilmektedir.

- (154) B2B hizmetinin diğer alıcısı ise, platform pazarında OBİLET'e rakip olan diğer B2C'lerdir. Daha en başta OBİLET'in dikey bütünleşik yapısı dolayısıyla bu alıcıların OBİLET ile B2C pazarında rekabet ediyor olmaları, hatta rakip B2C'lerin bu pazarda faaliyet göstermeleri için rakip konumundaki OBİLET'in B2B portföyünün elzem olması alıcı gücü sergilemelerini engelleyen en önemli husustur. OBİLET portföyü bu teşebbüsler için pazarda faaliyet göstermek bakımından o kadar önemlidir ki B2C'ler zaman zaman diğer biletleme yazılımını kullanan B2B firmalarının sefer verilerini bile OBİLET'ten çekmekte, bu durum onların API bağlantı sayısını azaltabilmektedir. Dolayısıyla OBİLET'in platformlara sağladığı portföyün pazarın çok büyük bir bölümünü kapsadığı hususu göz önünde bulundurulduğunda; platformlar bakımından OBİLET B2B portföyüne eş değer bir alternatifin bulunmadığı değerlendirilmektedir.
- (155) OBİLET ile B2B pazarda iş ilişkisi kuramayan platformların tek alternatifi ise otobüs firmaları ile ayrı ayrı iş ilişkisi kurarak verilerin sağlanması olacaktır. Ancak bu yöntem için özelleşmiş bir ekibe ihtiyaç duyulması, taşıyıcı firmaların ve biletleme yazılımı firmalarının katlanacağı ilave maliyetlerin ve çabanın bedelinin platform tarafından karşılanması ve yüzlerce firmayla doğrudan bağlantı kurmanın gerekmesi nedenleriyle otobüs firmaları ile ayrı ayrı iş ilişkisi kurmak platformlar bakımından makul bir seçenek olarak değerlendirilmemektedir. OBİLET'in B2B hizmeti pazarındaki mevcut konumu göz önünde bulundurulduğunda; her bir otobüs firmasıyla ayrı ayrı anlaşma yaparak verileri elde etme maliyetine katlanmak istemeyen platformların OBİLET karşısında herhangi bir alıcı gücünden bahsetmek mümkün görünmemektedir.
- (156) OBİLET'in 2022 yılının B2B hizmeti sağladığı platformların OBİLET nezdindeki dağılımları incelendiğinde de bunlardan ENUYGUN dışındaki tüm platformların payının %(...) düşük olduğu görülmektedir. Her ne kadar ENUYGUN'un payı yaklaşık olarak %(...) olarak gerçekleşmiş ise de bu payın görece yüksek kalması alıcı gücüne ilişkin değerlendirmeleri etkilemeyecektir. Zira alıcı gücünden bahsedilebilmesi için müşterilerin makul süre içerisinde başka bir sağlayıcıya geçmek ya da kendi arzını yaratmak imkânına sahip olması gerekmektedir. Ancak bu pazar bakımından OBİLET'in alternatifi olabilecek bir sağlayıcıdan bahsedilememekte, müşteri konumundaki alıcıların makul bir süre içerisinde kendi arzını yaratmasının da olası olmadığı değerlendirilmektedir.
- (157) Açıklamalar ışığında; OBİLET'in pazar payının yüksek ve rakiplerine nazaran orantısız olduğu, biletleme yazılımı pazarına ilişkin giriş ve büyüme engellerinin B2B hizmeti bakımından da geçerli olduğu, B2B hizmeti pazarının çift taraflı pazar özelliğinin ve sağladığı şebeke dışsallıklarının da giriş ve büyüme engeli teşkil ettiği ve OBİLET'in pazar gücünü dengeleyebilecek ölçüde alıcı gücü bulunmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu çerçevede, OBİLET'in rakipleri ve müşterilerinden bağımsız şekilde hareket etmesini sağlayacak bir pazar gücünün olabileceği, dolayısıyla "otobüs sefer verilerinin platformlara dağıtımı (B2B) hizmeti pazarı"nda da hâkim durumda bulunabileceği kanaatine varılmaktadır.

### H.3.2.2. Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Değerlendirme

#### H.3.2.2.1. Otobüs Firmalarına Uygulanan Bilet Satış Komisyonlarında Aşırı Fiyatlamaya İlişkin Değerlendirme

- (158) Dosya konusunu oluşturan iddialardan ilki otobüs firmalarına bilet satışına aracılık hizmeti için OBİLET tarafından uygulanan bilet satışı komisyon oranlarının aşırı olduğudur.
- (159) Rekabet hukuku uygulamalarının tüketici refahının korunmasını da dikkate aldığı hususu göz önünde bulundurulduğunda, sömürücü nitelikteki davranışlar içerisinde yer alan ve tüketici refahında doğrudan bir kayba ve refahın dağılımında etkinsizliğe sebep olan aşırı fiyatlamaya davranışlarına rekabet otoritelerince müdahale edilebilmektedir. Aşırı fiyatlamaya müdahalenin belli pazar koşullarıyla sınırlı tutulması yönünde genel bir kabul oluşmakla birlikte, bu koşullar ve konuya yaklaşım hukuk sistemlerine ve rekabet otoritelerinin müdahaleciliğine bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir.
- (160) Aşırı fiyatlamaya davranışı Türk rekabet hukukunda ise 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında hâkim durumun kötüye kullanılması davranışlarından biri olarak ele alınmaktadır. Aşırı fiyat kavramına ve tespitine yönelik Kurul kararları incelendiğinde; hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün rekabetçi şartlarda uygulayamayacağı ve sunduğu ürünün/hizmetin ekonomik değerinin<sup>24</sup> önemli ölçüde üzerinde olan fiyatların rekabet hukuku anlamında aşırı fiyat olarak değerlendirildiği görülmektedir. Kurulun bugüne kadar izlediği yaklaşım, aşırı fiyata ancak sınırlı koşullar altında rekabet hukuku çerçevesinde müdahale edilmesi gerektiğini işaret etmektedir. Bu yaklaşımın altında yatan gerekçe, müdahale sonucunda teşebbüslerin kârlarının sınırlanacak olması nedeniyle pazara yeni girişlerin ve pazarda yatırımların engellenmesi gibi pazarın işleyişine ilişkin sakıncalar ve rekabet otoritelerinin aşırı fiyatlamaya müdahale yöntemindeki hata riskidir<sup>25</sup>.
- (161) Mevcut olay özelindeki aşırı fiyat iddiaları OBİLET'in, OBİLET/BİLETALL devralmasının akabinde komisyon oranlarını %(.....) düzeyine yükselttiğine ilişkindir. Söz konusu iddianın değerlendirilmesi adına 2020-2022 yıllarının kapsayan dönemde OBİLET tarafından %(.....)'un üzerindeki komisyon oranları ile satışı gerçekleştirilen biletlerin, OBİLET'in toplam platform satışları içerisindeki ağırlığı incelenmiştir. İlgili tabloya aşağıda yer verilmektedir:

---

<sup>24</sup> Avrupa Adalet Divanının (ATAD) *United Brands*<sup>24</sup> kararında (14.02.1978 tarih ve C-27/76 sayılı karar) ekonomik değer kavramından bahsedilerek ürünün ekonomik değeri ile makul bir şekilde uyumlu olmayan fiyatın aşırı olduğu değerlendirilmiştir. ATAD, ürünün fiyatının ürünün ekonomik değeri ile uyumlu olup olmadığını "*Ekonomik Değer Testi (EDT)*" olarak adlandırılan iki aşamalı bir test ile tespit etmeyi önermiştir. Bu teste göre, ilk aşamada inceleme konusu ürünün maliyetleri ve makul kâr marjı dikkate alınarak ürünün ekonomik değeri belirlenmektedir. Ardından ürünün ekonomik değeri ve satış fiyatları arasında bir kıyaslama yapılmakta ve ürünün maliyetleri ile makul kâr marjının toplamını (*ekonomik değerini*) aşan fiyatlar aşırı olarak kabul edilmektedir. EDT'nin ikinci aşamasında hâkim durumdaki teşebbüsün uyguladığı fiyatın kıyaslanması ile haksız olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmaktadır. Fiyat karşılaştırması analizi olarak adlandırılan bu yaklaşımda, teşebbüsün kendi fiyatları, rakiplerinin fiyatları ve/veya farklı coğrafi pazarların fiyatlarıyla kıyaslama yapılabilmektedir.

<sup>25</sup> Kurulun 08.07.2021 tarih ve 21-34/475-237 sayılı kararı.

Tablo 8: %(...)'un Üzerindeki Komisyon Oranları ile Satılan Biletlerin OBİLET'in Toplam Platform Geliri İçerisindeki Payı

	%(...)'un Üzerindeki Komisyon Oranı İle Satılan Biletlerden Elde Edilen Toplam Gelir (TL)	OBİLET'in Toplam Platform Geliri (TL)	Toplam Gelir İçerisindeki Payı (%)
2020	(.....)	(.....)	(.....)
2021	(.....)	(.....)	(.....)
2022	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler

- (162) Tablo 8'den; 2020-2022 döneminde, OBİLET'in %(...)'un üzerinde komisyon elde ettiği toplam bilet gelirinin, toplam platform satışı geliri içerisindeki payının sırasıyla %(...), %(...) ve %(...) olduğu görülmektedir. Anılan üç yılda OBİLET'in toplam gelirlerinin %(...) fazlasını, %(...) ve daha düşük komisyon oranı üzerinden gerçekleştirdiği bilet satışlarından elde ettiği gelir oluşturmaktadır. Bu kapsamda şikâyete konu %(...)'un üzerindeki komisyon oranları ile satılan bilet gelirlerinin toplam bilet satışlarının çok küçük bir kısmına tekabül ettiği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede OBİLET'in, iddiada yer verildiği üzere, %(...)'un üzerinde komisyon belirlediği, ancak söz konusu komisyon oranının sınırlı satış hacmine sahip ve sınırlı sayıda otobüs firmasına uygulandığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla OBİLET, iddia edildiği üzere, bir kısım otobüs firması için komisyon oranlarını artırmış ancak komisyon oranları artan otobüs firmalarının pazarda ve OBİLET'in gelirleri içindeki büyüklüğü sınırlı olmuştur.
- (163) OBİLET'ten, 2021 yılının son altı ayı itibarıyla komisyon oranları %(...)'un üzerine çıkan otobüs firmaları hakkında alınan bilgilere göre, (...) adlı otobüs firmaları, OBİLET üzerinden satışı gerçekleşen her bir bilet için %(...)'un üzerinde komisyon bedeli ödemişlerdir. Bununla birlikte (...) hariç diğer otobüs firmalarının OBİLETE'e rakip altyapıyı kullandıkları belirtilmelidir. 12 otobüs firmasının bu oranları ödemeye başladıkları döneme ve sürece ilişkin bilgiler aşağıda tablolandırılmıştır:

Tablo 9: %(...) Üzerinde Komisyon Ödeyen Firmalar Hakkında Bilgi

Firma Adı	%(...) Üzeri Komisyon Geçiş Tarihi	Açıklamalar
(.....)	Mart 2022	Mart 2022'de açılmış. O tarihten bu yana %(...) komisyon uygulanıyor.
(.....)	Mart 2022	Mart 2022'de obilet.com'da tekrar açılmış. O tarihten bu yana %(...) komisyon uygulanıyor.
(.....)	Haziran 2022	Haziran 2022'de açılmış. O tarihten bu yana %(...) komisyon uygulanıyor.
(.....)	Nisan 2022	Mart 2022'de %(...) komisyonla açılmış, ancak sefer tarihi bazlı ilk bileti Nisan 2022'de. Sonradan faaliyetlerini durdurmuş.
(.....)	Ekim 2022	Ekim 2022'de açılmış. O tarihten bu yana %(...) komisyon uygulanıyor.

Tablo 9'un devamı:

Firma Adı	%(...) Üzeri Komisyon Geçiş Tarihi	Açıklamalar
(.....)	Mayıs 2021 <sup>26</sup>	2022 başında %(...) olan komisyonu Nisan 2022'den itibaren %(...) olarak uygulanmış.

<sup>26</sup> İlgili otobüs firmasına Ocak 2018-Ekim 2020 arası uygulanan komisyon oranı %(...) olup Kasım 2020-Nisan 2021 arası firmanın satışları durdurulmuştur. Satışa açılmasıyla birlikte Mayıs 2021-Ağustos 2021 döneminde komisyon oranı %(...), Eylül 2021'de %(...), Ekim 2021-Mart 2022 döneminde %(...) uygulanmıştır. Güncel durumda ise Nisan 2022'den itibaren %(...) olarak uygulanmaktadır.

(.....)	Aralık 2022	Aralık 2022'de açılmış. O tarihten bu yana %(.....) komisyon uygulanıyor.
(.....)	Şubat 2022	Şubat 2022'ye kadar %(.....) olan komisyonu Nisan 2022 itibarıyla %(.....) düşmüş.
(.....)	Eylül 2021	Eylül 2021 ortalarında komisyonu %(.....) %(.....) çıkmış.
(.....)	Haziran 2022	Haziran 2022'de açılmış. O tarihten bu yana %(.....) komisyon uygulanıyor.
(.....)	Mart 2022	Mart 2022'de obilet.com'da tekrar açılmış. O tarihten bu yana %(.....) komisyon uygulanıyor.
(.....)	Aralık 2022	Aralık 2022'de açılmış. O tarihten bu yana %(.....) komisyon uygulanıyor.
Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler		

- (164) Yukarıdaki tablodan görüldüğü üzere, 12 otobüs firması bakımından %(.....) üzeri fiyatlandırma yapılmaktadır. Bunlardan yedi tanesi obilet.com platformunda ilk kez listelenmeye başlamış olup satışa açıldıkları 2022 yılı ilgili ayından bu yana bir yıl veya biraz daha fazla süreyle %(.....) üzeri komisyon ödemektedirler. (.....) iki ay süre ile %(.....) üzeri komisyon öderken, Nisan 2022'de komisyon oranı %(.....) düşmüş bulunmaktadır. Diğer yandan komisyon değişikliğinin (.....) ve (.....) için 2022 yılının Mart ayında, (.....) için 2021 yılının Mayıs ayında ve (.....) için 2021 yılı Eylül ayında gerçekleştiği görülmektedir.
- (165) EDT analizinin yapılabilmesi adına OBİLET'ten platform üzerinden gerçekleştirilen otobüs bileti satışına ilişkin katlandığı maliyetler ve bu faaliyetlerinden elde ettiği gelirler talep edilmiş, ancak teşebbüsün bilet satış platformu hizmetleri ile biletleme yazılımı faaliyetlerinde birçok kaynağını ortak kullanması nedeniyle maliyetlerin hizmet türlerine göre dağılımı tahmini olarak sunulabilmektedir.
- (166) OBİLET'in katlandığı maliyetlerin; pazarlama/reklam giderleri, banka POS komisyon giderleri, personel maliyetleri, diğer operasyonel giderler ve mal hizmet satış maliyetleri (aracı/servis sağlayıcı komisyonları) gibi olağan maliyetlerden oluştuğu görülmektedir. Bu bağlamda, 2021 yılı ikinci altı ay ve 2022 yılı için OBİLET'in otobüs bilet satışına ilişkin maliyetlerine yer verilmektedir:

Tablo 10: OBİLET'in 2021 H2 ve 2022 Döneminde Katlandığı Maliyet Kalemleri ve Tutarları

Maliyet Kalemleri	Maliyet Tutarları (TL)	
	2021 H2	2022
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Maliyetler (TL)	(.....)	(.....)
Satılan Toplam Bilet Sayısı	(.....)	(.....)
Bilet Başına Maliyet (TL)	(.....)	(.....)
Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler		

- (167) Bilet satış platformu pazarındaki maliyetler genel olarak operasyonel maliyetlerden oluşmaktadır. Yukarıda yer alan ve OBİLET'in maliyet kalemlerini gösteren tablodan görüldüğü üzere, 2021 yılı ikinci altı ay ve 2022 yıllarında pazarlama-reklam maliyetleri en büyük gider kalemini oluşturmaktadır. Nitekim edinilen bilgi ve belgelerden, OBİLET'in ilgili pazardaki payına ulaşmasında reklam harcamalarının önemli bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. 2021 ikinci altı ay ve 2022 döneminde OBİLET'in toplam maliyetleri ve satılan bilet sayısı dikkate alındığında, bilet başına maliyetin yıllar itibarıyla sırasıyla (.....)TL ve (.....)TL olarak gerçekleştiği görülmektedir.

- (168) %(. ....)'un üzerinde komisyon ödeyen 12 firma bakımından ortalama fiyat hesaplaması firmalardan elde edilen komisyon gelirleri ve sattıkları bilet adedi çerçevesinde hesaplanmıştır. Bu itibarla; aşağıdaki tabloda OBİLET'in 2021 ilk altı ay ve 2022 yılı için %(. ....) üzeri komisyon ödeyen firmalar bakımından hesaplanan kâr marjına yer verilmektedir:

Tablo 11: Obilet'in 2021 H2 ve 2022 Yılı İçin Hesaplanan Kâr Marjı

	2021 H2	2022
%10'un Üzerindeki Komisyon Oranı İle Satılan Biletlerden Elde Edilen Toplam Gelir (TL)	(.....)	(.....)
%10'un Üzerindeki Komisyon Oranı İle Satılan Bilet Sayısı	(.....)	(.....)
Ortalama Fiyat (TL)	(.....)	(.....)
Ortalama Maliyet (TL)	(.....)	(.....)
Kar Marjı	(.....)	(.....)
Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler		

- (169) 2021 yılı ikinci altı ayda ortalama fiyatın (.....)TL olduğu, bahse konu yılın ortalama maliyeti olan (.....)TL'nin üzerinde kaldığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda teşebbüsün kâr marjı ilgili dönemde yaklaşık %(. ....). 2022 itibarıyla ise ortalama fiyatın (.....)TL olarak gerçekleştiği ve aynı yılın ortalama maliyeti olan (.....)TL'nin üzerinde kaldığı anlaşılmaktadır. Teşebbüsün ilgili dönemde yaklaşık %(. ....) kâr marjına sahip olduğu görülmektedir.
- (170) Her iki dönemde en fazla %(. ....)'lik bir kâr marjı bulunduğu görülmekte, bu marjın tek başına aşırı fiyat tespiti için yeterli olmadığı, bu kar marjını ortaya çıkaracak komisyon oranının sadece 12 teşebbüs için sınırlı olduğu, bu teşebbüslerin OBİLET cirosundaki paylarının en fazla %(. ....) gibi çok küçük bir kısma denk geldiği değerlendirilmektedir.
- (171) Başka ülkelerde uygulanan komisyon oranlarının OBİLET tarafından uygulanan komisyon oranlarından daha yüksek olduğunu ifade eden OBİLET'ten alınan bilgilere göre, Brezilya merkezli Buson %(. ....), Arjantin merkezli Sisorg %(. ....), Brezilya merkezli Clickbus ve DeÖnibus %(. ....), Meksika merkezli Reservamos %(. ....)-%(. ....), Estonya merkezli Tpilet %(. ....)-%(. ....) komisyon oranlarıyla çalışmaktadır. Bununla birlikte anılan teşebbüslerden bazıları hem kullanıcıdan hem de otobüs firmasından komisyon almaktadır. Yer verilen örnek uygulamalar kapsamında yurt dışı merkezli B2C'lerin uyguladıkları komisyon oranının %(. ....) oldukça üzerinde olduğu anlaşılmaktadır.
- (172) Öte yandan aşırı fiyatlamaya ilişkin yukarıdaki tespitlerin yanı sıra belirtilmesi gereken en önemli husus ise, iddiaya konu komisyon artışı yaşayan sınırlı sayıda teşebbüsten dokuzunun OBİLET'in biletleme yazılımını kullanmayan, rakip yazılımları kullanan; (.....)'in ise (.....) kullanan otobüs firmaları olduğudur. Bu tespit dosyada yer alan OBİLET'in rakip biletleme yazılımını kullanan otobüs firmalarının komisyon oranlarını artırdığı ve B2B hizmeti için MYDATA'ya ödeme yapmadığı iddiaları bakımından bağlama teorisi kapsamında ayrıca aşağıda değerlendirilmektedir. Dolayısıyla bazı otobüs firmaları bakımından komisyon oranlarının %(. ....) üzerine çıkarılması davranışı mevcut dosyada aşırı fiyat ve bağlama şeklindeki iki farklı zarar teorisinde ele alınmış olup aşırı fiyat uygulandığı yönünde bir tespit yapılamamaktadır.
- (173) Sonuç olarak, elde edilen bilgi ve belgelerden otobüs firmalarına bilet satışına aracılık hizmeti için OBİLET tarafından uygulanan bilet satışı komisyon oranlarının aşırı olduğuna yönelik bir tespit yapılamayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

### H.3.2.2.2. Biletleme Yazılımı Hizmeti B2C Hizmetine Bağlanarak Hâkim Durumun Kötüye Kullanıldığı İddiası Bakımından Değerlendirme

- (174) OBİLET hakkında bu başlık altında incelenen iddialar,
- OBİLET/BİLETALL devralma işlemi sonrası dönemde MYDATA yazılımını kullanan otobüs firmalarının biletlerinin bir süre için obilet.com platformu üzerinden satışına izin verilmediği, bu otobüs firmalarının komisyon oranlarının %(...) çıkarılması şartıyla obilet.com üzerinden bilet satışına izin verildiği,
  - OBİLET'in, MYDATA'nın toptan (B2B) pazarda verdiği hizmet kapsamında gelir paylaşım modeli çerçevesinde aldığı web servis hizmeti ücretini ödememeye başladığı,
  - OBİLET ile çalışan otobüs firmalarının, ORS yazılımını kullanmaya devam etmemeleri durumunda, biletlerinin obilet.com platformu üzerinden satışına engel olunacağı yönünde tehdit edildiği

şeklinde özetlenebilecektir.

- (175) Yerinde incelemelerde, ORS yazılımını kullanan otobüs firmalarının bu yazılımı kullanmaya devam etmemeleri durumunda biletlerinin obilet.com platformu üzerinden satışına engel olunacağı yönünde tehdit edildiği iddialarını destekler nitelikte herhangi bir bilgi ve belge edinilememiştir.
- (176) Diğer yandan iddialara göre OBİLET yukarıda bahsedilen ilk iki uygulaması ile MYDATA yazılımını kullanan firmaların OBİLET yazılımına geçmelerini sağlamaya çalışmakta, bu amaçla obilet.com üzerinden o firmanın biletlerinin satışa sunulmaması ya da daha yüksek komisyon oranları ile satılması yoluna başvurmuştur. Bu itibarla OBİLET'in kendi biletleme yazılımının kullanımını sağlamak üzere yazılım hizmetini obilet.com üzerinden bilet satış hizmetine bağlayıp bağlamadığının incelenmesi gerekmiştir. Söz konusu uygulamalar aşağıda, OBİLET'in biletleme yazılımı hizmetini platform satış hizmetine fiili olarak bağlama etkisine yol açan uygulamalar olarak pazarda sonuç doğurabilecek olup olmadıkları yönüyle bağlama teorisi kapsamında incelenmektedir.

#### H.3.2.2.2.1. Bağlama Teorisi

- (177) Belli şartlar altında, hâkim durumdaki teşebbüslerin bağlama uygulamaları 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında yasaklanan eylemlerdendir. Hâkim Durum Kılavuzu'nda bağlama, genellikle bir ürünü (bağlayan ürün) hâkim durumdaki teşebbüsten satın alan müşterilerin bir başka ürünü (bağlı/bağlanan ürün) de aynı teşebbüsten almasını gerektiren durumlar şeklinde tanımlanmaktadır. Bağlama uygulamaları iki ayrı ürün olarak kabul edilebilecek ürünlerin entegre edilmesi yoluyla hayata geçirilebileceği gibi (teknolojik bağlama), sözleşmeler yoluyla (sözleşmesel bağlama) da gerçekleştirilebilmektedir.
- (178) Hâkim Durum Kılavuzu'nda belirtildiği üzere bağlama, çoğu durumda rekabeti kısıtlayıcı sonuçları olmayan yaygın bir ticari uygulamadır. Nitekim hem hâkim durumda olan hem de olmayan teşebbüsler müşterilerine daha iyi ürünler sunabilmek ya da daha az maliyetli tercihler önerebilmek amacıyla bağlama yapabilmektedir.
- (179) Diğer taraftan, hâkim durumdaki bir teşebbüsün bağlı ürün pazarında piyasa kapamaya yol açarak tüketicilere zarar vermesi de mümkündür. Zira bağlama yoluyla hâkim durumdaki teşebbüs, bağlı pazardaki rakipleri için potansiyel müşterilerin sayısını azaltarak var olan rakiplerini pazar dışına itebilmekte ve yeni giriş engelleri



yaratabilmektedir. Bağlı pazarın kapanması hâkim durumdaki teşebbüsün bu pazarda daha çok kâr elde etmesini sağlayabileceği gibi, bağlayan pazardaki hâkim durumunun güçlenmesine ya da korunmasına da hizmet edebilmektedir.

- (180) Hâkim Durum Kılavuzu'nda, bağlayan pazarda hâkim durumda olan teşebbüsün gerçekleştirdiği bağlama uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğinin değerlendirilmesinde iki faktörün varlığının arandığı ifade edilmektedir:
- Bağlayan ve bağlı ürünlerin iki farklı ürün olması,
  - Bağlama uygulamasının rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açmasının muhtemel olması.
- (181) Hâkim Durum Kılavuzu'nda belirtildiği üzere, bağlama uygulamalarında bulunan hâkim durumdaki teşebbüslerce sunulan, uygulamanın müşterilerin yararına olacak üretim ve dağıtım tasarrufları sağladığı, normalde pakette yer alan ürünleri ayrı ayrı almak zorunda kalacak olan müşteriler için işlem maliyetlerini azalttığı ve sağlayıcının bağlı üründen büyük miktarlarda üretmesi veya satın almasından kaynaklanan etkinliklerin dışarıya yansıtılmasını sağladığı gibi argümanlar dikkate alınarak analize dâhil edilebilmektedir.
- (182) Bağlama uygulamalarının yazılım pazarlarında tüketicilere sağladığı kullanım kolaylığı ve inovasyonu teşvik edici özelliklerinin yanı sıra rekabet karşıtı etkilerinin dikkatli bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir<sup>27</sup>. Bağlama uygulamalarında bir pazarda pazar gücüne sahip olan bir teşebbüsün, pazar gücüne sahip olduğu ürününün - bağlayan ürünün- talebini bağlanan ürüne endekslemesi olası durumlardan birisidir ve böyle bir durumda bağlanan ürün piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslerin pazardan dışlanma riski ortaya çıkabilmektedir.
- (183) Ürünlerin tamamlayıcılık özelliği gösterdiği durumlarda bağlama uygulamasının, bağlanan pazarı rakiplere kapatabilme ihtimali yüksektir. Bağlı ürün, bağlayan ürünün müşterileri için önemli bir tamamlayıcı ürün niteliğinde ise bağlı ürünün alternatif tedarikçilerindeki bir azalma ve dolayısıyla söz konusu ürünün bulunabilirliğindeki bir azalma sadece bağlayan ürünün yer aldığı pazara girilecek olması halinde pazara girişi daha güç hale getirebilmektedir.
- (184) Bağlama uygulamaları, yalnızca bağlayan ürün pazarındaki gücün bağlanan ürün pazarına aktarılması amacıyla kullanılmamakta, birbirleriyle interaktif etkileşim içinde bulunan ve birbirlerine karşı tamamlayıcı özellik gösteren ürün pazarları bakımından, bağlayan ürün pazarına girişleri engelleyerek veya söz konusu pazardaki rakipleri marjinal kılarak tekelleri gücün korunmasını sağlamak amacıyla da kullanılabilir. Bağlayan ürün pazarında pazar gücüne sahip teşebbüsün böyle bir uygulamada bulunmasının altında yatan neden, birlikte kullanılan iki üründen tamamlayıcı ürün pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin bu pazarda elde ettikleri deneyim ve tüketici bağlılığı sayesinde ana ürün – bağlayan ürün pazarına girmelerinin mümkün olmasıdır. Tamamlayıcı ürünün şebeke dışsallıklarından etkilenmesi halinde ise pazar gücüne sahip firma, tamamlayıcı ürünün yer aldığı pazara girişler maliyetsiz olsa bile stratejisini gerçekleştirme imkânına sahip olacaktır. Böyle bir amaçla yapılan bağlama uygulaması sonucunda hem bağlayan ürün pazarına girişler hem de bağlanan ürün pazarında oluşabilecek rekabet ortamı engelleneceğinden tüketici refahı olumsuz etkilenebilecektir. Yazılım pazarları bakımından "tamamlayıcı ürün" kavramının

<sup>27</sup> AKTEKİN, E., Microsoft Davaları Işığında Yazılım Pazarlarında Bağlama Uygulamalarına Yaklaşım ve Öneriler, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No:118, Ankara 2012.

geleneksel pazarlara göre, bu pazarlardaki ürünler arasındaki interaktif etkileşimin niteliği gereği daha işlevsel ve bütüncül ele alınması gerektiği değerlendirilmektedir.

(185) Türk rekabet hukukunda bağlama uygulamalarını ele alan ve ihlal tespitinde bulunan en kapsamlı ve güncel karar *Google-Android*<sup>28</sup> kararı olup ilgili kararda 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir bağlama uygulamasına yönelik değerlendirme aşağıda belirtilen altı aşamalı test çerçevesinde yapılmıştır:

- İki ayrı ürünün varlığı,
- İki ayrı ürünün bir arada sunuluyor olması,
- Bağlayan ürün pazarında teşebbüsün hâkim durumda bulunması,
- Bağlanan ürün pazarında fiili veya muhtemel kapama etkisinin oluşması,
- Tüketicinin uygulamadan zarar görmesi,
- Uygulamanın haklı bir gerekçeye dayanmaması.

(186) Aşağıda dosya kapsamındaki iddialar bu kriterler çerçevesinde değerlendirilmektedir.

### **H.3.2.2.2. OBİLET'in İddia Konusu Uygulamalarının Bağlama Teorisi Çerçevesinde Değerlendirilmesi**

#### **- İki Ayrı Ürünün Varlığı**

(187) Bu başlık altında incelenmesi gereken husus, biletleme yazılımı hizmeti ile bilet satış platformu pazarında sunulan bilet satış hizmetinin ayrı birer ürün olup olmadığıdır.

(188) Hâkim Durum Kılavuzu'nda bağlama uygulamasının yokluğunda müşterilerin önemli bir kısmı bağlı ürünü almaksızın bağlayan ürünü almış ya da alacak durumdaysa Kurulun bu ürünlerin iki ayrı ürün olduğunu kabul edeceği ifade edilmektedir. Bağlı ürün ve bağlayan ürünün iki ayrı ürün olup olmadığı tespitinde, tercih hakkı olduğunda tüketicilerin ürünleri ayrı ayrı aldığına yönelik doğrudan kanıtlar ya da pazarda bağlayan ürün almaksızın bağlı ürünün üretilmesinde ya da satışında uzmanlaşmış teşebbüslerin varlığı gibi dolaylı kanıtlar kullanılabilir.

(189) Biletleme yazılımları, otobüs firmalarına ait seferlerin ve koltuk envanterinin firmanın kullandığı tüm satış kanallarında anlık olarak görüntülenebilmesini, değişikliklerin eş anlı olarak tüm satış kanallarında ve ekranlarda senkronize olmasını, hat açma-kapama, durak ekleme-çıkarma, araç atama, fiyat değiştirme gibi işlemlerin gerçekleştirilebilmesini; biletlemeye ilişkin işlemlerin farklı kullanıcılar için belirlenen farklı yetki düzeyleri dâhilinde yapılabilmesini sağlamaktadır.

(190) Türkiye'de yaygın bir şekilde biletleme yazılımı kullanılmakta, mevcut durumda şehirler arası otobüs taşımacılığı yapan firmaların neredeyse tamamı bilet satışlarını biletleme yazılımı üzerinden gerçekleştirmektedir. OBİLET Türkiye'de, ülkenin en ücra köşelerine kadar yayılmış 400'ü aşkın otobüs firmasının, en küçük boyutta olanları dâhil tamamının biletleme yazılımı kullanıyor olduğunu ifade etmiştir.

(191) Biletleme yazılımlarının temininde ülkemizde kendi yazılımını kendi bünyesinde bulunduran firma sayısı oldukça sınırlıdır. Yukarıda bahsi geçen 400'ü aşkın otobüs firması içerisinde ancak en büyük ilk üç oyuncu ile istisnai nitelikteki görece küçük kapasiteli ÖZLEM SEYAHAT kendi yazılımları ile biletleme işlemlerini yapmaktadır. Diğer tüm firmalar, kendi talepleri doğrultusunda biletleme yazılımı sağlayıcılarından hizmet almaktadır.

(192) Bu bakımdan bilet satışı için gereken sefer verilerinin girilmesi hizmeti için kullanılan biletleme yazılımı hizmeti pazarı, bilet satış işlemi için bir girdi niteliğinde ayrı bir pazara

<sup>28</sup> Kurulun 19.09.2018 tarih ve 18-33/555-273 sayılı kararı.

karşılık gelmektedir. Bu pazarda otobüs firmaları talep tarafını, yazılım sağlayıcıları ise pazarın arz tarafını oluşturmaktadır. Talep tarafındaki otobüs firmaları ya kendi yazılımlarını kendi bünyelerinde oluşturmakta ya da pazardan hizmet satın alma ile bilet satışı için gerekli bir girdi olan biletleme yazılım hizmetini elde etmektedir. Otobüs firmasının kendi bünyesinde bu girdiyi temini halinde yazılımı kendisine ait olmakta ancak bu durumda katlanılması gereken maliyetler bulunmaktadır. Dosya kapsamında elde edilen verilere göre yazılımın yapılabilmesi için gereken maliyetlerin en başında yazılımı hazırlayabilecek veya yazılımla ilgili gerekli güncellemeleri yapabilecek ve sorunları giderebilecek yazılımcı istihdamından kaynaklı personel maliyeti gelmektedir. Otobüs firmasının yazılım sunan servis sağlayıcılarından hizmet satın alması durumunda ise yukarıda katlanılan maliyetlere katlanılmamakta ancak bu hizmet karşılığında belirli bir bedel ödenmesi gerekmektedir. Dosya kapsamında elde edilen bilgilere göre bu bedeller sektörde genel olarak satış noktalarında kaç ekranda yazılımın kullanıldığını esas alan ekran başı ücretlendirme ile aylık olarak belirlenebilmektedir. Ancak bu durumdan farklılaşan fiyat yapıları da bulunmakta olup OBİLET'in yazılımları bir süre ücretsiz olarak sağladığı, mevcut durumda teknik hizmet bedeli adı altında platformdan satılan bilet adedine endeksli bir fiyatlandırma yaptığı görülmektedir.

- (193) Sektörün ilk döneminde otobüs firmaları bu yazılımları bütünüyle geleneksel kanal olarak ifade edilen terminal yazıhaneleri, kendi yazıhaneleri gibi fiziki satış noktalarında kullanmış, internetin bilet satışlarında kullanılması ile birlikte ilk olarak otobüs firmalarının web siteleri üzerinden satışlar başlamış ve yazılım bu satışlar için de kullanılabilir olmuştur. Zaman içerisinde biletleme yazılımı otobüs firmalarının seferlerinin çevrim içi ve çevrim dışı kanallardan listelenebiliyor olmasına imkân vermiş, ilgili noktalarda ise bilet satış işlemi gerçekleşmiş ve satış işleminin gerçekleşmesi ile ilgili veriler de yazılım üzerinden işlenmiştir.
- (194) Platformlar biletleme yazılımı üzerinde yer alan sefer verilerini kullanarak yolcuya bilet satış işlemi gerçekleştiren satış noktalarıdır. Biletleme platformları üzerinden satışlar sektörde en son ortaya çıkan satış kanalı niteliğinde, en hızlı büyüyen kanal durumundadır.
- (195) Biletleme yazılımı tek bir yazılım üzerinden geleneksel, çevrim içi tüm kanallardan bilet satış işinin yapılması için gereken verilerin girilmesi hizmeti iken, bilet satış platformları belirli güzergâhtaki tüm seferleri karşılaştırmalı olarak tüketiciye sunup bilet satış işini gerçekleştirmektedir. Bu bakımdan biletleme yazılımı pazarı bilet satışı için gerekli bir pazarı, bir girdi pazarını ifade ederken biletlerin bir satış platformu üzerinden satılması pazarı bu yazılımı kullanarak karşılaştırma imkânı ile beraber bilet satışı gerçekleştiren başka bir hizmeti, bir perakende satış pazarını ifade etmektedir.
- (196) Platformlar üzerinden bilet satış hizmeti pazarı, biletleme yazılımı pazarından farklı dinamikleri bulunan ayrı bir pazara tekabül etmektedir. Her şeyden önce platformda verilen hizmet asıl olarak yolculara sefer verilerinin listelenmesi ve bilet satış işleminin gerçekleştirilmesi işlemidir. Platformlar bir yandan otobüs firmalarının bilet satışlarına aracılık etmekte diğer yanda yolculara bahsi geçen hizmetleri vermektedir. Bu bakımdan platformlar şebeke dışsallıklarının ortaya çıktığı çift taraflı pazarlardır. Bilet satış platformları verdikleri hizmet karşılığında yolcudan bir bedel almamakta ancak otobüs firmasından bilet satış komisyonu elde etmektedir.
- (197) Bu iki pazar farklı ihtiyaçları karşılamaya yönelik farklı iki hizmeti içermektedir. Kullanım amaçlarındaki bu farklılık pazarların yapısına da yansımış durumdadır. Bu iki pazarın (biletleme yazılımı, platformlar üzerinden bilet satışı pazarı) farklı dönemlerde ortaya

çıkışı bu pazarların farklı ihtiyaçları karşılayan, farklı dinamikleri olan birbirinden farklı pazarlar olduklarını ayrıca göstermektedir. Zira bilet satış platformlarının ortaya çıkması biletleme yazılımı pazarının ortaya çıkmasından sonraya denk gelmektedir. Nitekim biletleme yazılımı pazarına 2001 yılında giriş yapan BİLETALL, sektörde otobüs firmalarının biletlerini tek bir yazılım üzerinden satmalarını sağlayarak faaliyet gösterirken, 2006 yılında bilet satış platformu pazarına girmiştir.

- (198) Bu noktada bu iki pazardaki oyuncuların faaliyet düzeyleri ve rekabetin seyri bu pazarların ayrı pazarlar ve bu ürünlerin ayrı talepleri olan ürünler olduğunu gösteren başka bir unsurdur. OBİLET'in ticari faaliyeti 2012 yılında bilet satış platformu hizmeti ile başlamıştır. Faaliyetinin ilk yıllarında OBİLET, büyük otobüs firmalarının sistemlerine doğrudan bağlanarak ve/veya pazardaki BİLETALL ve ETMS gibi B2B hizmeti sunan biletleme yazılımı firmalarından gelir paylaşımı modeliyle servis olarak bilet satış işlemi gerçekleştirmiştir. BİLETALL, OBİLET ile bilet satış pazarında rekabet etmeye başlamasının ardından, OBİLET'e B2B pazarında hizmet vermeyi durdurmuştur. Bunun üzerine OBİLET Temmuz 2016 yılında biletleme yazılımı pazarına giriş yapmıştır. OBİLET 2012-2016 döneminde sadece platform pazarında yer alırken yazılım sağlayıcısı olmamasına rağmen seneler itibarıyla pazar payını sürekli olarak artırmış, diğer yandan dikey bütünleşik olarak yazılım hizmeti sağlayıcısı-platform sahibi BİLETALL, OBİLET ile rekabet ettiği pazarda pazar payını kaybetmiştir. Bu husus B2C hizmeti pazarında 2017-2022 dönemi pazar paylarını gösteren Tablo 4'teki verilerden de anlaşılmaktadır. OBİLET'ten elde edilen bilgilerde; kurulduktan birkaç sene sonra sektörde öncü satış platformları arasında yer aldıkları ifade edilmiş olup ilgili dönemde OBİLET'in biletleme yazılımı pazarında faaliyeti olmaması, bu iki ürünün ayrı pazarları temsil ettiğini ve başlarda (B2C kanalın bu denli önemli bir satış kanalı olmadığı, geleneksel satışların çok daha yüksek olduğu dönemde) bir pazardaki konumun diğerine bağlı olarak gelişmediğini ortaya koymaktadır.
- (199) Mevcut durumda her iki pazarda faaliyet gösteren dikey bütünleşik teşebbüs sayısı MYDATA ve OBİLET/BİLETALL ile sınırlı iken ECE YAZILIM, ATLAS YAZILIM ve pazardan yeni çıkan ASRIN BİLİŞİM'in B2C hizmeti bulunmamaktadır. Bilet satış platformu pazarında faaliyet gösteren dikey bütünleşik MYDATA ve OBİLET/BİLETALL dışında kalan diğer oyuncuların ise (ENUYGUN, TURNA, NEREDENNEREYE, ONLINEBİLET, BİLET.COM gibi) biletleme yazılımı faaliyetleri yoktur. Söz konusu teşebbüsler biletleme yazılımı olan ve B2B hizmet veren firmaların portföylerine web servis hizmeti ile entegre olarak satış verilerini toptan olarak elde etmekte, aynı zamanda az sayıda otobüs firması ile doğrudan sözleşme imzalayarak yazılım firmasından API hizmeti olarak o firmaların sefer verisine ulaşmakta ve bilet satış platformu pazarında yazılım pazarında bir hizmetleri olmaksızın faaliyet gösterebilmektedir.
- (200) Bir çevrim içi bilet satış platformunun faaliyetlerine devam edebilmek için biletleme altyapı yazılımı geliştirmesi gerekip gerekmediğine yönelik olarak, OBİLET tarafından dünyada fiilen yaşanmış ve halen yaşanmakta olan vakalar üzerinden verilen cevap da bu iki pazarın farklı pazarlar olduğunu ortaya koyar niteliktedir. OBİLET, yazılım pazarında faaliyet göstermeden platform pazarında faaliyet gösterilebileceğini dile getirmektedir. Benzer şekilde OBİLET, bir biletleme altyapı sağlayıcısının bilet satış pazarında faaliyet göstermesi gerekip gerekmediğine yönelik olarak, herhangi bir şekilde böyle bir gereklilik bulunmadığını ifade etmiştir. OBİLET ayrıca "*Biletleme altyapı ve bilet satış hizmetinin ayrı ayrı satılması mümkün müdür?*" sorusuna verdiği yanıtta teorik olarak bu hizmetlerin ayrı ayrı satılmasının imkânsız olduğunu söylemenin mümkün olmadığını ifade etmiştir.

(201) Yukarıdaki tespitler bağlama teorisinin ilk unsuru olan iki ayrı ürünün varlığının biletleme yazılımı hizmeti ve bilet satış platformu pazarında sunulan bilet satış hizmeti bakımından sağlandığını ortaya koymaktadır.

### - İki Ayrı Ürünün Bir Arada Sunuluyor Olması

(202) Dosya kapsamında gerçekleştirilen yerinde incelemede bu iki ürünün bağlandığını ortaya koyan herhangi bir yazışma elde edilememiştir. OBİLET'in bu başlık altında incelenen eylemlerinin fiili olarak biletleme yazılımı hizmetinin bilet satış platformu pazarında sunulan bilet satış hizmetine bağlanmasına yol açıp açmadığı incelenmelidir. Bu kapsamda ileri sürülen iddiaların doğruluğunun ortaya konulması halinde iki ürünün bir arada sunuluyor olduğu tespiti yapılabilecektir. Söz konusu iddialar (i) OBİLET/BİLETALL devralma işlemi sonrası dönemde MYDATA yazılımını kullanan otobüs firmalarının biletlerinin bir süre için obilet.com platformu üzerinden satışına izin verilmediği, bu otobüs firmalarının komisyon oranlarının % (.....)'e çıkarılması şartıyla obilet.com üzerinden bilet satışına izin verildiği ve (ii) MYDATA'nın toptan (B2B) pazarda verdiği hizmet kapsamında OBİLET'ten alması gereken ücreti alamadığıdır.

### - OBİLET Platformunda Satışa Kapanma İddiası Bakımından Değerlendirme

(203) İlk iddia MYDATA yazılımını kullanan firmaların bir süre obilet.com platformunda satışlara kapandığı, açıldıktan sonra ise komisyon oranlarının % (.....) olduğudur. Bu iddiaya yönelik olarak OBİLET'ten 2020-2022 döneminde OBİLET biletleme yazılımı kullanmayan ya da bu dönemde OBİLET yazılımını kullanmaya başlayan ancak her iki durumda da OBİLET üzerinden bilet satışı gerçekleştirilen otobüs firmaları özelinde, satış platformu üzerinden satışa kapanan otobüs firmalarının kimler olduğu, satışa kapanmadan önceki komisyon oranları, satışa ne zaman kapandığı, satışa kapanma gerekçesi, satışa tekrar açıldıysa açılış tarihi ve satışa açıldığı tarihten itibaren komisyon oranları talep edilmiştir. OBİLET üç otobüs firmasının bu nitelikte olduğunu dile getirerek aşağıdaki tablodaki cevapları sunmuştur:

Tablo 12: 2020-2022 Döneminde OBİLET Yazılımını Kullanmayı Platform Üzerinde Satışa Kapanan Otobüs Firmaları

Otobüs Firması	Kapanış- Açılış Tarihi	Kapandığında Kullandığı Yazılım	Açıldığında Kullandığı Yazılım	Kapanmadan Önce Uyg. Komisyon	Açıldığında Uyg. Komisyon
(.....)	08.01.2021- 25.03.2022	ASRİN BİLİŞİM	MYDATA	(.....)	(.....)
(.....)	26.03.2021- 25.03.2022	MYDATA	MYDATA	(.....)	(.....)
(.....)	27.12.2020- 09.2021	MYDATA	OBİLET	(.....)	(.....)

Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler

(204) OBİLET 2020-2022 döneminde obilet.com üzerinde satışa kapanan bu üç firmayı istisnai nitelik taşıyan firmalar olarak belirtmekte ve satışlarının % (.....) dahi teşkil etmeyen istisnai üç firma haricinde, diğer yazılımları kullanıp da obilet.com üzerinde geçici olarak dahi satışa kapanan firma bulunmadığını beyan etmektedir.

(205) İstisna oluşturan firmalardan (.....) ilişkin OBİLET açıklamaları ise, 2020 yılı son çeyreğinden önce (.....) önde gelen firmalardan; (.....) yazılımını; (.....) ise Biletall BOS yazılımını kullanmakta olduğu, bu firmaların tamamının o tarihte tüm bilet satış platformlarında seferlerini listeledikleri, pandemi döneminde (.....) yazılımı geliştirmeyi yavaşlatması, sektörden çıkma yoluna girmesi ve taşıyıcı firmaların (.....) IMS'ini kullanmaktan vazgeçmesi nedeniyle, bu firmalardan (.....) OBİLET'in kullanım ve

dağıtım haklarına sahip olduğu ORS yazılımına geçiş yaptığı, (.....) ise o dönemde (Aralık 2020 sonu) Obilet IMS'i yerine, MyData ETMS'yi kullanmayı tercih ettiği, (.....) biletlerinin satışa kapatılmasının gerekçesinin, bu teşebbüs ile ticari koşullarda anlaşamamaları ve (.....) haklarında asılsız şikâyette bulunması olduğu yönündedir.

- (206) Bu açıklamalara yönelik olarak ifade edilmesi gereken husus, (.....) yazılımından 2010 yılında OBİLET yazılımına geçen (.....) için bilet satış komisyonu 2021 yılı itibarıyla %(.....) iken (.....) MYDATA'ya geçen (.....) obilet.com üzerinde 14 ay kadar satışa kapatılması, satışa açıldığı dönemde yine MYDATA yazılımını kullanmaya devam etmesi ancak komisyon oranının %(.....) çıkarılmasıdır.
- (207) (.....) ile konu hakkında yapılan görüşmede, 30.01.2021'de (.....) altyapısını bıraktıkları ve MYDATA ile çalışmaya başladıkları bildirilmiştir. (.....) 06.02.2018'de OBİLET platformu ile çalışmaya başladığı, ilk altı ay %(.....) komisyon oranıyla çalıştığı, BİLETALL platformu ile de çalışmaya başlamasının akabinde OBİLET'in komisyon oranını %(.....) düşürdüğü ifade edilmiştir. Eylül 2020'den sonra OBİLET'in, kendi altyapı yazılımı olan ORS'yi kullanması ve BİLETALL'daki satışlarını sona erdirmesi için (.....) zorlamalarda bulunduğu, bunun sonucunda (.....) BİLETALL'daki satışlarını sonlandırdığı, ORS yazılımı için ise eksikliklerin olduğunu söyleyerek zaman kazanmaya çalıştığı dile getirilmiştir. 2020 yılı Ekim ayına gelindiğinde ise OBİLET'in (.....) ile görüşme gerçekleştirdiği ve ORS kullanım bedelinin alınmaması, araç giydirmeye yoluyla reklam yapılması gibi tekliflerde bulunduğu, 2021 yılı Ocak ayında (.....) bilet satışlarını tekrar BİLETALL'a açmasının akabinde OBİLET'in bilet satış platformunda (.....) biletlerinin satışını durdurduğu belirtilmiştir. (.....) 30.01.2021'den itibaren MYDATA'yı kullanmaya başladıkları bunun sonucunda ise OBİLET'in (.....) biletlerinin satışını kapatma sürecinin başladığı ve bu sürecin yaklaşık 14 ay sürdüğü bilgisi verilmiştir. Söz konusu 14 aylık süreçte (.....) tarafından hem rakiplerine karşı itibar kaybı yaşadığı hem de yaklaşık (.....) TL ticari kayba uğradığı ileri sürülmüştür. OBİLET ile gerçekleştirilen görüşmeler ve diğer otobüs firmalarının aracı olması sonucunda (.....) biletlerinin OBİLET'te 25.03.2022'de tekrar satılmaya başlandığı, ancak OBİLET tarafından, (.....) MYDATA ile çalışmaya devam etmesi halinde başlangıçta %(.....) olan komisyon oranının %(.....) yükseltildiği ifade edilmiştir. (.....) OBİLET için ek bir iş gücüne neden olmadığı, faaliyet gösterdikleri bölgede bilet satış adedi en yüksek firma olduğu, dolayısıyla OBİLET'in söz konusu komisyon oranına ilişkin makul bir gerekçe sunmasının mümkün olmadığı beyan edilmiştir.
- (208) (.....) MYDATA altyapısını kullanmaya başlamasının sonrasına tekabül eden dönemde her ne kadar biletall.com platformunda satışları devam etse de önceden listelendiği obilet.com üzerinde satışa kapandığı, açıldığında ise komisyon oranının önceki duruma göre yükseltildiği görülmektedir. (.....) ise satışa kapandığı dönemde ticari olarak kayba uğradığını, MYDATA yazılımından ise memnun olduğunu ifade etmiş bulunmaktadır.
- (209) MYDATA, (.....) yazılım sağlamanın yanı sıra bu firmanın biletlerini biletara.com platformu üzerinden satışa sunmaktadır. Ayrıca MYDATA, B2B pazarında platformlara dağıttığı sefer verileri arasında (.....) yer vermektedir. Bu bakımdan MYDATA yazılım pazarında portföyüne kattığı bir firmadan üç farklı gelir elde edebilmektedir. Dosya kapsamında elde edilen bilgilerden, MYDATA'nın (.....) elde ettiği bilet satış komisyonu gelirinin toplam komisyon gelirinden 2021 yılında %(.....), 2022 yılında %(.....) pay aldığı ve bu otobüs firmasının B2C pazarında MYDATA'nın en büyük (.....) müşterisi olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan (.....) MYDATA'nın 2021 yılı toplam geliri içerisindeki payı %(.....); 2022 yılında ise %(.....). Dolayısıyla MYDATA'nın biletara.com üzerinde mevcut durumda BİLETALL portföyündeki 300'den fazla firma listelediği

düşünüldüğünde, bu pazarda ikinci büyük müşterisi olan (.....) MYDATA'nın pazardaki varlığını sürdürmesi bakımından önemli olduğu tespiti yapılabilmektedir.

- (210) Aşağıda, obilet.com platformunda satışa kapanan bir diğer firma olan (.....) ilişkin OBİLET açıklamaları yer almaktadır:

*“...Ağırlıklı olarak (.....) arasında ve (.....) içinde yolcu taşımacılığı yürüten (.....), 12/11/2020 tarihinde kullanım ve dağıtım hakkı Obilet'te bulunan ORS yazılımına geçiş yapmıştır. Ancak, ORS yazılımında (.....) arasındaki operasyonları için gerekli bazı modüllerin bulunmadığı gerekçesiyle, (.....) tarafından yazılımımızla ilgili çeşitli şikayetler dile getirilmiş, sonunda da Obilet olarak (.....) özel isteklerini karşılamaya yönelik yazılım geliştirme çalışmalarımızın sonucu beklenmeden Nisan 2021'de ETMS yazılımına geçiş yapılmıştır. Bu aşamada (.....) biletleri Obilet'te listelenememiştir. Ancak, 15 Aralık 2021 tarihinde şirketimiz yetkilileri (.....) ve (.....) tarafından pazar araştırması amacıyla yapılan (.....) yerinde ziyareti sırasında (.....) sahibi ile de görüşmeler gerçekleştirilmiş, (.....) operasyonları için kullandığı yazılımın işlevleri ve operasyonunun niteliği hakkında ekran başında ve şubelerinde incelemeler yapılmış, (.....) işleyişi hakkında detaylı bilgi edinilmiş, son derece sıcak ve samimi bir ortamda geçen görüşmeler neticesinde de ilişkilerin yeniden kurulması yönünde prensip kararı alınmıştır. Ticari koşullarda anlaşılması ve gerekli teknik uyumun sağlanması sonrasında da, 25 Mart 2022 tarihinde de (Kurumunuzca Obilet hakkında başlatılan önaraştırma süreciyle ilgili Obilet'e bildirimde bulunulmasından önce) (.....) yeniden bilet satış hizmeti vermeye başlanmıştır. (.....) vakası, başka IMS kullanmasının ötesinde, Obilet'e ait bir IMS'i kullanırken başka bir IMS'e geçen firmalara da bilet satış hizmeti verilmesine devam edilmesi bağlamında önemli bir göstergedir.*

*(.....) satışlarında Obilet.com için belirlenen komisyon oranı %(.....) olarak belirlenmiş, ancak Biletall acente ekranını kullanan fiziki bilet satış noktalarından yapılan satışlar için (.....) tahsil edilen komisyon oranları %(.....) tutulmuştur. Yurt dışı sefer düzenleyen bir firma olması nedeniyle (.....) fiziki acente satışları oldukça yüksek olduğundan, Obilet-Biletall grubu olarak anılan taşıyıcı firmadan alınan ağırlıklı ortalama komisyon oranı %(.....) altında gerçekleşmektedir.”*

- (211) Konu hakkında (.....) ile yapılan görüşmede, 2020 yılı Eylül ayında faaliyetlerine başladıkları ve ORS altyapısı ile çalıştıkları, (.....) güzergahlarında hizmet vermeleri nedeniyle yazılımlarında ülkeler arasında kullanıma yönelik entegrasyon gerektiği, OBİLET'in ilgili entegrasyonu altı ay geçmesine rağmen sağlamadığı belirtilmiştir. ORS'nin ihtiyaçlarına yanıt vermemesi ve OBİLET tarafından ilgili entegrasyonun sağlanamaması sebebiyle 2021 yılı Nisan ayında MYDATA altyapısını kullanmaya başladıklarını ifade eden (.....) yetkilisi, MYDATA altyapısına entegrasyon sürecinin yaklaşık iki ayda tamamlandığını, MYDATA'dan aldıkları hizmetten memnun olduklarını dile getirmiştir. ORS kullandığı dönemde OBİLET tarafından uygulanan komisyon oranlarının görece düşük olduğunu ifade eden otobüs firması, MYDATA'ya geçmelerinin akabinde Mayıs 2021'de OBİLET'in platformu kendilerine kapattığını, soruşturma açılmasına neden olan şikâyetlerin Kuruma intikalinden bir süre sonra platformu kendilerine tekrar açtığını belirtmiştir. (.....), OBİLET platformunda listelenmedikleri dönemde ticari kayıpları olduğunu, fiziki acenteleri olmadığı için kendilerinin sahip olduğu internet sitesinden ve diğer platformlardan bilet satışı gerçekleştirmek zorunda kaldıklarını, buna rağmen söz konusu platformlardan elde ettiği satışların OBİLET'te gerçekleştirilen satışların dörtte birine dahi ulaşmadığını beyan etmiştir. Gelecekte listelenmeme ihtimalinin ortaya çıkması halinde MYDATA'yı kullanmayı bırakıp tekrar ORS'ye geçmelerinin ihtimaller dahilinde olduğunu dile getiren teşebbüs, güncel durumda OBİLET'in ORS kullanımı için herhangi bir baskısı olmadığını, OBİLET'in kendilerine uyguladığı komisyon oranının başlangıçta %(.....) olduğunu, güncel komisyon oranının ise %(.....) olarak belirlendiğini, söz konusu artışın

bilet satışlarında ciddi bir artış yaşanan dönemde gerçekleştiğini, bu nedenle komisyon oranı artışının satış hacminin düşmesi ile açıklanamayacağını bildirmiştir.

- (212) Bu noktada (.....), OBİLET'in bahsettiği gerekçelerle satışlarının ilgili platform üzerinden yapılamadığından bahsetmemektedir. Firma (.....), (.....) güzergahlarında hizmet vermeleri nedeniyle yazılımlarında ülkeler arasında kullanıma yönelik entegrasyonu gerekli ve önemli görmekte, OBİLET'in altı ay boyunca yapamadığı entegrasyonu MYDATA'nın iki ayda yaptığını dile getirmektedir. Kaldı ki OBİLET entegrasyon çalışmalarını yürüttüğü dönemde platformu üzerinden bu firmanın biletlerini satabilirken MYDATA yazılımını kullanmaya başladığında satmamaya başlamıştır.
- (213) Bu açıklamalar çerçevesinde yine MYDATA yazılımı kullanan firmanın bir yıl süre ile satışa kapandığı ve açıldığında yine MYDATA yazılımını kullanmaya devam ettiği ancak komisyon oranının %(.....) %(.....) yükseldiği görülmektedir. MYDATA, (.....) yazılımını kullanması sayesinde bu otobüs firmasından yazılım gelirinin yanı sıra B2B ve B2C hizmetinden de gelir elde edebilmektedir. MYDATA'nın (.....) elde ettiği bilet satış komisyonu geliri toplam komisyon gelirinden 2021 yılında %(.....), 2022 yılında %(.....) pay almakta ve bu otobüs firması B2C pazarında MYDATA'nın en büyük (.....) müşterisi olmaktadır. Bununla birlikte (.....) MYDATA'nın 2021 yılı toplam geliri içerisindeki payı %(.....); 2022 yılında ise %(.....)'dir. Bu pazarda (.....) büyük müşterinin de MYDATA açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir.
- (214) Aşağıda platformda satışa kapanan üçüncü firma olan (.....) ilişkin OBİLET açıklamalarına yer verilmektedir:

“... (.....) merkezli (.....) ((.....) olarak anılacaktır) uzun yıllar boyunca kullandığı BOS adlı IMS yazılımından (o tarihlerde rakibimiz olan Biletall firması tarafından dağıtımı ve işletimi yapılmaktadır) Temmuz 2020'de MyData ETMS yazılımına geçiş yapmış, Obilet'e o dönem kapalı olan BOS sisteminden MyData ETMS sistemine geçiş yapması sayesinde biletleri Obilet'te listelenebilir hale gelmiş ve Obilet de (.....) bilet satış hizmeti sunmaya başlamıştır. Diğer yandan (.....), o dönemde sürekli yönetsel sorunlar yaşayan, sahipliği el değiştiren bir firma niteliğindedir. İldeki diğer bir firma olan (.....) arasında geçmişte aynı kişinin firma sahibi olması, ancak zamanla sahiplik ilişkisinin değişmesi, (.....) firmasının bölgedeki diğer firmalarla ilişkilerinin olumsuz olması Obilet'e de yansımış, hiçbir dahlimiz olmayan bu gerilimli ortam nedeniyle (.....) merkezli firmalarla çeşitli sıkıntılar yaşanmaya başlamıştır. Aralık 2020'nin son günleri itibarıyla geline noktada Obilet yıllardır biletleme satış hizmeti verdiği firmaları kaybetmemek adına, (.....) satış hizmeti vermeyi durdurmuştur. Nitekim, (.....) ile Obilet arasında bir sözleşme de bulunmamaktadır. Belirtilen tarihte Obilet'in Biletall devralması gerçekleşmemiş olup, (.....) Obilet harici diğer tüm platformlardaki bilet satışları Obilet'teki bu uygulamadan hiçbir şekilde etkilenmemiştir. Görüleceği üzere, (.....) geçici bir dönem için bilet satış hizmeti verilememesinin, kullandığı veya geçiş yaptığı IMS yazılımıyla bir ilgisi bulunmamaktadır. Bu durum, iş ortağımız konumundaki firmalar arasındaki ilişkilerden kaynaklı, tek bir bölgeye özgü, Obilet'in edilgen durumda kaldığı özel bir durumun sonucudur. Nitekim, Ek Tablo-5'ten de görüleceği üzere, Obilet haricindeki IMS'leri kullanan onlarca firmaya Obilet tarafından yıllardır kesintisiz ve ayrımsız hizmet sunulmaya devam edilmektedir.

2021 yaz dönemine gelindiğinde ise - OB-BA birleşmesi sonrası daha kaliteli IMS hizmeti alacağına inanması nedeniyle (.....), MyData ETMS'ye geçmesinden önce 10 yıldan fazla süreyle kullanmış olduğu ve artık Obilet bünyesine geçen BOS yazılımına geri dönüş için Obilet'e başvuruda bulunmuştur. (Obilet tarafından aslen Obus ve ORS yazılımları geleceğe dönük olarak geliştirilmeye devam edilmektedir. Dolayısıyla Obilet, kendi IMS'lerine geçiş yapacak firmalara Obus ve ORS'yi önermektedir. (.....) BOS'a geçiş



yapması, bu geçişle ilgili teklifin Obilet'ten değil (.....) geldiğinin bir göstergesidir.) Obilet'in Biletall'i devralması sonrasında Türkiye'deki tüm firmaların tüm kanallarda listelenebilmesine yönelik prensibimiz doğrultusunda, (.....) bölgesel gerilimin de -bize yansıdığı kadarıyla- ortadan kalkması ve Obilet IMS'lerini kullanan firmaların Biletall ve acentelerinde satışa açılması gibi faktörlerin etkisiyle, (.....) artık Obilet'in sahipliğinde olan BOS yazılımına geçişi sırasında biletleme hizmeti için de karşılıklı anlaşılmış ve Eylül 2021 itibarıyla (.....) bilet satış hizmeti sunulmaya başlanmıştır. O tarihten bu yana (.....), Obilet'ten hem IMS sağlayıcı, hem de biletleme platformu olarak duyduğu memnuniyeti dile getirmektedir. (.....) Obilet'te kapalı olduğu dönemde (Biletall'in Obilet tarafından devralınmış olduğu Temmuz 2021'den Eylül 2021'e kadar geçen süre de dahil olmak üzere) Biletall.com'daki satışlarına ise devam edilmiştir.

Sonuç olarak, 5. soruya olan cevabımızdan da görüleceği üzere, Obilet olarak kendi altyapı yazılımımızı kullanmayan onlarca firmaya ((.....) ve (.....) de dahil olmak üzere) bilet satış hizmetimiz herhangi bir ayrımcılık yapılmaksızın sürdürülmektedir. Dolayısıyla, Obilet olarak başka IMS'leri kullanan firmalara bilet satış hizmetlerimiz hiçbir zaman sonlandırılmamış ve altyapı hizmeti ile bilet satış hizmetlerinin bütünleştirildiği bir "bağlama" uygulaması gerçekleştirilmemiştir. Sorunuza tam yanıt olabilmesi amacıyla açıklanan yukardaki somut vakaların hiçbirisinin bu yönde bir uygulama örneği olmadığını önemle arz ederiz."

- (215) Bu açıklamalar çerçevesinde yine MYDATA yazılımı kullanan firmanın dokuz ay süre ile satışa kapandığı ve açıldığında OBİLET yazılımına geçiş yaptığı, komisyon oranının ise %(.....) %(.....) yükseldiği görülmektedir. Bu teşebbüsteki komisyon artışı ORS'ye geçmeyerek MYDATA kullanan (.....) altında kalmaktadır.
- (216) MYDATA, (.....) 2021 yılının 9. ayına kadar yazılımını kullanması sayesinde bu firmadan yazılım gelirinin yanı sıra B2B ve B2C hizmet geliri de elde etmiştir. Ancak firmanın OBİLET'in yazılımına geçmesi ile MYDATA açısından bu firma ile ticari ilişkisinden sadece komisyon geliri elde edebilme imkânı kalmıştır. MYDATA diğer iki pazardaki gelirini OBİLET'e kaybetmiştir. MYDATA'nın bu firmadan elde ettiği bilet satış komisyonu geliri, toplam komisyon gelirinden 2021 yılında %(.....) pay almakta; 2022 yılında bu teşebbüs MYDATA'nın ilk 20 müşterisi arasında yer almadığından gelirler içindeki payına ilişkin bir veri bulunmamaktadır. Öte yandan 2021 yılında bu otobüs firması B2C pazarında MYDATA'nın en büyük (.....) müşterisi konumundadır. Bununla birlikte (.....) MYDATA'nın 2021 yılı toplam geliri içerisindeki payı %(.....)'tir. Bu pazarda (.....) büyük müşterinin de MYDATA açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir.
- (217) Dosya kapsamında OBİLET; ilgili otobüs firmalarının biletlerinin obilet.com platformunda satışa bir süreliğine kapanmasını, sonrasında satışa açıldığında ise komisyon oranlarının yükselmesini ticari gerekçelere dayandırmaktadır. İlgili otobüs firmaları ise, OBİLET'in davranışının ticari gerekçeler dolayısıyla gerçekleşmediğini ifade etmekte; firmaların MYDATA ile çalışmaları dolayısıyla obilet.com üzerinden satışa kapandıklarını ve satışa açılma sonrası komisyon oranlarının arttığını dile getirmektedirler. Dolayısıyla OBİLET gerekçelerini doğrulayan bir tespit edinilen bilgiler çerçevesinde yapılamamaktadır.
- (218) Platformda satışa kapanma eylemi otobüs firmaları için önemli ticari kayıplara yol açabilecektir. Zira OBİLET'in, B2C pazarında hâkim durumda olabileceği değerlendirilmekte olup bunu çok yüksek bir pazar payı, önemli bir marka bilinirliği ve seneler içinde güçlenen konumu ile elde ettiği görülmektedir. Otobüs firmaları ise OBİLET'in önemli bir satış kanalı olmasının yanı sıra diğer satış kanalları karşısında platform satışlarındaki büyümenin yüksekliğini sürekli olarak dile getirmekte, dosya kapsamında elde edilen ve Tablo 1'de yer alan satış verileri de yapılan bu vurguyu

desteklemektedir. Dolayısıyla büyüyen platform pazarı içinde hakim konumda olabilecek bir platformda satışa kapanmak, otobüs firması açısından pazar payı ve ciro kaybına neden olabilecektir. Hatta platformların yarattıkları pozitif dışsallıklar ile otobüs firmaları bakımından birer reklam alanı niteliği de sergilemesi dolayısıyla satışa kapanma, ilgili firmanın bilinirliğini de olumsuz etkileyebilmektedir. Bu bakımdan OBİLET'in farklı biletleme yazılımını kullanan firmaları platformunda satışa kapatması kabul edilebilir ve kanıtlanabilir makul ticari gerekçelere dayanmadıkça biletleme yazılımı hizmetinin platform satış hizmetine fiili olarak bağlanmasına yol açabilecektir. Nitekim otobüs firmaları obilet.com üzerinde listelenmemenin ticari kayba yol açtığını ifade etmiş, hatta (.....) bunun tekrarlanması halinde ORS'ye geçebileceklerini beyan etmiştir.

- OBİLET'in MYDATA'nın Web Servis Hizmeti İçin Ödeme Yapmadığı İddiası Bakımından Değerlendirme

- (219) OBİLET'in bu başlık altında incelenen bir diğer davranışı da MYDATA'nın toptan (B2B) pazarda verdiği hizmet kapsamında OBİLET'ten alması gereken ücreti alamadığı iddiasıdır. OBİLET bu iddia kapsamında bazı firmalar için MYDATA'ya ödeme yapmadığını kabul etmekte ancak MYDATA'ya ödeme yapmayı firmaların talebi ve MYDATA'nın kabulü doğrultusunda sona erdirdiğini belirtmektedir.
- (220) OBİLET, taşıyıcı firmalar tarafından ödenmesi gereken IMS/yazılım hizmet bedelinin, API hizmet bedeli ile parçalanmış bir şekilde API hizmet sağlayıcı tarafından B2C'den alındığı sektörde, "ideal" bir piyasa yapısında her bir hizmetin bedelinin, o hizmetten yararlanan tarafından, o hizmeti sağlayan tarafa ödenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Benzer bir duruma maruz kalan OBİLET'in, ETMS yazılımını kullanan taşıyıcı firmaların bilet satışlarından kendisine kalan net gelirin, benzer durumdaki diğer taşıyıcı firmalarla yakın düzeylere getirilmesi için taşıyıcı firmalar nezdinde yürütmüş olduğu çalışmalar sonucunda, ya (i) taşıyıcı firmanın komisyon oranını artırması ya da (ii) API hizmet sağlayıcısına daha az bir komisyon ödemesi, IMS hizmet sağlayıcısına ise bir ödeme yapmaması ve taşıyıcı firmanın IMS hizmet sağlayıcısına ilgili bedeli ödemesi gerekeceğini dile getirmektedir.
- (221) Ancak o dönemde ilgili taşıyıcı firmaların, MYDATA'nın kendileri sayesinde elde ettiği geliri yüksek bulsalar da kendileri açısından efektif komisyon giderlerini artırmayı kabul etmemeleri nedeniyle; bir çözüm yolu olarak OBİLET'in net gelirinde artış olması için 100 TL'lik bilet bedelinden OBİLET'in talep ettiği efektif OBİLET net komisyonu olan %(.....) düşerek doğrudan kendilerine göndermesini istediğini veya bu doğrultuda oluşacak kurguya onay verdiğini beyan etmiştir. Bu doğrultuda taşıyıcı firmaların da onayıyla bu ara çözüm niteliğindeki yapıya geçildiği ve OBİLET tarafından MYDATA paylarının bazı firmalar için MYDATA'ya aktarılmamaya başlandığı bildirilmiştir. Bu noktada OBİLET taşıyıcı firmanın kendisine gelen bilet bedelinden IMS hizmet sağlayıcıya IMS-API hizmet bedeli aktarımı yapmasının her zaman mümkün olduğunu belirtmektedir. Taşıyıcı firma ile IMS-API hizmet sağlayıcı arasındaki ilişkilerin ne şekilde ilerleyeceğini kendilerinin kontrol etmediğini dile getiren OBİLET, IMS-API hizmet sağlayıcının taşıyıcı firmaya sunduğu ürünün ve ürüne bağlı hizmetlerin kalitesinin burada belirleyici olacağı görüşünü iletmiştir.
- (222) Sürecin tamamen taşıyıcı firmaların bilgisi ve onayı dâhilinde yürütüldüğünü beyan eden OBİLET, otobüs sektöründe iletişim genellikle sözlü kanallar üzerinden yapıldığından bu iletişimin adımlarına ilişkin tüm detayları sunamadıklarını veya her bir taşıyıcı firma özelinde belge arz etmelerinin mümkün olmadığını dile getirmektedir.

Ancak, konuya ilişkin olarak iki örnek yazışma ekran görüntüsü dosya kapsamında sunulmuştur.

- (223) OBİLET; sunduğu yazışma örnekleri çerçevesinde MYDATA'nın bu gelişmelerden haberdar olması, bu gelişmelere karşı OBİLET'e intikal etmiş herhangi bir itirazının bulunmaması ve ara çözüm döneminde OBİLET'e herhangi bir aracılık komisyon faturası düzenlememesi nedenleriyle, bu kurguyu kabullenmiş olduğunu düşünmektedir. MYDATA'nın konu hakkındaki rahatsızlığının OBİLET tarafından Kurumun konuyu gündeme getirmesi ile gerçekleştiğini bildiren OBİLET, MYDATA'nın ancak 2022 yılının son çeyreğinde OBİLET'e yazılı bir başvuruda bulunduğunu konu hakkında bir dava süreci başlatılacağını belirttiğini dile getirmiştir. Bu durum karşısında OBİLET, MYDATA ile uzlaşma yoluna gitmeyi tercih ettiklerini ve MYDATA ile OBİLET arasındaki ticari anlaşmazlığın OBİLET'in girişimleriyle kalıcı olarak çözüme kavuşmuş olduğunu dile getirmektedir<sup>29</sup>.
- (224) Yukarıda açıklanan süreç dışında OBİLET, bu durum nedeniyle OBİLET ve MYDATA arasındaki para akış hacmi azalsa dahi, bunun MYDATA'nın bu firmalardan gelirinin azalmış olduğu anlamına gelmeyeceğini belirtmektedir. OBİLET'e göre ortaya çıkan durum MYDATA'nın hizmet kapsamı, hizmet kalitesi ve firmaların talep ve uygulamaları nedeniyle gerçekleşmekte, MYDATA B2B ve/veya IMS hizmetlerinin gereklerini tam anlamıyla yerine getirmediğinden B2B geliri azalmakta ve yalnızca biletleme yazılımından gelir elde etmekte, IMS müşterilerinin en büyüklerini kaybetmesi nedeniyle de bu firmaların sefer verilerinin dağıtımından gelir elde edememektedir. Bu kapsamda OBİLET MYDATA'nın en büyük müşterisi olan (.....) 2021 yılının Nisan ayından itibaren yeterli hizmeti alamadığı ve programda gerekli güncellemelerin yapılmadığı gerekçesiyle kullandığı yazılımı kendi yönetmeye başladığını, MYDATA'nın OBİLET'ten tahsil ettiği aylık hizmet tutarlarındaki düşüşün büyük kısmının bu durumdan kaynaklandığını ifade etmiştir.
- (225) Bunlara ilaveten geçtiğimiz dönemde MYDATA'nın hizmetlerinde yaşanan teknik aksaklıklar ve veri güvenliği sorunlarının MYDATA'nın pazar kaybı yaşamasına sebebiyet verdiği ileri sürülmüştür. Taşıyıcı firmaların yaşadığı sorunların OBİLET tarafından giderilmesi ve platformların taleplerinin OBİLET tarafından karşılanması gibi hususlar da göz önüne alındığında esasen MYDATA'nın yalnızca IMS ve gateway (bağlantı sağlayıcı) hizmeti verdiği, bu hizmetten faydalanan firmalara ayrıca bir B2B hizmeti vermediğinin rahatlıkla söylenebileceği, ancak pazardaki gelirlerin önemli bir kısmını B2B hizmetinin yarattığı, IMS hizmeti karşılığında sağlayıcı firmaya genellikle ödeme yapılmadığı veya cüzi miktarlarda ödeme yapıldığı belirtilmektedir.
- (226) Ayrıca, 2021 yılı Temmuz ayında OBİLET'e katılan BİLETALL'in halen birçok firma için MYDATA'ya eski model çerçevesinde ödeme yapmaya devam ettiği, OBİLET'in MYDATA'yı dışlayıcı yönde bir yaklaşımının bulunması halinde bu ödemelerin de OBİLET'le aynı düzleme getirilmesinin bekleneceği dile getirilmektedir. Ödemelerin biletall.com platformu bakımından devam etmesinin gerekçesi OBİLET tarafından; BİLETALL'in B2C faaliyetlerinin giderek küçülmesi ve OBİLET'ten aldığı sefer verisi haricinde diğer IMS'lerden aldığı sefer verilerinin B2B dağıtım faaliyetlerindeki payının çok az olması ve zamanla ortadan kalkmasının öngörülmesi nedenleriyle; OBİLET'in yürütmekte olduğu taşıyıcı firmalar ve IMS/API sağlayıcılar nezdindeki ticari koşulların

---

<sup>29</sup> İlgili uzlaşma sürecine ilişkin bilgilere "OBİLET'in Taahhüt Başvurusu ve Başvuruya İlişkin Değerlendirme" başlığı altında ayrıntılı bir şekilde yer verilmektedir.

güncellenmesi ve/veya netleştirilmesi çalışmaları kapsamına BİLETALL'ın da dâhil edilmesi için ilave bir çaba içine girilmemesi olarak açıklanmıştır.

- (227) Söz konusu iddiaların B2B hizmet ücretinin ödenmemesine ilişkin olması dolayısıyla OBİLET'in B2B hizmeti satın aldığı durumda kimlere hangi esaslarda ödeme yaptığının incelenmesi yerinde olacaktır. Buna göre OBİLET kendi biletleme yazılımı haricinde diğer biletleme yazılımlarını kullanan otobüs firmalarının OBİLET platformu üzerinden satış yapması durumunda dört kategori çerçevesinde ödeme yapıldığını beyan etmiştir. Söz konusu yöntemlere ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 13: Diğer Biletleme Yazılımlarını Kullanan Otobüs Firmalarının Biletlerini Satması Durumunda OBİLET Tarafından Yapılan Ödemelerin Tarafları

Model	GDS <sup>30</sup> kimden alır?	Platform'dan (OB veya BA) çıkan para	IMS'e giren para	IMS'ten çıkan para	Otobüs firmasına giren para	Otobüs firmasından çıkan para
1	OB'den kendi payını direkt net olarak alır.	{GMV <sup>31</sup> - Platform Net Komisyon} farkı (Otobüs firmasına) IMS payı (IMS'e)	IMS payı (Platform'dan)	-	{GMV - Platform Brüt komisyon} farkı (Platform'dan)	-
2	Firma ile arasındaki ilişkiye bağlı.	{GMV - Platform Net Komisyon} farkı (Otobüs firmasına)	IMS payı (Otobüs firmasından - Firma ile anlaşmasına bağlı)	-	{GMV - Platform Net Komisyon} farkı (Platform'dan)	IMS payı (IMS firmasına, IMS ile anlaşmasına bağlı)

Tablo 13'ün devamı:

Model	GDS kimden alır?	Platform'dan (OB veya BA) çıkan para	IMS'e giren para	IMS'ten çıkan para	Otobüs firmasına giren para	Otobüs firmasından çıkan para
3	OB'den firma parası dahil alır. Kendi kesintisini kendi yapar.	{GMV - Platform Net Komisyon} farkı (IMS'e)	GMV - Platform Net Komisyon (Platform'dan) (Platform'dan IMS'e Net Komisyon tutarında fatura kesilerek)	GMV - Platform Net Komisyonu - IMS payı (Otobüs firmasına)	{GMV - Platform Brüt komisyon} farkı (=GMV - Platform Net Komisyonu - GDS payı) (IMS'ten)	-
4	OB'den firma parası dahil alır. Kendi kesintisini kendi yapar.	{GMV - Platform Net Komisyon} farkı (IMS'e)	GMV - Platform Net Komisyon (Platform'dan) (Platform'dan IMS'e fatura kesilmeksizin)	GMV - Platform Net Komisyonu - IMS payı (Otobüs firmasına)	{GMV - Platform Brüt komisyon} farkı (=GMV - Platform Net Komisyonu - GDS payı) (IMS'ten)	-

Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler

- (228) 2 numaralı kategoride yer alan ve IMS tarafından OBİLET'e API bağlantısı haricinde GDS hizmeti sağlanmadığından OBİLET ile IMS arasında herhangi bir finansal ilişki bulunmadığı, OBİLET'in komisyon hak edişini ilgili otobüs firması üzerinden aldığı, IMS ile otobüs firmasının ilişkisi ve -varsa- IMS'in gelirinin tamamen otobüs firması ile IMS'in kendi aralarındaki anlaşmaya dayandığı, OBİLET'in bu konuda bir dahlinin bulunmadığı, bu firmalara herhangi bir para aktarımı da yapılmadığı ifade edilen otobüs firmaları şunlardır: (.....). Bu firmalar MYDATA yazılımını kullanan ve MYDATA'nın iddiasına göre web servis hizmeti için ücret ödemesi gereken firmalardır.
- (229) Bu noktada OBİLET'in gerekçesi temel olarak, MYDATA'nın söz konusu otobüs firmaları için B2B dağıtım hizmeti vermemesi, yalnızca entegrasyon (API) hizmeti

<sup>30</sup> Global Distribution System-GDS terimi, B2B pazarda faaliyeti olan ve sefer verilerini toplulaştırarak platformlara sağlayan firmaları ifade etmektedir.

<sup>31</sup>Gross Merchandise Volume-GMV terimi, tüm mal ve servislerin satış değeri toplamını ifade etmektedir.

vermesi, ödeme yapılmamasının otobüs firmalarının talebi doğrultusunda olduğu, bir ödeme yapılması gerekiyorsa bunun MYDATA ve otobüs firması arasındaki sözleşme çerçevesinde yapılabileceği ve OBİLET'i bağlamayacağı yönündedir.

- (230) Ancak OBİLET tarafından sunulan bilgilerden ilk olarak obilet.com platformunda 2. kategoride sayılan otobüs firmalarının biletall.com platformunda gerçekleşen satışları için 1. ve 3. kategoride sayıldığı ve ödemelerin yapıldığı görülmüştür. Nitekim OBİLET de bu hususu ifade etmekte, ödemeye devam edilmesinin gerekçesini de biletall.com platformundaki satışların azalması, bu platformun OBİLET'ten aldığı sefer verisi haricinde diğer IMS'lerden aldığı sefer verilerinin payının çok az olması hatta zamanla ortadan kalkmasının öngörülmesi şeklinde açıklamaktadır.
- (231) İkinci olarak OBİLET'in ECE YAZILIM'a 1. kategori kapsamında dört firma (.....) için ödeme yaptığı anlaşılmaktadır. Bunun dışında OBİLET'in ECE YAZILIM'a (.....) için de ödeme yaptığı bir başka belgeden görülmektedir. OBİLET, obilet.com'da satışı yapılan tüm firmaların verilerinin OBİLET veya BİLETALL'a ait API/XML üzerinden diğer platformlarca alınarak kullanılmasının mümkün olduğunu, bazı platformların bu yolu tercih ederken, bazılarının kendi tercihleri veya taşıyıcı firmanın seçimleri kapsamında taşıyıcı firma veya IMS sağlayıcı firmaya kendi bağlantıları üzerinden bilet satışı gerçekleştirdiklerini ifade etmiştir. Bu bilgiyi verdikten sonra OBİLET, ECE YAZILIM IMS'ini kullanan firmaların XML kodları aracılığıyla çevrim içi platformlara B2B dağıtım konusunda OBİLET'in sahip olduğu özel bir dağıtım hakkı bulunmamakla birlikte; ECE YAZILIM'ın, ilgili taşıyıcı firmanın veya çevrim içi bilet platformunun bir itirazının bulunmaması halinde, OBİLET API'si aracılığıyla sağlanan taşıyıcı firma bilgileri arasında ECE YAZILIM IMS'ini kullanan firmaların da bulunduğunu dile getirmiştir. Bu noktada ECE YAZILIM çalışmış olduğu otobüs firmalarının sefer verileri için veri aktarımının sadece siteleri ile OBİLET arasında yapıldığını, diğer platformların OBİLET ile aralarında veri alışverişi yaparak işlem yaptıklarını ifade etmiştir. Bu kapsamda OBİLET yukarıda bahsedilen beş firmayı 1. kategori dahilinde satışlar olarak kabul etmekte, ECE YAZILIM'a gelir paylaşımı çerçevesinde %(.....) arası ödeme yapmaktadır. ECE YAZILIM da OBİLET ile yapılan gelir paylaşımı dışında bir geliri bulunmadığını dile getirmektedir.
- (232) ECE YAZILIM'a ödemelerinin devam etmesinin gerekçeleri ise OBİLET'ten talep edilmiştir. İlgili açıklamada ECE YAZILIM'ın küçük boyutlu birkaç firmanın IMS sağlayıcılığını yürüttüğü, genel olarak kompleks bir operasyonel yapıya sahip olmayan ECE YAZILIM firmalarıyla ilgili kayda değer bir teknik sorun yaşanmadığı, ECE YAZILIM kullanan firmaların OBİLET satışları içindeki paylarının düşük olması nedeniyle müşteri şikayetlerine ilişkin olarak ECE YAZILIM'ın desteğine fazla ihtiyaç duyulmadığından OBİLET'in önceliklendirme sıralamalarına ECE YAZILIM konusunun girmesinin mümkün olmadığı beyan edilmiştir. Diğer yandan MYDATA firmaları için obilet.com platformunda yapılan satışlar için durum aşağıdaki gibidir:

Tablo 14: MYDATA Yazılımını Kullanan Otobüs Firmaları Bakımından OBİLET Ödemeleri

Firma	IMS/IMS Sağlayıcı Firma	XML kodlarını siz mi sağlıyorsunuz?	IMS/GDS Payı	Platform Payı (%)	IMS Sağlayıcı Firma'ya Web Servis Hizmet bedeli ödüyor musunuz?
(.....)	ETMS / Biletpaketi	(.....) bu firmanın biletlerinin satışını API/XML servisimizi kullanarak gerçekleştirmektedir.	Firma ile IMS arasındaki ilişkiye bağlıdır, gerçek oran bilinmemektedir.	(.....)	Mevcut durumda firmaya doğrudan bir ödeme yapılmamaktadır.
(.....)	ETMS / MyData	Başlıca online bilet platformları bu firmanın biletlerini Obilet Şirketler Grubu'na ait API dağıtım servisi üzerinden değil, -varsa- taşıyıcı firmaya veya IMS sağlayıcıya sağladıkları doğrudan bağlantı aracılığıyla satışa sunmaktadırlar.	Firma ile IMS arasındaki ilişkiye bağlıdır, gerçek oran bilinmemektedir.	(.....)	Mevcut durumda firmaya doğrudan bir ödeme yapılmamaktadır.
(.....)	ETMS / MyData	(.....) bu firmanın biletlerinin satışını API/XML servisimizi kullanarak gerçekleştirmektedir.	Firma ile IMS arasındaki ilişkiye bağlıdır, gerçek oran bilinmemektedir.	(.....)	Mevcut durumda firmaya doğrudan bir ödeme yapılmamaktadır.
(.....)	ETMS / MyData	B2B acente dağılımı gerçekleştirilmemektedir.	Firma ile IMS arasındaki ilişkiye bağlıdır, gerçek oran bilinmemektedir.	(.....)	Mevcut durumda firmaya doğrudan bir ödeme yapılmamaktadır.
(.....)	ETMS / MyData	(.....) bu firmanın biletlerinin satışını API/XML servisimizi kullanarak gerçekleştirmektedir.	Firma ile IMS arasındaki ilişkiye bağlıdır, gerçek oran bilinmemektedir.	(.....)	Mevcut durumda firmaya doğrudan bir ödeme yapılmamaktadır.
(.....)	ETMS / MyData	(.....) bu firmanın biletlerinin satışını API/XML servisimizi kullanarak gerçekleştirmektedir.	Firma ile IMS arasındaki ilişkiye bağlıdır, gerçek oran bilinmemektedir.	(.....)	Mevcut durumda firmaya doğrudan bir ödeme yapılmamaktadır.
(.....)	ETMS / MyData	(.....) bu firmanın biletlerinin satışını API/XML servisimizi kullanarak gerçekleştirmektedir.	Firma ile IMS arasındaki ilişkiye bağlıdır, gerçek oran bilinmemektedir.	(.....)	Mevcut durumda firmaya doğrudan bir ödeme yapılmamaktadır.
(.....)	ETMS / MyData	B2B acente dağılımı gerçekleştirilmemektedir.	Firma ile IMS arasındaki ilişkiye bağlıdır, gerçek oran bilinmemektedir.	(.....)	Mevcut durumda firmaya doğrudan bir ödeme yapılmamaktadır.

Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler

- (233) Yukarıdaki tabloda verilen otobüs firmaları bakımından OBİLET MYDATA'ya herhangi bir IMS/GDS payı ödememekte, bunun taşıyıcı firma ile MYDATA arasındaki ilişkiye bağlı olduğunu ifade etmektedir. Dosya sürecinde ilgili firmalardan (.....) ile görüşme gerçekleştirilmiştir.
- (234) (.....) yetkilisi<sup>32</sup>, (.....) bu yana MYDATA ile çalıştıklarını, OBİLET ile MYDATA arasındaki komisyon paylaşımında kademeli bir değişim yaşandığını dile getirmiştir. Buna göre ilk başta bilet satış gelirlerinin tamamı (.....) hesabında toplanmış, (.....) hak edilen tüm komisyon tutarını MYDATA'ya göndermiş, MYDATA payına düşen komisyon bedelini aldıktan sonra kalan kısmı OBİLET'e göndermiştir. Sonraki aşamada OBİLET kendi sanal posunu zorunlu tutmuş, eskiden (.....) hesabında biriken bilet satış bedeli OBİLET hesabında birikmeye başlamıştır. Bu durum altında OBİLET kendi komisyon bedelini kestikten sonra komisyon paylaşımına göre MYDATA'ya web servis hizmeti için bir bedel ödemiş, kalan bedeli ise otobüs firmasına iletmiştir. Yaklaşık bir yıl önce ise OBİLET web servisi sağlayıcısına ödeme yapmak istemediğini belirterek, bilet satış komisyon bedelini kestikten sonra "ETMS" ve MYDATA'ya herhangi bir bedel ödemediği için kalan tutarı (.....) göndermiştir. Bu haliyle (.....) ödediği komisyon tutarının değişmediği ancak ETMS ve MYDATA'nın daha önce web servis hizmeti için kazandığı komisyon paylaşım gelirini artık alamadığı ve güncel durumda OBİLET'in ETMS ve MYDATA'ya web servis hizmet bedelini ödemediği dile getirilmiştir. MYDATA'nın web servis hizmeti sunmayı durdurması halinde OBİLET'te satış yapamayacakları için zor durumda kalacakları, MYDATA ile görüşmelerinde OBİLET'in ödemediği web servisi bedelini kendilerinin ödemeleri halinde zor durumda kalacaklarını ifade ettikleri, bunun üzerine MYDATA'nın oldukça yapıcı bir yaklaşım sergileyerek sunduğu web servis hizmetinden herhangi bir bedel almayacağını dile getirdiği beyan edilmiştir. Edinilen bilgiye göre bu durumun yaklaşık bir yıldır devam etmekte olduğu, MYDATA'ya web servis hizmetini kendilerinin ödemesi durumunda öncesinde OBİLET'in karşılamış olduğu maliyetin kendilerine yükleneceği ve fiili olarak ödedikleri komisyon oranının artacağı ifade edilmiştir.
- (235) (.....) yetkilisi tarafından bu konu ile ilgili olarak; OBİLET'in, MYDATA'nın web servis hizmet bedelinin (.....) tarafından karşılanması şartını getirdiği, bu bedelin OBİLET'teki aylık oluşan toplam satışların %(.....) tekabül ettiği, MYDATA'nın ilgili hizmet bedelini OBİLET'ten temin edememesi üzerine hak ettiği komisyonun %(.....) kısmından feragat ettiği, (.....) MYDATA'ya kalan %(.....) komisyonu ve aylık program kullanım bedelini ödediği, dolayısıyla (.....) ödediği komisyon oranının fiiliyatta %(.....) tekabül ettiği, ORS altyapısı kullanan diğer firmaların komisyon oranı %(.....) iken OBİLET tarafından kendisine uygulanan komisyon oranının adil olmadığı ifade edilmiştir.
- (236) (.....) yetkilisi MYDATA altyapı yazılımını (.....) kullanmaya başladıklarını, MYDATA yazılımında sunulan hizmetten memnun olduklarını ifade etmiştir.
- (237) (.....) yetkilisi (.....) yılları arasında ETMS, (.....) bu yana ise MYDATA altyapısını kullandıkları, (.....) kadar herhangi bir platform ile çalışmazken platformların bilinirliğinin artmasıyla birlikte (.....) OBİLET ile platformları üzerinden çalışmaya başladıkları bilgisini vermiştir. (.....), OBİLET'in MYDATA'nın sağlamış olduğu web servis hizmeti kapsamında (.....) biletlerini sattığını, OBİLET'in MYDATA'ya (.....) kadar web servis hizmeti için ödeme gerçekleştirdiğini, bu tarihten sonra ise MYDATA'ya ödeme yapmadığını ifade etmiştir. İlgili hizmet bedelini MYDATA'nın portföyünde yer alan bazı otobüs firmalarının kendilerinin ödemeye başladığı, (.....) ilgili hizmet bedeline ilişkin MYDATA'ya bir ödeme yapmadığı ve MYDATA'dan (.....) biletlerine ilişkin OBİLET'e

<sup>32</sup> (.....) yetkilisi ile gerçekleştirilen görüşmede (.....) ifade edilmiştir.

ücretsiz olarak web servis hizmeti sağlandığı ifade edilen diğer hususlardır. MYDATA altyapısını kullanmalarına rağmen OBİLET platformu üzerinde listelenmekte herhangi bir sorun yaşamadıkları, (.....) bir dönem OBİLET'in platformunda listelenmemesinin teknik aksaklıklardan kaynaklandığı da dile getirilmiştir. Ayrıca MYDATA'nın firma bazlı kişiselleştirilmiş bir yazılım programı sunarken OBİLET'in standart bir paket program sunduğu, MYDATA ile çalışmaktan memnun oldukları, otobüs firmalarının kendilerine özgü iş modellerine sahip oldukları, kullandıkları yazılımda devamlı olarak iyileştirme ve güncellemelere ihtiyaç duydukları, MYDATA'nın bu ihtiyaçlara cevap vermekte oldukça esnek olduğu, kişiselleştirilmiş bir yazılım hizmeti sunmanın paket yazılım geliştirmeye göre daha maliyetli olduğu da ifade edilmiştir.

(238) (.....) yetkilisi, (.....) yılları arasında ETMS altyapısını; (.....) yılından bu yana MYDATA altyapısını kullandıklarını belirterek MYDATA altyapısını karşılıklı ticari dostluk ilişkisi, taleplerini karşılayan esnek bir program olması ve özellikle muhasebe bölümü için büyük kolaylık sağlaması gibi nedenlerle tercih ettiklerini dile getirmiştir. Kullanım sırasında ortaya çıkan teknik sorunların giderilmesinde MYDATA'nın etkili bir şekilde 7/24 destek sağladığı da belirtilmiştir. OBİLET'in geçmişte MYDATA'ya gelir paylaşım modeli çerçevesinde %(.....) komisyon ödediği, güncelde ise OBİLET'in MYDATA'ya web servis hizmeti için herhangi bir bedel ödemediği, MYDATA'nın OBİLET'in ödemediği web servis hizmet bedelini kendilerinden talep etmediği, MYDATA'nın web servisi hizmeti karşılığını alamadığı durumda pazar dışına itilebileceğini düşündükleri ve böyle bir durumda ilgili bedeli kendilerinin ödeyebilecekleri ifade edilmiştir. OBİLET'in 2020'nin sonlarına doğru MYDATA yazılımını bırakarak kendi altyapı yazılımları olan ORS'ye geçmeleri için ısrar ettiği, ORS'ye geçmemeleri durumunda OBİLET platformunda listelenmeme tehdidi ile karşılaştıkları, MYDATA yazılımını kullanmaya devam etmeleri üzerine yaklaşık 15 gün OBİLET platformunda listelenmedikleri ancak daha sonra tekrar listelenmeye başladıkları ve bir daha böyle bir problem yaşamadıkları söylenmiştir. MYDATA'nın otobüs firmasının istekleri doğrultusunda kişiselleştirme imkânı sunan bir yazılıma sahip olduğu, ORS'nin ise paket program olduğu, bu nedenle otobüs firmalarının istekleri karşısında MYDATA kadar esnek olamadığı iletilmiştir. (.....) bulunduğu, (.....) MYDATA'ya web servis hizmet bedeli ödediği ifade edilmiştir. MYDATA'nın pazardan çıkmaması için gerekirse OBİLET'in ödemediği web hizmet komisyonunu dahi (.....) olarak ödeyebilecekleri dile getirilen diğer hususlar arasında yer almaktadır.

(239) (.....), yaklaşık (.....) yıldır MYDATA ile, öncesinde ise ETMS ile çalıştıklarını belirtmiştir. OBİLET'in ORS'yi kullanmak için kendilerini zorladığı, bu zorlamayı kabul etmedikleri, bu durumda OBİLET'in kendileri ile aracı olmaksızın çalışmak istediği ve MYDATA'yı aradan çıkardığı ifade edilmiştir. OBİLET'in MYDATA'yı aradan çıkardıktan sonra yaklaşık bir yıldır web servis hizmet bedelini MYDATA'ya ödemediği, MYDATA'nın ilgili bedelin ödenmesi hususunda (.....) bir talepte bulunmadığı dile getirilmiştir. (.....) ile OBİLET arasında başlangıçta komisyon oranının %(.....) olarak belirlendiği, MYDATA olmaksızın çalışmaya başlamalarının akabinde komisyon oranının OBİLET tarafından %(.....) çıkarıldığı ifade edilmiştir. MYDATA'nın sunmuş olduğu altyapı ve web servis hizmetinden memnun oldukları, yolcu taşımacılığı sektöründe 7/24 çalışıldığı bu sebeple her an desteğe ihtiyaç duydukları ve MYDATA'dan altyapı ya da web servis hizmeti ile ilgili olarak istedikleri her an gerekli ve yeterli desteği alabildikleri, MYDATA'nın firmanın ihtiyaçlarına göre yazılım güncellemesi gerçekleştirdiği, altyapıya ilişkin sorunların MYDATA tarafından giderildiği beyan edilmiştir.

(240) (.....) tarafından MYDATA'nın hizmetinden memnun oldukları, OBİLET'in MYDATA'nın sağladığı olduğu web servis hizmeti için herhangi bir ücret ödemediği, MYDATA'nın



OBİLET'ten temin edemediği hizmet bedelini kendilerinden talep etmediği, dolayısıyla sunmuş olduğu hizmeti ücretsiz gerçekleştirmiş olduğu ifade edilmiştir.

- (241) Konuya ilişkin olarak ilgili otobüs firmalarının yanı sıra MYDATA ile de görüşülmüştür. MYDATA ile yapılan görüşmede Nisan 2021'den itibaren web servis hizmetinin sağlanmasına ilişkin OBİLET'in MYDATA'ya ödeme yapmadığı, ancak BİLETALL tarafında ödemelerin devam ettiği ifade edilmiştir. Nitekim bu husus OBİLET tarafından da bu şekilde dile getirilmiştir.
- (242) Görüşmede MYDATA'nın OBİLET'ten farklı olarak iki farklı iş modeli ile çalıştığı bilgisi verilmiştir. Bahsi geçen iş modellerinin ilki, otobüs firmalarının bilet satış platformlarıyla doğrudan sözleşme yapabildiği ve komisyon oranlarını karşılıklı pazarlık yoluyla belirleyebildiği modeldir. İkinci model ise otobüs firmalarına ait sefer verilerinin platformlara MYDATA aracılığıyla sağlandığı ve komisyon oranlarının platform ile MYDATA arasında belirlendiği modeldir. Otobüs firmasının bilet satış platformuyla doğrudan sözleşme yapması halinde; MYDATA'nın platformlara vermiş olduğu hizmeti fatura düzenleyerek platformlardan tahsil ettiği, web servis hizmetine ilişkin bedelin kimden tahsil edileceğine yönelik sözleşmede hüküm bulunmadığı, karşılıklı güven ilişkisine dayanarak MYDATA'nın platformlardan bu bedeli temin edebileceği inancında oldukları dile getirilmiştir.
- (243) Ayrıca OBİLET'in MYDATA'ya web servis hizmeti bedelini ödemeyeceğini ifade ettiğini, MYDATA'yla çalışan otobüs firmalarına MYDATA'yla çalışmaya devam etmeleri ve söz konusu web servis bedelini OBİLET'in ödemesini istemeleri halinde OBİLET bilet satış platformunda listelenmeyeceklerini bildirdiğini, bunun üzerine MYDATA'nın otobüs firmalarının satış kanallarına engel olmamak adına web servis hizmeti bedelinden vazgeçmek zorunda kaldığını, ancak söz konusu hizmetin kesintisiz şekilde MYDATA tarafından verilmeye devam ettiğini belirtmiştir. MYDATA OBİLET'ten tahsil edemediği web servis hizmeti bedelini; bazı otobüs firmalarından talep ettiğini, bazıları bakımından ise çeşitli nedenlerle (ilgili güzergâhta söz konusu otobüs firmasının MYDATA'nın önemli bir referansı olması gibi) bu bedelden feragat ettiğini beyan etmiştir. Dolayısıyla web servis hizmet bedelini ödemeyi üstlenen otobüs firmalarının reel olarak ödediği komisyon oranlarının arttığını ileri sürmüştür.
- (244) MYDATA'nın altyapısının uyarlanabilir olması, platformdan bağımsız çalışabilmesi, erişim kolaylığı ve nitelikli teknik destek sağlayabilmesi açısından ORS'den ayrıştığı bilgisi verilmiştir.
- (245) Yukarıda elde edilen bilgilerden görüldüğü üzere MYDATA altyapısını kullanan firmaların obilet.com platformundaki satışları bakımından OBİLET tarafından MYDATA'ya ödeme yapılmamaktadır. OBİLET konu hakkında otobüs firmalarının taleplerinin belirleyici olduğunu dile getirirse de otobüs firmaları MYDATA altyapısının kalitesinden ve teknik desteğinden memnun olduklarını dile getirmektedir. Hatta bazı firmaların MYDATA'ya ödeme yapılmaması sonrasında bu bedelin bir kısmını kendisinin ödediği görülmektedir. Ayrıca bir firmanın da her ne kadar halihazırda ödeme yapmasa da MYDATA pazardan çıkmasını diye bu bedeli ödeyebileceğini dile getirdiği anlaşılmaktadır.
- (246) Bu noktada OBİLET "ideal" sektör yapısında otobüs firmalarının IMS/API hizmet sağlayıcılarından aldıkları hizmete ilişkin olarak bu sağlayıcılara bedel ödemeleri gerektiğini ancak sektörde bunun böyle olmadığını; IMS hizmet bedelinin, API hizmet bedeli ile paçallanmış bir şekilde API hizmet sağlayıcı tarafından B2C'den alındığını dile getirmektedir. Kendisi de benzer duruma maruz kalan OBİLET, ETMS yazılımını kullanan taşıyıcı firmaların bilet satışlarından kendisine kalan net gelirin, benzer

durumdaki diğer taşıyıcı firmalarla yakın düzeylere getirilmesi için yürüttüğü çalışmalar kapsamında otobüs firmalarının talepleri doğrultusunda MYDATA'ya ödeme yapmadığını ileri sürmektedir. Hatta otobüs firmasının bu bedeli isterse MYDATA'ya ödeyebileceğini dile getirmektedir.

- (247) Ancak bu noktada OBİLET'in MYDATA'ya IMS/API hizmet bedelini ödemeyip bunu otobüs firmasının yapabileceğini söylemesi durumu, MYDATA yazılımını kullanan otobüs firmaları açısından ilave bir komisyon bedeli daha ödemesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Oysa sektör genelindeki yapı bu bedelin B2C'lerce ödenmesi şekline evrilmiş bulunmakta, OBİLET de aynı uygulama çerçevesinde faaliyet göstererek kendi B2B faaliyetlerine ilişkin bedeli gelir paylaşım modeli çerçevesinde rakip B2C'lerden almakta ve rekabet de bu şekilde sürdürülmektedir. Öte yandan OBİLET'in MYDATA yazılımını kullanan firmalar bakımından ödeme yapmaması nedeniyle ilgili bedeli kendi ödeyen iki firma için otobüs bileti satışı dolayısıyla katlandıkları toplam komisyon bedeli artmış bulunmaktadır. Diğer firmalar için komisyon değişikliği olmasa da MYDATA'nın OBİLET ile rekabet ettiği B2B pazardaki geliri azalmış olup bu durumda MYDATA'nın pazardan çıkma ihtimali gündeme gelebilmekte hatta bir otobüs firması da MYDATA çıkmasını diye ileride MYDATA'ya ilgili yazılım bedelini kendisinin ödeyebileceğini yani MYDATA ile çalışması karşısında kendi komisyon bedelinin artmasını kabul edebileceğini dile getirmektedir.
- (248) Bunun yanı sıra, MYDATA'nın verdiği hizmet bakımından bir değişiklik olmamasına rağmen aynı otobüs firmaları için OBİLET, MYDATA'ya biletall.com platformu üzerindeki satışlardan dolayı ödeme yapmaktadır. MYDATA'nın iddiasına göre; satışları büyük ölçüde obilet.com platformuna kaymış bulunmakta, bu nedenle biletall.com platformundaki satışlar gelir kaybını telafi edecek düzeyde olmamaktadır. Bu durum OBİLET'in neden biletall.com platformu üzerinden yapılan satışlar dolayısıyla MYDATA'ya ödeme yapılmaya devam edildiğine ilişkin yaptığı açıklama ile de örtüşmektedir. Yukarıda ifade edildiği üzere OBİLET, biletall.com platformundaki satışların azalması, bu platformun OBİLET'ten aldığı sefer verisi haricinde diğer IMS'lerden aldığı sefer verilerinin payının çok az olması hatta zamanla ortadan kalkmasının öngörülmesi nedeniyle biletall.com platformundaki satışlar bakımından ödeme yapmaya devam etmektedir. Bu gerekçe tam olarak MYDATA'nın ifade ettiği gibi biletall.com'daki satışların az olduğu hususunu desteklemekte, dolayısıyla buradaki satışlar için yapılan ödemenin, obilet.com platformundaki yüksek satışlardan elde edilemeyen gelir kaybını telafi edemeyeceği bir durum ortaya çıkmaktadır. Bir başka ifadeyle MYDATA biletall.com üzerinden yapılan satışlar için ödeme yapılırsa da obilet.com platformundan yapılan satışlar için ödenmeyen bedeller dolayısıyla önemli bir gelir kaybı ile karşı karşıya kalmaktadır.
- (249) Diğer yandan OBİLET, ECE YAZILIM altyapısını kullanan firmaların XML kodlarını kendisi diğer platformlara sağladığı durumda dahi ECE YAZILIM'a ödeme yapmaktadır. Burada OBİLET ECE YAZILIM'ın küçük boyutlu birkaç firmanın IMS sağlayıcılığını yürüttüğü, genel olarak kompleks bir operasyonel yapıya sahip olmayan ECE YAZILIM firmalarıyla ilgili kayda değer bir teknik sorun yaşanmadığı, ECE YAZILIM kullanan firmaların OBİLET satışları içindeki paylarının düşük olması nedeniyle müşteri şikayetlerine ilişkin olarak ECE YAZILIM'ın desteğine fazla ihtiyaç duyulmadığı gibi sebeplerden ötürü OBİLET'in önceliklendirme sıralamalarına ECE YAZILIM konusunun girmesinin mümkün olmadığını beyan etmektedir. Buna karşın OBİLET, otobüs firmalarının MYDATA hizmetinden memnun olmadıklarını ve MYDATA'nın B2B hizmeti gereklerini yerine getirmediğini ileri sürmektedir. Ancak görüşülen otobüs firmaları MYDATA firmasının hizmetinden duydukları memnuniyeti

dile getirmekte, iki tanesi OBİLET'in uygulaması dolayısıyla artan komisyon oranlarını ödemeyi kabul etmekte, bir tanesi de pazardan çıkmasını diye gelecekte MYDATA'ya ilgili bedeli ödeyebileceğini dile getirmektedir.

- (250) Bu noktada değinilmesi gereken son husus ise, MYDATA'nın bilet satış pazarında faaliyet gösteren OBİLET haricindeki platformlara sağladığı B2B hizmeti karşılığında komisyon geliri elde ediyor olmasıdır. Bu duruma ilişkin olarak (.....) tarafından özetle; MYDATA'nın B2B dağıtım portföyü içinde yer alan bir otobüs firmasının bileti satıldığında MYDATA'ya bilet satış komisyon gelirin bir kısmının B2B dağıtım hizmeti karşılığı olarak ödendiği, söz konusu otobüs firmasıyla özel olarak bilet satış komisyon oranı belirlenebilecek olsa dahi MYDATA'nın B2B dağıtım hizmeti ücret hakkının saklı kaldığı ve (.....) ödeme yaptığı ifade edilmiştir.
- (251) Sonuç olarak bu başlık altında değerlendirilen eylem bakımından OBİLET'in gerekçelerini doğrular bir tespit yapılamamaktadır. OBİLET'in MYDATA'ya web servis hizmeti için herhangi bir bedel ödememesi nedeniyle MYDATA altyapısını kullanan otobüs firmalarının bu bedeli MYDATA'ya ödemesi/ödeyecek olması, mevcut dönemde ya da ilerleyen dönemde obilet.com platformunda satışı gerçekleşen biletler bakımından bu otobüs firmalarının toplamda daha yüksek komisyon oranı ödemesi anlamına gelebilecektir. Bu bakımdan bu davranış OBİLET'in ORS'ye rakip altyapıyı kullanan otobüs firmalarının obilet.com platformunda bilet satışı yapabilmek için ödediği komisyon oranlarının artmasına yol açarak, OBİLET'in kendi altyapısını kullanma ve platformunda satış gerçekleştirme bakımından daha düşük komisyonların ödendiği bir paket oluşturularak fiilen platform satış hizmetinin yazılım hizmetine bağlanması sonucuna yol açabilecek bir uygulamadır.
- (252) Bu noktaya kadar yapılan değerlendirmeler neticesinde OBİLET'in biletleme yazılımı ve platform üzerinden satış hizmeti işini birbirine bağlayacak uygulamalarda bulunduğu değerlendirilmektedir.

#### **- Bağlayan Ürün Pazarında Hâkim Durumda Bulunması**

- (253) Dosya kapsamında bağlayan ürün pazarı otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı hizmeti (B2C pazarı) olup yukarıda bu pazar için yapılan değerlendirmede; OBİLET'in pazar payının oldukça yüksek olduğu, ilgili pazarda; OBİLET'in finansal gücünden, marka bilinirliğinden, dikey bütünleşik yapısından ve pazarın çift taraflı özelliğinin getirmiş olduğu pozitif şebeke dışsallıklarından kaynaklanan giriş ve büyüme engelleri bulunduğu, aynı zamanda OBİLET'in pazar gücünü dengeleyebilecek ölçüde alıcı gücünün de bulunmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu çerçevede, OBİLET'in otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı pazarında rakipleri ve müşterilerinden bağımsız şekilde hareket etmesini sağlayacak pazar gücünün olabileceği dolayısıyla hâkim durumda bulunabileceği değerlendirilmektedir. Bu pazardaki hakim durum tespiti bakımından değinilmesi gereken husus bu muhtemel hakim durumun OBİLET-BİLETALL devralması öncesinde de söz konusu olabileceği yönünde yukarıda yapılan tespittir.

#### **- Bağlanan Ürün Pazarında Fiili veya Muhtemel Kapama Etkisinin Oluşması**

- (254) Bağlama yoluyla hâkim durumdaki teşebbüs, bağlı pazardaki rakipleri için potansiyel müşterilerin sayısını azaltarak var olan rakiplerini pazar dışına itebilmekte ve yeni giriş engelleri yaratabilmektedir. Bağlı pazarın kapanması hâkim durumdaki teşebbüsün bu pazarda daha çok kâr elde etmesini sağlayabileceği gibi, bağlayan pazardaki hâkim durumunun güçlenmesine ya da korunmasına da hizmet edebilmektedir. İkinci olarak, bağlama uygulamasının bağlayan pazarda, bağlanan pazarda veya her ikisinde

rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açmasının muhtemel olup olmadığı incelenmelidir.

- (255) Bağlama uygulaması neticesinde obilet.com platformunda yer almak isteyen firmalar başka yazılım kullanmaya devam etmeleri halinde satışa kapanmakta, bir süre sonra bilet komisyon oranları artırılarak obilet.com'da listelenebilmektedir. Bu durum otobüs firmasının OBİLET platformu üzerindeki otobüs bileti satışlarını kaybetmesi ya da ilgili platformda yer alsa da buradaki satışlar için daha yüksek komisyon ödediğinden daha az gelir elde etmesi ile sonuçlanabilecektir. Sürecin böyle devam etmesi, ilgili firmanın MYDATA yazılımını bırakması ve OBİLET yazılımını kullanmasını zorunlu kılacak bir etki yaratabilecektir. Bu durumda rakip MYDATA, yazılım pazarında hizmet verdiği firma sayısını kaybetmenin yanı sıra B2B hizmeti verdiği portföyde de kayba uğrayabilecek ve teşebbüsün gelir paylaşımı modeli çerçevesinde aldığı gelir azalabilecektir. Buna ilaveten yazılım sağladığı firmanın biletlerini doğrudan kendi platformunda da satabilen MYDATA, bu firmaların yazılımını bırakması sonrası biletleri ancak OBİLET'ten B2B hizmeti alması durumunda satabilecektir. Bu durum altında ise teşebbüs listeleme yapsa da elde ettiği komisyonun ancak bir kısmını kendi alabilmekte, kalan kısmı B2B hizmeti için OBİLET'e vermek zorunda kalmaktadır. Oysa yazılımı kullandığı alternatif durumda komisyon bedelinin tamamı MYDATA'da kalmaktadır.
- (256) Dosya kapsamında incelenen bağlama uygulaması, hem yazılım pazarında hem B2B hizmeti pazarında, hem de B2C pazarında rekabeti kısıtlayıcı etki doğurabilecek niteliktedir.
- (257) Biletleme yazılımı pazarında teşebbüs ancak bir yazılım firması ile çalışmakta, bu anlamda otobüs firması bir yazılımı seçtiğinde diğer alternatifler açısından o otobüs firması bakımından rekabet ortadan kalkmaktadır. Doğası gereği otobüs firmasının sadece bir yazılımı kullanması rekabetçi sorun değilken; OBİLET'in, yazılımının kullanılmasını rekabeti kısıtlayıcı bir bağlama uygulaması ile sağlaması, rekabet ihlali ortaya çıkarabilecektir.
- (258) Öte yandan bu sonuç yazılım pazarı ile sınırlı kalmamakta OBİLET aynı zamanda B2B pazarında da ilgili firmanın sefer verisinin dağıtımında münhasırlık elde etmektedir. Her ne kadar otobüs firmaları ile anlaşmaya dayalı bir münhasırlık uygulaması bulunmasa da OBİLET ile çalışan firmaların bizzat kendileri rakip platformlar ile görüşme yapmamakta, OBİLET onlar adına rakip platformlarda listelenme işini yürütmektedir. OBİLET'in sağladığı B2B hizmetinde aşağıda ayrıntılarına yer verileceği üzere; rakip platformlar ve BİLETALL arasındaki anlaşma gereği, rakip platformlar sefer verisini sağlayan otobüs firması ile doğrudan iletişime girmeme yönünde sınırlanmaktadır. Bu durum nedeniyle rakip platformlar, OBİLET B2B portföyünde yer alan firmaların seferlerini ancak OBİLET sefer verilerini dağıtırsa listeleyebilmektedir. Bu uygulama rakip platformların faaliyetlerini bütünüyle OBİLET'e mahkûm kılmaktadır. Ayrıca bu durum OBİLET'in rakiplerini OBİLET'in belirlediği fiyatlara da bağlı kılmaktadır. Zira otobüs firması ile iletişime geçemeyen rakip platform için otobüs firması ile komisyon pazarlığı ihtimali bulunmamaktadır. Rakip platform OBİLET ile otobüs firması arasındaki komisyon oranı ile bağlı durumda olup yaptığı satışlarda komisyon oranının %(.....) alabilmektedir. Bağlama uygulaması bu noktada OBİLET'in B2B portföyünün de güçlenmesini sağlayarak rakip platformların OBİLET karşısındaki rekabetçi gücünü daha da sınırlamakta ve rakipler fiyatlarını otobüs firmaları ile karşılıklı müzakere edemediklerinden fiyat üzerinde etkilerinin bulunmadığı, fiyat belirleyenin OBİLET olduğu bir sisteme mahkûm kalmaktadır.

(259) Bu nedenle fiili olarak yazılım hizmetinin platformdan bilet satış hizmetine bağlanmasına yol açabilecek uygulamaların her üç pazarda da rekabeti kısıtlayabileceği, OBİLET'in biletleme yazılımı pazarındaki rakiplerinin dışlanmasına ve pazara yeni girecek teşebbüslere pazarın kapanmasına yol açabileceği değerlendirilmektedir.

#### - Tüketicinin Uygulamadan Zarar Görmesi

(260) Bağlama davranışı hem yazılım hem B2B hem de B2C pazarında mevcut ve potansiyel rekabeti kısıtlayabilecektir. Bu üç pazardaki tüketici grubu birbirinden farklılaşmakta dolayısıyla her pazar özelinde tüketici zararına yönelik ayrı ayrı değerlendirme yapılması gerekmektedir.

(261) Yazılım pazarında bağlama davranışı ile rekabetin kısıtlanması, bu pazarda talep tarafında yer alan otobüs firmaları açısından yazılım alternatiflerinde seçeneklerinin azalmasına ve ilk aşamada tercih hakkının kısıtlanmasına yol açabilecektir. Ardından uzun dönemde, pazarda azalan rekabet yazılım fiyatlarının da artmasına sebep olabilecektir.

(262) B2B pazarı çift taraflı pazar olup bu değerlendirmenin hem otobüs firması hem de bilet platformları açısından yapılması gerekmektedir. Otobüs firmaları mevcut durumda B2B hizmetini ücretsiz olarak almakta ve bu hizmet sayesinde çevrim içi kanalda maksimum görünürlük/listeleme imkânı elde etmektedir. Ancak bağlama uygulaması dolayısıyla MYDATA altyapısı kullanan otobüs firmalarının komisyon oranlarının artmış olduğu ya da artabilecek olduğu yukarıda açıklanmış bulunmaktadır. Bağlama uygulaması otobüs firmaları için ilave bir maliyet kalemi ortaya çıkarabilecektir. Aynı zamanda OBİLET'in bu uygulaması kendi altyapısını kullanmayan otobüs firmalarının mümkün olduğunca çok noktada listelenme yönündeki tercihlerini de olumsuz etkileyebilecektir. Platformlar ise mevcut durumda OBİLET'in yanı sıra diğer B2B hizmeti veren teşebbüslerden de hizmet almakta ancak en büyük portföy OBİLET'te bulunmaktadır. OBİLET'in bağlama uygulaması uzun dönemde platformları bütünüyle OBİLET'e bağımlı kılacak, platformların OBİLET'in sunduğu ticari koşullar dahilinde faaliyet göstermeleri B2C pazarındaki rekabeti olumsuz etkileyebilecektir. Bu noktada OBİLET rakiplerinin listeleyebileceği firmaları sınırlandırabileceği gibi gelir paylaşım modelindeki oranlarda platformlar aleyhine değişiklikler yaparak elde ettikleri gelirin azalmasına da yol açabilecektir.

(263) B2C pazarı da çift taraflı bir pazar olup değerlendirmenin yolcular ve otobüs firmaları açısından yapılması gerekmektedir. Otobüs firması B2C pazarında kısıtlanan rekabetten en çok komisyon oranlarının artması yönüyle zarar görebilecektir. Yolcular da OBİLET dışındaki diğer alternatiflerin azalması durumunda tercih hakkı kısıtlanan taraf olacaktır. Diğer yandan artan komisyon oranları dolayısıyla bilet satış maliyeti artan otobüs firmalarının bu maliyeti uzun dönemde otobüs bilet fiyatlarına yansıtması gündeme gelebilecektir.

(264) Yukarıdaki değerlendirmeler ışığında; iddia edilen bağlama uygulamasının üç pazarda da tüketici zararına yol açabileceği değerlendirilmektedir.

#### - Uygulamanın Haklı Bir Gerekçeye Dayanmaması

(265) Bağlama değerlendirmesinin son aşaması ise haklı gerekçe değerlendirmesidir. OBİLET tarafından temel olarak yazılım ve bilet satış işinin bir arada satılmadığı ileri sürülmekle beraber, biletleme yazılımı ve platform üzerinden bilet satışı hizmetlerinin gönüllülüğe dayalı olarak bir arada sunulması bakımından şu gerekçeler dile getirilmektedir: Veri güvenliğinin sağlanması, farklı sistemlerin birbirlerine

entegrasyonu nedeniyle yaşanabilecek teknolojik aksaklıkların önüne geçilmesi, kesintisiz ve tam hizmet sunularak hizmet kalitesinin artırılması, işlem maliyetlerinin düşürülmesi, verimliliğin artırılması. Oysa ki OBİLET tarafından haklı gerekçe olarak sunulan yukarıdaki gerekçeler biletleme yazılımı hizmetini satın alan otobüs firmalarının bu hizmetten bekledikleri genel geçer temel ticari/operasyonel gerekliliklerdir. Elbette ki bir yazılım hizmetinin veri güvenliğini sağlaması, kesintisiz sunulması, işlem maliyetlerini düşürmesi, verimliliği artırması, entegrasyona imkan vermesi gerekmekte olup aksi durum biletleme yazılım hizmetinin pazarda başarısız olması ile sonuçlanabilecektir. Dolayısıyla OBİLET bağlama davranışı kaynaklı bir haklı gerekçe iddiasında bulunmuş değildir.

- (266) OBİLET, uygulamalarının bağlama niteliğinde olmadığına ilişkin olarak, biletleme yazılımı kullanmayan otobüs firmalarının biletlerinin obilet.com üzerinde satışına izin verilmesi argümanını ileri sürmektedir. Bu kapsamda söz konusu otobüs firmalarının biletlerinin obilet.com platformunda satılabilir olmasının B2C hizmetinin bir bağlayan ürün olmadığına göstergesi niteliğinde olduğu ifade edilmiştir. İlave olarak OBİLET'in biletleme yazılımı kullanan ancak B2C hizmetini kullanmayan otobüs firmaları olduğu da beyan edilmiştir. Yukarıda MYDATA altyapısını kullanıp satışa kapanan firmalar tespit edilmiş ve bu firmalar özelinde değerlendirme yapılmıştır. Bu noktada MYDATA'nın altyapısını kullanıp obilet.com platformunda satışa kapanan firmaların MYDATA'nın önemli müşterileri olduğu tespitinin de altı çizilmelidir.

#### **H.3.2.2.3. Bağlama Uygulamaları Bakımından Genel Değerlendirme**

- (267) Yukarıda yapılan değerlendirmeler ışığında, OBİLET'in, MYDATA yazılımını kullanan otobüs firmalarının biletlerinin bir süre için obilet.com platformu üzerinden satışına izin vermeyip bir süre sonra komisyon oranlarını yükselterek obilet.com üzerinden bilet satışına açarak ve MYDATA'dan toptan (B2B) pazarda aldığı hizmet kapsamında önceden gelir paylaşım modeli çerçevesinde ödediği web servis hizmeti ücretini ödemeyerek, biletleme yazılımı hizmetini fiili olarak B2C hizmetine bağladığı tespit edilmiştir. OBİLET'in ilgili uygulamaları sonucu ortaya çıkan bağlama davranışının 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir rekabet sorunu oluşturduğu kanaatine varılmıştır.

#### **H.3.2.2.3. OBİLET'in Teminat Mektubu Modelinde Teminat Tutarının Artırılmasına Yönelik Taleplere Cevap Vermediği İddiasına İlişkin Değerlendirme**

- (268) Kurum kayıtlarına 04.10.2022 tarih, 31710 sayı ile intikal eden ve gizlilik talebi bulunan şikâyet başvurusunda, OBİLET/BİLETALL ile şikâyetçi arasında akdedilen sözleşmede öngörülen teminat tutarının (.....) TL olduğu ve teminat tutarının sözleşmenin yürürlüğe girdiği tarihten bu yana oluşan enflasyon farkına göre revize edilmediği, bu nedenle şikâyetçinin pazardan anlamlı bir pay alamadığı, bilet fiyatları artmasına rağmen teminat tutarının revize edilmemesi nedeniyle satış potansiyelini artıramadığı, platformun bilet satışlarına devam edebilmek için ek teminat göstermek zorunda kaldığı, bu durumun şikâyetçinin kısa vadeli finansman ihtiyacını artırarak pazarda rekabet etmesini zorlaştırdığı ifade edilmiştir.
- (269) Taşıyıcı firmaların aldığı yazılım hizmeti karşılığında oluşan sefer verileri üzerinden bilet satışı tüm kanallarda gerçekleşmektedir. Platformlar tek tek taşıyıcı firmalardan sefer verilerini temin ederek bilet satışı gerçekleştirebilmektedir. Ancak sektörde taşıyıcı firmalar yaygın olarak sefer verilerinin dağıtımını işini B2B firmalarına bırakmaktadır. Bu durumda sefer verilerinin dağıtımını pazarı, bilet satış platformlarının toptan seviyede hizmet aldığı pazar niteliği sergilemekte ve B2B firması taşıyıcı firma

adına sefer verisi sağlama işini üstlenmektedir. Bilet satış platformu pazarı ise yolcuya bilet satışının gerçekleştiği perakende pazardır.

- (270) Otobüs biletlerinin satışında bilet bedeli, taşıyıcı firmanın taşıma hizmeti karşılığında elde etmeyi beklediği gelirdir. Bilet satış platformu (B2C) ise bilet satışı hizmeti karşılığında komisyon geliri elde etmektedir. Bilet satış platformu (B2C); B2B firmasından hizmet aldığı durumda komisyon gelirini, sattığı bilete ait sefer verisini temin ettiği B2B firması ile bir gelir paylaşım modeli çerçevesinde paylaşmaktadır. Bu bakımdan bir bilet satışında; bilet bedelini alacak taraf taşıyıcı firma, sefer verisinin sağlanması hizmeti karşılığında bilet satış komisyonunun bir kısmını alacak taraf B2B firması, bilet satış hizmeti için komisyonun kalan bedelini alacak taraf ise B2C firmasıdır.
- (271) Bilet satışı işlemine ilişkin toplam bedel, satış işlemi ile beraber yolcudan tahsil edilmektedir. B2C'lerin bilet satışı gerçekleştirmek amacıyla B2B'lerden hizmet alması durumunda, bilet satış tutarı otobüs firması adına B2B veya B2C tarafından tahsil edilmekte, söz konusu tutar içerisinde bilet satış komisyonu ayrılmakta ve bilet satış komisyonu B2B ve B2C arasında gelir dağılım modeli çerçevesinde paylaşıldıktan sonra kalan bedel otobüs firmasına ödenmektedir.
- (272) Bilet satış bedeli B2B veya B2C tarafından tahsil edilirken elde edilen bilet satış gelirin otobüs firması, B2B ve B2C arasında paylaşımı teminat mekanizması gibi birtakım güvence sistemlerinin kullanımını gerekli kılmaktadır. Birbirlerine karşı ödeme yapmakla sorumlu olan taraflardan herhangi birinin bu sorumluluğu yerine getirmemesi nedeniyle doğan ve karşı taraf riski olarak tanımlanan riskin bertaraf edilmesi ve likidite dengelerinin korunması amacıyla taraflar birbirinden teminat talep edebilmektedirler. Teminat mekanizması, firmaların birtakım ticari risklerini ve finansal maliyetlerini hafifletmek amacıyla geliştirilmiş olup benzer dinamiklere sahip sektörlerde dikey ilişki içerisinde distribütör-bayi, toptancı-perakendeci, dağıtıcı-yeniden satıcı arasında kullanılan bir mekanizmadır.
- (273) B2B'lerin hizmet sunduğu iş modelinde yolcudan tahsilatı kimin yaptığı önem arz etmektedir. Pazardaki uygulamalara bakıldığında tahsilatın B2B veya B2C tarafından yapılabildiği ve otobüs firmasına bilet satış bedelinin B2B veya B2C tarafından ödenebildiği, ancak otobüs firmalarının tahsilat yapmadığı görülmektedir. Dolayısıyla bilet satış bedelinin kimin tarafından tahsil edileceğinin ve kimin tarafından otobüs firmasına ödeneceğinin değişkenlik gösterdiği söylenebilecektir. Tahsilatın kim tarafından yapıldığında belirleyici olan husus, tüketici/yolcu platformdan bilet satın alırken ödeme işleminin gerçekleştiği sanal posun kime ait olduğudur. Sanal pos kime aitse tüketicinin ödediği bedel o tarafın hesabında toplanmaktadır.
- (274) Sanal posun B2C'ye ait olduğu durumda yolcunun ödediği bedel, B2C'de toplanmakta; bilet satış platformları belirli ödeme periyotlarında B2B firmasına gelir paylaşımında hak ettiği komisyon sonrası kalan kısmı göndermekte, B2B firmasının da yine belli periyotlarda taşıyıcı firmaya gelir paylaşımında kendi komisyonunu aldıktan sonra kalan toplam komisyon sonrası bilet bedelini ödemesi gerekmektedir. Bu durum altında taşıyıcı firmaya ödeme yapma yükümlülüğünü üzerinde bulunduran B2B firması bakımından bir karşı taraf riski olduğundan B2B ve B2C firma arasındaki anlaşmalarda B2C'nin bir teminat sunması beklenmektedir.
- (275) OBİLET tarafından ifade edildiği üzere, B2C tahsil ettiği biletlerin bedeline karşılık gelen ödeme yükümlülüğünü yerine getirmeyip B2B'ye ödeme yapmaz veya ödemelerini geciktirirse, B2B'nin taşıyıcı firmaya karşı olan yükümlülüğünü yerine getirme imkânı kalmayacaktır. B2B, B2C'nin satışlarından kaynaklı olarak taşıyıcı

firmaya karşı yükümlülüklerini ancak B2C'den tam tahsilat yapabilmesi durumunda yerine getirebilmektedir. OBİLET B2B'nin, taşıyıcı firmalarla ticari ilişkisini sürdürebilmek için B2C'den tahsil edip etmemiş olmasından bağımsız olarak taşıyıcı firmalara ilgili bilet bedellerini aktarmak durumunda kalabileceğini dile getirmektedir.

- (276) OBİLET tarafından B2C tarafından yapılacak ödemelerde şu sorunların çıkabileceği belirtilmiştir: B2C yapmış olduğu satışlarla ilgili olarak B2B'ye olan borcunu inkar edebilir, mutabakat yapmaktan kaçınabilir, B2B'nin kendisine bildirdiği alacak tutarlarına itiraz edebilir, mahkemeden tedbir kararı alabilir. B2C'nin ödemeleri kendi iradesi dahilinde aksatması durumuna ek olarak, tüm ticari işletmeler gibi, her an iflas etme, konkordato ilan etme, tasfiye sürecine girme olasılığı da bulunmaktadır.
- (277) Bu sorunlara ilave olarak OBİLET, B2C'lerin B2B'lere yapacağı ödemelerin vadesi ile B2B'nin taşıyıcı firmaya yapacağı ödemelerin vadeleri arasında vade uyumsuzluğu durumu oluşabileceğini de ifade etmektedir. Örnek olarak; B2B, taşıyıcı firmalardan bir kısmı ile günlük ödeme veya ön ödeme şeklinde anlaşmış; diğer yandan ise B2C ile olan anlaşmasında 15 günde bir veya ayda bir tahsilat şeklinde bir modele razı olmak durumunda kalmış olabilir. Bu durumda, B2B'nin B2C'den henüz tahsil etmemiş olduğu bilet bedellerini taşıyıcı firmalara aktarmasından kaynaklı likidite sorunları yaşaması gündeme gelmektedir.
- (278) Dosya konusu şikâyetinde, OBİLET ile şikâyetçi B2C arasında akdedilen sözleşmede belirlenen teminat tutarlarının enflasyon farkına göre revize edilmediği, OBİLET tarafından B2C platformlardan teminat tutarlarının güncellenmesine ilişkin olarak gelen taleplere cevap verilmediği, güncel teminat tutarının etkin şekilde B2C hizmeti vermeye engel olduğu iddia edilmektedir.
- (279) Söz konusu iddia bakımından OBİLET B2B niteliğinde olup aynı zamanda rakibi B2C'lere sefer verisi sağlayan taraftır. Yolcudan tahsil edilen bilet bedeli kendi sanal pos'unu kullanan rakip B2C'lerin hesabında tutulmakta, B2C'ler gelir paylaşımı çerçevesinde elde ettikleri komisyon gelirini kestikten sonra kalan bedeli OBİLET'e göndermekte, OBİLET de kendi komisyonunu aldıktan sonra kalan bilet bedelini taşıyıcı firmaya iletmektedir. Bilet bedeli B2C'nin elinde tutulduğundan OBİLET karşı taraf riskini bertaraf etmek üzere B2C'lerden belli teminatlar talep etmektedir.
- (280) Bu kapsamda aşağıda öncelikle genel olarak sektördeki teminat modelleri açıklanacak, ardından OBİLET'in şikâyet konusu teminat uygulamalarına yer verilecektir.

#### **H.3.2.2.3.1. Ön Ödemeli Model**

- (281) Ön ödemeli modelde bilet satış bedellerini tahsil eden B2C, belli bir dönem süresince satacağını düşündüğü bilet tutarı kadar bir bedeli ön ödeme olarak sefer verisi temin ettiği B2B'ye önden vermekle yükümlüdür. B2B de buna karşılık olarak B2C'ye bir cari hesap limiti<sup>33</sup> tanımlamaktadır. B2C bir yandan kendisinde biriken bilet bedellerini belli periyotlarda (ayda bir, iki haftada bir, haftada bir vb.) B2B'ye aktarmayı taahhüt ederken bir yandan da her bir hesap periyodu boyunca ancak cari hesap limiti tutarına ulaşıncaya kadar bilet satışı gerçekleştirebilmektedir.
- (282) Belirlenen hesap periyodu içinde B2C'nin satışları cari hesap limitine ulaştığı takdirde; satışlarına devam etmek isteyen B2C'nin B2B'ye erken ödeme yaparak erken ödeme tutarı kadar ek limit oluşturması gerekmektedir. Ek limitin oluşturulması halinde B2C satışlarına devam edebilmekte, ödeme günü geldiğinde ise biriken tüm bilet bedellerini

<sup>33</sup> Cari hesap limiti, B2C'lere belirli bir dönem içinde yapacakları satışlardan elde edeceği gelirin üst limitini gösteren ve sunulan teminat mektubu/ön ödeme tutarına eşit olarak tanımlanan bir limittir.



ek ödeme hariç B2B'ye aktararak yeni hesap periyoduna baştaki ön ödeme tutarı kadar cari hesap limiti ile başlamaktadır.

- (283) Özellikle tatil, afet, eğitim yılı başlangıcı-sonu dönemleri gibi talebin değişkenlik gösterdiği durumlarda ön ödeme tutarının tahmini güçleşebilmektedir. Böyle bir durumda ön ödeme yapan tarafın daha sık ek ödeme gerçekleştirmesi beklenecektir. Bu bağlamda teminatın, teminatı alan taraf için karşı taraf riskini ortadan kaldırdığı, teminat veren taraf için ise cari hesap limitinin görece yetersiz belirlendiği durumda kısa vadeli finansman ihtiyacını artıracakları anlaşılmaktadır. Ancak OBİLET tarafından buradaki ön ödeme bedelinin miktarının genellikle B2C tarafından belirlendiği ifade edilmiştir. İlaveten B2C'nin her zaman ön ödeme hesabındaki tutarı başlangıçta belirlediği tutardan daha yüksek bir miktara çekmesinin mümkün olduğunu belirten OBİLET, ön ödemeli sistem kendileri üzerinde herhangi bir risk veya finansal yük yaratmadığından, B2B'lerin ön ödeme tutarlarının yükseltilmesine genellikle itiraz etmediklerini dile getirmiştir.

#### **H.3.2.2.3.2. Teminat Mektubu Modeli**

- (284) Teminat mektubu modelinde teminat, ön ödemeli modelden farklı olarak, nakit karşılığında değil bankadan temin edilen teminat mektubu ile belirlenmektedir. Bu modelde; başlangıç cari hesap limiti, ön ödemeli sistemden farklı olarak B2C'den B2B'ye nakit aktarım yapılması şeklinde değil, B2C'nin B2B'ye sunduğu banka teminat mektubu tutarına eşit olacak şekilde oluşturulmaktadır. Dönem içerisinde ek limite ihtiyaç duyulması durumunda ön ödemeli modelde olduğu gibi, erken ödemeler yoluyla teminat tutarı güncellenebilmektedir.
- (285) Söz konusu sistem, teminat mektubu sunulması haricinde, ön ödemeli sistemle aynı şekilde işlemekte; teminat mektubu tutarına eşit şekilde belirlenen cari hesap limitinin sonlarına yaklaşılması halinde B2B'ye erken ödeme yapılarak cari hesap limiti güncellenmektedir. Dönem sonunda ise yine ön ödemeli sistemde olduğu gibi, birikmiş bilet bedelleri her halükarda B2B'ye aktarılacak ve limit tekrar başlangıç düzeyine (teminat mektubu tutarı) dönecektir.
- (286) Teminat mektuplu model de ön ödemeli modele benzer bir şekilde B2B'nin karşı taraf riskini ortadan kaldırmaktadır. Nitekim B2C'nin B2B'ye karşı ödeme yükümlülüklerini yerine getirmemesi halinde B2B, kendisine sunulmuş olan teminat mektubunu bankadan nakde çevirerek alacaklarını tahsil edebilmektedir.
- (287) Teminat mektubu banka tarafından nakdi ve gayri nakdi varlıkların değerine karşılık veya değerinin üzerinde bir tutarda verilebilmektedir. Bu nedenle söz konusu model, teminat veren B2C tarafından ön ödemeli modele göre tercih edilebilir niteliktedir. Öte yandan teminat mektubu modelinde teminat mektubunun banka aracılığıyla düzenlenmesi nedeniyle, B2C'nin sunacağı teminat mektubunun miktarı, zamanı ve vadesi banka inisiyatifinde olmaktadır.
- (288) Diğer taraftan, B2B için teminat mektubu ve ön ödemeli model likidite açısından farklılık göstermektedir. Şöyle ki, ön ödemeli modelde B2B elinde nakit bulundururken teminat mektubu modelinde ise teminat dönemi içerisinde kullanabileceği nakit bulunmamaktadır. Dahası bir sorun olması durumunda teminat mektubunun bankadan tahsil edilmesi gerekecektir. Her iki yöntem de B2B üzerindeki karşı taraf riskini ortadan kaldırırsa da teminat mektubunun likide dönüşüm hızı ön ödemeli modele göre daha düşüktür.
- (289) B2C-B2B arasındaki ödeme vadesi ile B2B-taşıyıcı firmalar arasındaki ödeme vadesi uzunluklarının eşit olmamasından kaynaklı vade uyumsuzlukları nedeniyle teminat

mektuplu sistem, B2B'ler üzerinde finansal yük ve ilave likidite ihtiyacı doğurmaktadır. Bu nedenle, OBİLET dünya genelinde B2B'lerin büyük çoğunlukla ön ödemeli sistemle çalıştıklarını, teminat mektubuna dayalı bir modeli B2C'lere sunmadıklarını dile getirmektedir.

### H.3.2.2.3.3. OBİLET ile Çevrim İçi Bilet Satış Platformları (B2C) Arasında Uygulanan Teminat Modelleri

- (290) Mevcut dosya kapsamında edinilen bilgilerden OBİLET'in yukarıda detaylarına yer verilen iki teminat modeli ile de çalıştığı, bazı platformların ise doğrudan OBİLET sanal posunu kullandıkları anlaşılmaktadır.
- (291) Teminat mektuplu modelde; OBİLET'in talep ettiği teminat mektubu tutarı her bir B2C özelinde değişmekle beraber sözleşmelerin içeriği benzeşmektedir. Söz konusu modelde sözleşme başlangıç tarihi itibarıyla cari hesap limiti, B2C'nin OBİLET'e sunduğu banka teminat mektubu tutarına eşit olarak oluşturulmakta, limitin aşılması durumunda ek ödeme imkânı bulunmaktadır.
- (292) OBİLET ile (.....) arasında akdedilen hizmet sözleşmesi incelendiğinde, teminat mektubu tutarına eşit şekilde belirlenen cari hesap limitinin tamamının kullanılması halinde (.....) erken ödeme gerçekleştirmekte ve limit tutarını dönem sonuna kadar yapacağı satışları karşılayabilecek şekilde güncellemektedir. Dönem sonunda ise birikmiş tüm bilet bedelleri B2B konumundaki OBİLET'e aktarılmakta ve cari limit tekrar dönem başındaki teminat mektubu tutarına dönmektedir.
- (293) Sözleşme hükümleri incelendiğinde (.....) TL tutarında bir teminat mektubunu BİLETALL'a sağladığı, karşılığında bu bedel kadar cari hesap limiti elde ettiği, ek ödemelerle dönemsel limitini artırabildiği anlaşılmaktadır.
- (294) (.....) ve BİLETALL arasındaki sözleşmede<sup>34</sup> de (.....) TL'lik bir teminat çekinin BİLETALL'a temin edildiği, karşılığında (.....) TL'lik bir cari hesap limiti olduğu, ek ödemelerle dönemsel limitini artırabildiği anlaşılmaktadır.
- (295) (.....) ile OBİLET arasındaki sözleşmede<sup>35</sup> ise (.....) TL'lik bir teminat mektubunun OBİLET'e temin edildiği, karşılığında (.....) TL'lik bir cari hesap limiti olduğu, ek ödemelerle dönemsel limitini artırabildiği anlaşılmaktadır.
- (296) Bununla birlikte (.....) tarafından Kuruma iletilen cevabi yazıda, (.....) OBİLET ile ön ödemeli model kapsamında çalıştığı ve bu süreçte OBİLET'e herhangi bir teminat mektubu sunmadığı beyan edilmiştir.
- (297) (.....) ile OBİLET arasındaki sözleşme<sup>36</sup> incelendiğinde ise (.....) OBİLET sanal posunu kullandığı anlaşılmaktadır. OBİLET'in/B2B'nin sanal posunun kullanıldığı durumda, B2B açısından bir karşı taraf riski oluşmamakta dolayısıyla (.....)/B2C'nin herhangi bir teminat (ön ödeme, teminat mektubu gibi) sunmasına gerek bulunmamaktadır. Bu nedenle taraflar arasındaki sözleşmede teminata ilişkin herhangi bir hüküm olmadığı görülmektedir.
- (298) Bu bakımdan teminatın sanal posun bilet satış platformlarına/B2C'lere ait olduğu durumlarda istendiği, bu durumda yolcuların ödediği bedelin B2C'lerin hesabında toplandığı, otobüs firmasına ödeme yükümlülüğü dolayısıyla B2B'nin karşı taraf riskini

<sup>34</sup> Sözleşme taraflar arasında (.....) tarihinde imzalanmış olup imza tarihinde yürürlüğe girmiştir.

<sup>35</sup> Sözleşme taraflar arasında (.....) tarihinde imzalanmış olup imza tarihinde yürürlüğe girmiştir.

<sup>36</sup> OBİLET tarafından bahse konu sözleşmenin imzalı halinin bulunmadığı, ancak, sözleşme metniyle ilgili olarak (.....) tarihinde OBİLET ve (.....) arasında uzlaşma sağlandığı, bu bağlamda (.....) tarihinde yazılı metin üzerinden "sözlü anlaşmaya varıldığı" ifade edilmiştir.

üstlendiği görülmektedir. OBİLET tarafından ifade edildiği üzere, Türkiye’de otobüs biletlemesi alanında faaliyet gösteren ve OBİLET veya BİLETALL’dan dağıtım hizmeti alan B2C’lerin bilet satış bedellerinin tahsilatında OBİLET/BİLETALL sanal poslarını kullanmaları durumunda, bilet bedelleri yolculardan OBİLET/BİLETALL sanal posları üzerinden tahsil edilmekte ve pos komisyon giderleri OBİLET/BİLETALL tarafından karşılanmakta, tahsil edilen tutar üzerinden hesaplanan B2C komisyon hak edişi ise banka transferi yoluyla B2C hesabına aktarılmaktadır. Bu modelde B2C’nin OBİLET/BİLETALL’a herhangi bir teminat (ön ödeme, teminat mektubu, çek vb.) ödemesine de gerek bulunmamaktadır.

#### H.3.2.2.3.4. OBİLET’in Teminat Uygulamasına İlişkin İddiaların Değerlendirilmesi

- (299) Yukarıda yer verilen şikâyet kapsamında OBİLET/BİLETALL ile şikâyetçi arasında akdedilen sözleşmede öngörülen teminat miktarının sözleşmenin yürürlüğe girdiği tarihten bu yana oluşan enflasyon farkına göre revize edilmediği, bu nedenle şikâyetçinin pazardan anlamlı bir pay alamadığı, bilet fiyatları artmasına rağmen teminat tutarının revize edilmemesi nedeniyle satış potansiyelini artıramadığı, platformun bilet satışlarına devam edebilmek için ek teminat göstermek zorunda kaldığı, bu durumun şikâyetçinin kısa vadeli finansman ihtiyacını artırarak pazarda rekabet etmesini zorlaştırdığı dile getirilmektedir.
- (300) Taraflar arasındaki ilişki incelendiğinde; şikâyetçinin (.....) tarihli sözleşme kapsamında (.....) TL tutarında bir teminat mektubunu BİLETALL’a sağladığı, karşılığında bu bedel kadar cari hesap limiti elde ettiği ve ek ödemelerle dönemsel limitini artırabildiği görülmektedir.
- (301) Sözleşmenin yürürlük tarihi, OBİLET-BİLETALL devralmasının henüz gerçekleşmediği ve OBİLET’in sefer verisi dağıtım hizmetine ilk başladığı döneme tekabül etmektedir. Soruşturma sürecinde elde edilen bilgi ve belgelerden, OBİLET-BİLETALL devralması öncesinde, BİLETALL’ın (.....) TL’lik teminat tutarını (.....) TL’ye yükselttiği anlaşılmaktadır. OBİLET ilgili tarihlerde şikâyetçiye B2B hizmeti vermek üzere sözleşme teklifinde bulunduğunu ifade etmiş olup ilgili tarihte dağıtım hizmeti alabileceği en az iki ayrı B2B olmasına rağmen şikâyetçinin BİLETALL ile çalışmaya devam ettiği görülmektedir. İlgili dönemde sözleşmedeki teminat mektubu tutarının belirli aralıklarla revize edilmesine ilişkin olarak şikâyetçinin BİLETALL’a ilettiği bir talebin bulunmadığı anlaşılmaktadır.
- (302) Şikâyetçi tarafından teminat tutarının yükseltilmesine ilişkin ikinci talep OBİLET’in BİLETALL’ı devralmasını onaylayan 01.07.2021 tarihli Kurul kararı sonrası (.....) ifadeleri ile mail aracılığıyla iletilmiştir.
- (303)

(.....TİCARİ SIR.....)

- (304) (.....) ifade eden yeni bir e-posta gönderdikten sonra (.....) aşağıdaki e-posta (.....)’e iletilmiştir:

(.....TİCARİ SIR.....)

- (305) Yukarıdaki yazışmalardan anlaşıldığı üzere; OBİLET 01.07.2021 tarihinde Kurul tarafından devralmanın onaylanması sonrası (.....) tarihinde şikâyetçinin (.....) TL ilave teminat mektubu verme talebinin (.....) kabul etmiş ve toplam teminat tutarını uygulamada (.....) TL olarak revize ettiği bilgisini vermiştir. İlgili yazışmada OBİLET (.....) da bahsetmektedir. İlgili yazışmalarda şikâyetçinin sadece tutarın artırılmasını talep ettiği, teminat mektubu tutarının belirli aralıklarla revize edilmesine ilişkin olarak herhangi bir talepte bulunmadığı görülmektedir.
- (306) Şikâyetçi son olarak 03.08.2022 tarihinde (.....) gönderdiği (.....) başlıklı e-posta yoluyla teminat tutarının artırılmasını şu şekilde talep etmektedir:

(.....TİCARİ SIR.....)

- (307) Süreçten, sözleşme yürürlük tarihinden bu yana taraflar arasında sözleşme koşullarına ilişkin herhangi bir değişiklik veya uyarılma yapılmadığı ve şikâyetçinin kendisine uygulamada tanınan (.....) TL teminat mektubu hakkının tamamını kullanmadığı, devralma öncesinde BİLETALL'ın kendisine tanıdığı (.....) TL cari hesap limitiyle çalıştığı anlaşılmaktadır.
- (308) Şikâyetçi bir yandan (.....) TL'lik teminatın tamamını kullanmazken diğer yandan yeni bir artırım talebinde bulunduğundan bu bedeli neden kullanmadığı kendisine sorulmuştur. Şikâyetçi tarafından konu hakkında Kuruma iletilen cevabi yazıda, artırım talebine karşılık OBİLET tarafından kendilerine sunulan imkâna ilişkin olarak hâlihazırda 2019 yılında BİLETALL ile akdettikleri sözleşmede belirlenen tutarın (.....) katı bir teminat mektubu kullanma hakları olduğu ve bu tutarın daha da artırılarak (.....) TL'ye çıkarılmasının (.....) bildirildiği ancak ilgili tutarın yetersiz kalmasıyla birlikte artırım talebinin (.....) tekrar gündeme geldiği, ilgili talebe cevap alınmadığı, şikâyetçinin 2021 yılında Temmuz ve Ağustos aylarında sırasıyla (.....) TL ve (.....) TL tutarında bilet satışı yaptığı, OBİLET tarafından sağlanan (.....) TL teminat tutarının yetersiz kalacağı hususu belirtilerek (.....) TL teminat mektubu tutarının adil, kalıcı ve ticaretin doğasına uygun bulunmadığından kabul edilmediği ifade edilmiştir.
- (309) Teminatlarla ilgili gizlilik talepli şikâyetin soruşturma dosyasına dahil edilmesinin akabinde OBİLET'in savunmasının istendiği dönemde OBİLET tarafından B2C'lere teminat tutarlarının güncellenmesine ilişkin olarak 21.11.2022 tarihli "Cari Hesap Limiti ve Teminat Mektubu Uygulaması" başlıklı aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*"Değerli Acentelerimiz,*

*Bildiğiniz üzere, online otobüs bileti satış platformu olarak hizmet gösteren online acentelerimizle, kullanıcılardan tahsil edilen bilet bedellerinin ve acente hak edişlerinin karşılıklı aktarımına ilişkin olarak 2 tip çalışma modelimiz bulunmaktadır:*

*1) İlgili online acenteye ait platform üzerinden gerçekleşen satışlara ait bilet bedellerinin Obilet / Biletall sanal POS'ları üzerinden tahsil edilmesi, ardından online acentenin hak edişinin Obilet / Biletall tarafından acenteye aktarılması*

*2) İlgili online acenteye ait platform üzerinden gerçekleşen satışlara ait bilet bedellerinin ilgili platformun kendi sanal POS'ları üzerinden tahsil edilmesi ve Obilet / Biletall'a aktarılması; buna paralel olarak acente hak edişinden kaynaklanan yükümlülüğün Obilet / Biletall tarafından yerine getirilmesi*

*2a) 2 no'lu modelde çalıştığımız online acentelerimizin önemli bir kısmı için "ön ödemeli model"e dayalı cari hesap limiti tanımlanması yöntemi uygulanmaktadır.*

2b) Bir kısım online acentemiz ise, sunmuş oldukları banka teminat mektubu tutarına eşit tutarda cari hesap limitine sahip olmakta, ilgili ödeme periyodu içerisinde teminat mektubu tutarına bağlı limitlerini doldurmaları halinde ise ön ödeme yaparak ilave limit tanımlayabilmekte ve satışlarına devam edebilmektedirler.

Son dönemde, bazı online acentelerimizin artan bilet fiyatları ve Obilet-Biletall envanter birleştirmesi sayesinde artan satışları nedeniyle sıkça ön ödeme yapmak durumunda kaldıkları, bu nedenle banka ve işlem maliyetlerinin artmakta olduğu öğrenilmiştir.

Bu kapsamda, talepte bulunan online acentelerimizin, kendi tercihlerine göre **azami tutarı Ekim ayına (01 - 31 Ekim 2022) veya Kasım ayının ilk yarısına (01 - 15 Kasım 2022) ait günlük ortalama satış cirolarının (seçilecek dönemde acente sistemimiz kanalıyla yapılan toplam bilet satış tutarının günlük ortalaması) 15 katına eşit miktarda banka teminat mektubu sunmaları ve kendilerine bu tutarda cari hesap limiti tanımlanması** tarafımızca uygun görülmektedir.

İlave olarak, belirlenecek azami teminat mektubu tutarı 30/06/2023 tarihine kadar geçerli olacak olup, 01/07/2023 tarihinden başlayarak her 6 ayda bir, son 6 ay TÜFE ve ÜFE değişim oranları aritmetik ortalamasına göre güncellenecektir.

Obilet ve Biletall olarak birçok taşıyıcı firmaya günlük ve haftalık ödeme yapmakta olduğumuz malumunuzdur. Güncel 15 günlük ortalama ciroya denk gelecek şekilde belirlenecek azami banka teminat mektubu tutarına eşit cari hesap limiti uygulaması nedeniyle; Obilet ve Biletall tarafından online acentelerden tahsil edilecek tutarların vadesi, aslen Obilet ve Biletall'ın taşıyıcı firmalara yaptığı ortalama ödeme vadesinin çok üzerinde gerçekleşecektir. Bu durum Obilet ve Biletall üzerinde ciddi bir finansman yükü yaratacaktır.

Buna rağmen, online acentelerimizin banka ve işlem maliyetlerinin azalmasına yardımcı olmak adına bu yönde bir karar alınmıştır.

Diğer taraftan, banka teminat mektubuna bağlı cari hesap limiti uygulamasına geçmek zorunlu olmadığı gibi, bu hususta bankalarla olan ilişkilerinize ve bankadan tarafınıza tanımlanacak teminat mektubu üst limitine ilişkin sorumluluk tamamen tarafınıza ait olacaktır. Ayrıca, ilgili online acentelere tanımlanacak cari hesap limiti, banka teminat mektubu tutarıyla sınırlı olmayacak olup, ilave ön ödeme yapılması halinde ilaveten limit tanımlanması her zaman mümkün olacaktır.

...

... Obilet / Biletall'a ait sanal POS'larla işlem yapmak isteyen online acentelerimizin ön ödeme yapmasına veya tarafımıza banka teminat mektubu sunmasına gerek olmayacaktır.

Bilginize sunar, işbirliğimizin devamını dileriz.

**Obilet - Biletall Şirketler Grubu**

**Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş.**

**Biletal İç ve Dış Ticaret A.Ş."**

(310) Yukarıdaki bilgilendirme metni ile OBİLET, B2C'lere ikili çalışma şekli olduğu bilgisini vermekte, ilk çalışma şeklinde OBİLET'in sanal posunun kullanılması halinde herhangi bir teminat öngörülmemekte, ikinci çalışma şeklinde ise kendi sanal posunu kullanan B2C'lerin banka teminat mektubu sunarak ödeme periyodu içerisinde bir cari hesap limiti oluşturmaları gerekmekte, ilgili periyotta teminat tutarı aşıldığında ek ödemelerle ilave limit tanınmaktadır. Ancak OBİLET son dönemde "bazı online acentelerin artan bilet fiyatları ve Obilet-Biletall envanter birleştirmesi sayesinde artan satışları nedeniyle sıkça ön ödeme yapmak durumunda kaldıkları, bu nedenle banka ve işlem maliyetlerinin artmakta olduğu" hususunu öğrendiklerini, bu kapsamda teminat modelinde bir değişikliğe gittiğini ifade etmektedir.

(311) Söz konusu değişiklikle dosya kapsamında B2C olarak ifade edilen tarafların yanı sıra diğer BİLETALL çevrim içi acentelerine<sup>37</sup> de 1-31 Ekim dönemine ya da Kasım ayının

<sup>37</sup> Söz konusu çevrim içi acenteler, uçak veya otobüs bileti satışı yapan acentelerdir.

ilk yarısına ait günlük ortalama satış cirolarının 15 katına eşit miktarda banka teminat mektubu sunma ve kendilerine bu tutarda cari hesap limiti tanıma imkânı tanınmıştır. Belirlenecek azami teminat mektubu tutarı 30.06.2023 tarihine kadar geçerli olacak olup 01.07.2023 tarihinden başlayarak her altı ayda bir, son altı ay TÜFE ve ÜFE değişim oranları aritmetik ortalamasına göre güncellenecektir. Eskiden olduğu gibi, B2C yine banka teminat mektubu tutarıyla sınırlı bir cari hesap limitine bağlı olmayıp ek ödeme yapılması halinde B2C'ye ilave limit tanımlanması her zaman mümkün olacaktır.

(312) Ayrıca OBİLET yukarıda yer verilen 21.11.2022 tarihli bilgilendirme sonrasında,

(.....TİCARİ SIR.....)

“

(313) OBİLET yeni teminat uygulamasını sözleşmeye işleyerek B2C'lerin yeni uygulamadaki haklarını (artan teminat tutarı, tutarın altı ayda bir güncellenmesi) sözleşme hükmü ile garanti altına almıştır. Şikâyetçi mevcut durumda dilerse (.....) TL tutarında bir teminat mektubu verebilmekte, isterse bundan daha az bir miktarı karşılayan teminat mektubu sunabilmekte ve tutar 01.07.2023'ten başlamak üzere her altı ayda bir, son altı aya ait TÜFE ve ÜFE değişim oranlarının aritmetik ortalamasına göre güncellenmektedir.

(314) Yukarıda ayrıntılarıyla yer verilen süreçte özetle; OBİLET'in bir ilgisi bulunmadığı devralma öncesi dönemde BİLETALL ve şikâyetçi arasındaki (.....) tarihli sözleşmede belirlenen (.....)'lik teminat tutarı, ilk olarak (.....) TL'ye yükselmektedir. OBİLET'in devralmayı gerçekleştirmesinin hemen sonrasında şikâyetçi (.....) TL'lik yeni bir artırım talebinde bulunmakta, bu talebin (.....) TL'lik kısmı OBİLET tarafından kabul edilerek şikâyetçinin limiti toplamda (.....) TL'ye yükseltilmektedir. Ancak dosya kapsamında elde edilen bilgilerden şikâyetçinin bu (.....) TL'lik teminat hakkının tamamını kullanmadığı anlaşılmaktadır. Son olarak şikâyetçi (.....) yeni bir limit artırma talebinde bulunmuştur. Ancak süreçte şikâyetçi ne BİLETALL ne de OBİLET'ten teminat tutarının belirli aralıklarla güncellenmesine ilişkin bir talepte bulunmuştur. Diğer yandan OBİLET 24.11.2022 tarihinde teminat tutarını (.....) TL'ye yükseltmiş ve tutarın altı ayda bir revize edilmesine karar vermiş ve bu değişiklikleri sözleşmeye işlemiştir. Öte yandan yükseltile bedel şikâyetçinin neden (.....) TL'yi kullanmadığına ilişkin "...2021 yılında temmuz ve ağustos aylarında sırasıyla (.....) ve (.....) tutarında bilet satışı yaptığı, OBİLET tarafından sağlanan (.....) teminat tutarının yetersiz kalacağı" şeklindeki açıklamasında geçen 2021 Temmuz ve Ağustos aylarına ait bilet tutarının ötesindedir.

(315) Dolayısıyla OBİLET iddia edildiği şekilde şikâyetçinin teminat artırım taleplerini reddetmemiş, miktarın bir kısmını kabul etmiş, diğer yandan şikâyetçi ise kabul edilen teminat miktarını yetersiz bulduğu gerekçesiyle kendi kullanmamıştır. Konunun soruşturmaya dahil edilmesi sonrası ise OBİLET tarafından tutar artırılmış ve taraflar arasındaki sözleşmeye altı ayda bir güncelleme hükmü eklenmiştir.

(316) BİLETALL ile şikâyetçi arasında akdedilen sözleşme tarihinin (.....) olduğu dikkate alındığında ilgili yıldan şikâyetçinin teminat tutarının (.....) TL'ye yükseldiği 2021 yılı Eylül ayına kadar enflasyon endeksi ÜFE'ye göre 171,64, TÜFE'ye göre 141,63 olarak gerçekleşmiştir. İlgili enflasyon verileri dikkate alındığında, şikâyetçiye OBİLET tarafından sağlanan (.....) TL teminat tutarının, imzalanan sözleşmede belirlenen (.....) TL tutarın (.....) katına çıktığı ve enflasyon oranının üzerinde artış sağlandığı

görülmektedir. Bu veriler şikâyetçinin iddia ettiği şekilde OBİLET'in teminat tutarını sözleşmenin yürürlüğe girdiği tarihten bu yana oluşan enflasyon farkına göre revize etmediği iddiasını ortadan kaldırmaktadır. Kaldı ki (.....) kapsamında teminat tutarı (.....) TL olarak belirlenmiştir. (.....) tarihli sözleşmenin yürürlüğe girmesinden 2022 yılı Kasım ayına kadar enflasyon endeksi ÜFE'ye göre 465,46, TÜFE'ye göre 269,02 olarak gerçekleşmiş olup teminat tutarı bu oranların çok ötesinde artırılarak (.....) kat yükseltilmiştir.

- (317) Bu noktada değinilmesi gereken bir diğer husus ise; OBİLET'in yeni uygulaması ile ilgili olarak şikâyetçi tarafından kara yolu taşımacılığında mevsimselliğin etkisi vurgulanarak OBİLET tarafından teminat miktarının belirlenmesinde sonbahar ayları olan Ekim ve Kasım aylarının baz alınmasının hatalı olduğunun ileri sürülmüş olmasıdır. Şikâyetçi sonbahar-kış aylarında kara yolu taşımacılığının görece durgun seyrettiğini, yaz aylarında ise Ekim-Kasım ayı gerçekleştirmelerine göre güncellenen teminat tutarının yetersiz kalacağını düşünmektedir. Şikâyetçi bu görüşü ile bir bakıma hala teminat tutarının yeterince yükseltilmediği iddiasını sürdürmektedir.
- (318) Teminat tutarının artırılmaması veyahut yetersiz kalması B2C'lerin cari hesap limitlerini artırmak üzere ek ödeme yapmasını gerektirdiğinden bu durum kısa vadeli finansman kaynaklarına olan bağımlılıklarını artırmaktadır. B2C'ler açısından özellikle bilet satışlarında veyahut bilet fiyatlarında artış yaşandığı dönemlerde cari hesap limitinin sonuna yaklaşılması nedeniyle ek ödemelerde bulunmaları B2C'lerin ek bir finansal maliyet ile karşı karşıya kalmalarına neden olabilecektir. Bu çerçevede, teminat tutarının yetersiz olacak şekilde belirlenmesi B2C pazarındaki oyuncuların etkin şekilde rekabet etmesini güçleştirebilecektir. Aşağıda B2C'lerin, OBİLET'in BİLETALL'ı devraldığı tarih itibarıyla OBİLET'e aylık bazda hangi sıklıkta ödeme gerçekleştirdiğine ilişkin verilere yer verilmektedir<sup>38</sup>.

Grafik 1: B2C'lerin Aylık Bazda Gerçekleştirdiği Ödemeler<sup>39</sup>

(.....TİCARİ SİR.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (319) Grafik 1'de görüldüğü üzere; tatil dönemlerine denk gelen yaz ayları ile kış ayları arasında B2C'lerin aylık bazda gerçekleştirdikleri ödeme sıklığı arasında bir fark bulunmamaktadır. Bu bakımdan (.....) yukarıda kara yolu taşımacılığında

<sup>38</sup> B2C'lerin OBİLET'e iki farklı türde ödeme gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Bunlardan ilki B2C ile OBİLET arasında kurulan iş ilişkisi uyarınca; kendi posunu kullanan B2C'nin bilet satışlarından elde ettiği geliri (bilet bedellerini) taraflar arasında anlaşılan ödeme dönemi sonunda aktarmasına ilişkin ödemelerdir. İkincisi ise B2C'nin bahsedilen ödeme dönemi içerisinde OBİLET nezdinde cari hesap limitinin yetersiz kaldığı durumda gerçekleştirdiği ek ödemelerdir. Dosya kapsamında bilgi istenen B2Cler tarafından OBİLET'e gerçekleştirilen ödemelerin bu iki ödeme türü bakımından ayrıştırılması mümkün olmamıştır. Bu sebeple aşağıdaki grafikte B2C'lerin aylık bazda ödemelerinde her iki ödeme türü de yer almaktadır.

<sup>39</sup> (.....) ile OBİLET arasındaki iş akdinin diğer platformlardan farklılık arz ettiği tespit edilmiştir. Bu çerçevede platformlar tarafından OBİLET'e yapılan ödemelerin sıklığına ilişkin karşılaştırmalı analizde anlamlı bir veri oluşturamayacağından (.....) ait verilere tabloda yer verilmemiştir.

mevsimselliğin etkisinden bahsetse de bu etki ödeme sıklığına yansır gözükmemektedir. Dosya kapsamında taraflardan elde edilen bilgiler doğrultusunda (.....) 2022 yılı için (Kasım ayına kadar hesaplanan) ortalama ödeme sıklığı<sup>40</sup> (.....), (.....) ve (.....) gün olarak hesaplanmıştır. Bu verilere göre B2C'lerin gerçekleştirdikleri ortalama ödeme sıklığı büyük ölçüde benzeşmektedir. Öte yandan bahse konu ödeme sıklığı hesabında, B2C'lerin satışını gerçekleştirdikleri bilet bedellerine ilişkin ödeme dönemi sonunda yapmaları gereken rutin ödemeler de yer aldığından ödeme sıklığı verisinde bu hususun göz önünde bulundurularak bir değerlendirme yapılması gerekmektedir. Zira ilgili ödemeler, cari hesap limitini anlaşılan ödeme dönemi içerisinde artırmak amacıyla gerçekleştirilen ödemeler olmayıp cari hesap limitini artırmaya yönelik yapılan ve rekabetçi endişe yaratıp yaratmayacağı değerlendirilen ek ödemelerden farklı bir niteliktedir. Bu kapsamda bu rutin ödemelerin de ödeme sıklığı verisi içinde yer aldığı yukarıdaki sıklık verilerinin aksine, gerçekte B2C'lerin ek ödemelerini gün sayısı bakımından daha uzun aralıklarla gerçekleştirdikleri değerlendirilmektedir. Ancak daha uzun aralıklarla da olsa yine de B2C'lerin cari hesap limitlerine ilişkin ek ödemelerinin sıklığının rekabetçi bir endişe yaratıp yaratmadığı da incelenmelidir.

(320) B2C'ler tarafından OBİLET'e sıklıkla ek ödeme gerçekleştirildiği görülmekle birlikte, B2B faaliyeti kapsamında OBİLET'in B2C'lerden aldığı ödemeler bakımından taşıyıcı firmalara bilet satış komisyonunu düşükten sonra kalan bilet bedellerini ödemek zorundadır. Bu nedenle OBİLET'in taşıyıcı firmalara ne sıklıkla ödeme yaptığı da değerlendirme bakımından önem arz etmektedir. Bu kapsamda OBİLET'in toplam (.....)<sup>41</sup> otobüs firmasıyla çalıştığı, bu otobüs firmalarından;

- OBİLET'in 2022 yılı bilet satış geliri içinde %(.....) paya sahip (.....) gün içinde,
- %(.....)'lük paya sahip (.....) taşıyıcı firmaya (.....) gün içinde,
- %(.....)'lük paya sahip (.....) firmaya (.....) gün içinde,
- %(.....)'luk paya sahip (.....) firmaya ise (.....) gün içinde,

ödeme yapıldığı görülmektedir. İlâveten OBİLET'in 2022'nin ilk 10 ayı içerisinde toplamda (.....) otobüs firmasına (.....) kere erken ödeme gerçekleştirdiği, şikâyetçinin ise OBİLET'e 2022'nin ilk 11 ayı içerisinde toplamda (.....) kere erken ödeme yaptığı tespit edilmiştir.

(321) OBİLET'in yeni teminat limitleri öncesi dönemde gelirinin %(.....) bölümüne tekabül eden otobüs firmalarına (.....) gün içinde, %(.....) bölümüne (.....) gün içinde, %(.....) bölümüne ise (.....) gün içinde ödeme yaptığı görülmektedir. Buna karşın B2C'ler, OBİLET'e ortalama (.....) gün içinde ödeme gerçekleştirmişlerdir. Durum böyle iken şikâyetçi, ödeme sıklığını azaltmasına imkan sağlayacak ilave (.....) TL'lik limitini kullanmamıştır. OBİLET'ten elde edilen bilgilere göre, (.....) da kendine sağlanan teminat hakkını kullanmamıştır. Konuya ilişkin olarak OBİLET tarafından, (.....) ile imzalanan (.....) tarihli sözleşmede (.....) kendi talebiyle belirlediği (.....) TL tutarındaki teminat mektubunu OBİLET'e herhangi bir şekilde sunmadığı, ön ödemeli model ile çalıştığı ifade edilmiştir. Ayrıca (.....) BİLETALL ile imzaladığı (.....) tarihli sözleşmede teminat mektubu üst limitinin (.....) TL olarak belirlenmiş olmasına rağmen BİLETALL'a yalnız (.....) TL tutarında banka teminat mektubunu sunduğu belirtilmiştir. Dosya kapsamında elde edilen bilgilerden (.....) halen (.....) TL'lik teminat mektubu limiti hakkını kullanmadığı, (.....) TL'lik teminat mektubuna eşit tutardaki cari hesap limitini

<sup>40</sup> Ödeme sıklığı, ödemenin gerçekleştirildiği ay içindeki gün sayısının o ay içerisinde gerçekleştirilen toplam ödeme sayısına bölünmesiyle hesaplanmıştır.

<sup>41</sup> 30.11.2022 tarihinde Kurum kayıtlarına giren veriler dikkate alınmıştır.



aşması durumunda ise erken ödemeler yaptığı görülmektedir. Ayrıca konuya ilişkin olarak bilgisine başvuru diğer B2C'lerin de teminat mektubu limitlerini artırmaya yönelik herhangi bir talepleri bulunmadığı anlaşılmaktadır.

- (322) Bu noktada B2C'lerin kendilerine tanınan teminat mektubu limitlerini sonuna kadar veya hiç kullanmamalarının nedenleri sorgulanmalıdır. Söz konusu nedenler OBİLET ve şikâyetçi tarafından; ilgili B2C için bankalarda açılan kredi ve teminat mektubu hattının, B2C'nin diğer iş ilişkileri (hava yolu firmaları, diğer sağlayıcılar vb.) ve kredi kullanımları nedeniyle kısıtlı olması; dolayısıyla OBİLET'in sağlayacağı teminat mektubu limiti yüksek olsa dahi bu limitin hemen kullanılmasının mümkün olmaması, otobüs bileti satışlarındaki mevsimsellik sonucu ilgili hesap döneminde oluşacak toplam satış hacmine eş düzeyde temin edilecek banka teminat mektubu tutarlarının devamlı olarak artırılıp azaltılmasının belli bir külfet ve banka tarafında isteksizlik ve zorluk yaratmasından dolayı satışların tamamını karşılayacak düzeyde teminat mektubu sunulmasındansa teminat mektubu ile ön ödemeli modeli içeren hibrit modelin tercih edilmesi ve ilgili B2C'nin bilançosunda devamlı yer alacak bir yükümlülük kalemine yer vermek istenmemesi olarak sayılmıştır.
- (323) Teminat mektubu yoluyla karşı taraf riskinin bertaraf edildiği bir modelde B2C, her zaman yüksek bir teminat mektubu sağlama niyeti taşımayabilmektedir. Bir başka deyişle teminat miktarı bedelinin artırılması her durumda B2C için rekabetçi açıdan avantajlı olmamaktadır. B2C ek ödemeler yoluyla cari hesap limitini artırabildiği teminat mektuplu modeli kullanmayı tercih edebilmektedir. Nitekim devralma öncesi ve sonrası dönemde OBİLET/BİLETALL tarafından uygulanan sistem aynı olup ek ödemeler yoluyla cari hesap limitinin güncellenebildiği teminat mektubu modeli geçerliliğini korumaktadır.
- (324) Bununla birlikte, teminat mektubu modeliyle çalışmayı talep eden B2C'lere yönelik olarak 21.11.2022 tarihinde gönderilen e-postada belirtildiği üzere; OBİLET'in B2C'lerin temel teminat tutarlarını güncelleyerek satış kapasitelerini artırabilecekleri yeni bir model sunması, güncel teminat tutarının yetersiz olduğu ve artırılması gerektiğine ilişkin şikâyetlerinin ortadan kaldırılması yönünde uygun bir adım olarak kabul edilebilecektir.
- (325) Bu noktada ödeme sıklığının kısa vadeli finansman riski yarattığını düşünen B2C isterse daha yüksek bir teminat mektubu vererek ödeme sıklığını kendisi için uygun olan bir seviyeye getirebilecektir. (.....) TL teminat mektubu sunan ve 2022 yılı için on iki aylık ortalama ödeme sıklığı (.....) gün olarak gerçekleşen şikâyetçi açısından değerlendirildiğinde, teminat mektubu tutarının (.....) kat artırılması daha uzun sürelerde ödeme yapılmasına imkan verebilecektir. Ayrıca bedelin her altı ayda bir güncellenmesi de enflasyon karşısındaki durumlarını korumalarına imkân vermektedir.
- (326) Bununla birlikte şikâyetçi tarafından, artırılan teminat tutarının yetersiz olduğu ifade edilerek dinamik yapıya dayalı bir teminat modeli önerisinde bulunulmuştur. Şikâyetçi tarafından sunulan modelde, OBİLET tarafından belirlenen teminat tutarının, talebin yoğun olduğu dönemde daha üst miktarda belirlenmesi, talebin görece düşük olduğu dönemde ise daha az miktarda belirlenmesi şeklinde talep yoğunluğuna göre değişen bir teminat modeli önerilmiştir.
- (327) OBİLET, hâlihazırda önerdiği modelde, temel teminat tutarının üstünde ek ödeme imkânı tanıyarak B2C'lere herhangi bir sınırlama getirmemiştir. Bu bakımdan OBİLET'in B2C'lerin gerçekleşen satışlarını dikkate alması ve gelecek dönemde TÜFE-ÜFE değişim oranında güncelleme yaparak B2C'lerin potansiyel satışlarını engellemeyecek bir model sunması dolayısıyla mevcut yapıda B2C'lerin talep

yoğunluğuna uygun ödeme yapabilmesinin önünde bir engel bulunmadığı değerlendirilmektedir. Ayrıca B2C kendine tanınan limit içerisinde istediği miktarda teminat verebileceğinden kendi ihtiyaçlarına ve finansal risklerine göre belirleme yapabilecek durumdadır.

- (328) Öte yandan, dosya kapsamında B2C'ler ((.....)) ile bazı otobüs firmaları arasında bilet satışına ilişkin imzalanan sözleşmeler de elde edilmiştir. Bu sözleşmelerde (.....); B2C'ler ile ön ödemeli çalıştığını gösteren bazı sözleşme hükümleri yer almaktadır. Bu bakımdan otobüs firmalarının OBİLET'in sunduğu teminat mektubu mekanizmasını B2C'lere sunmadıkları, sadece ön ödemeli sistem ile çalıştıkları anlaşılmaktadır.
- (329) Son olarak OBİLET'in dünyada B2B hizmeti veren bazı teşebbüsler ile akdettiği sözleşmelerdeki teminat uygulamaları incelendiğinde, OBİLET'in dünyada taraf olduğu sözleşmelerin tamamında ön ödemeli modelin kullanıldığı, teminat mektubu sunma hakkının tanınmadığı anlaşılmaktadır.
- (330) OBİLET'in başka platformlarda satış gerçekleştirmek üzere Türkiye'de çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren B2B'ler ile akdettiği sözleşmelere ilişkin örnekler de incelendiğinde, geçerli modelin ön ödemeli model olduğu görülmektedir. OBİLET tarafından örnek olarak sunulan sözleşmelerin tamamında OBİLET'in satışlarının artması durumunda ön ödeme miktarının artırılacağı hüküm altına alınmıştır. OBİLET'in otel odası envanter verisi dağıtım faaliyeti yürüten (.....) ile imzalamak üzere hazırladığı taslak niteliğindeki sözleşmenin içeriğinden OBİLET'e teminat mektubuna bağlı cari hesap limiti sağlanmayacağı ve teminat mekanizmasının tamamen ön ödemelere bağlanacağı anlaşılmaktadır.
- (331) OBİLET ile otel envanter verisi dağıtım faaliyeti yürüten (.....) ((.....)) arasında akdedilen bir diğer sözleşmede ise sözleşmenin yürürlüğe girmesinin ön şartı olarak, OBİLET'in (.....) banka hesabına (.....) TL tutarında avans ödemesi yapması hüküm altına alınmıştır. Bu işlem sonucunda OBİLET'e satış ve rezervasyon limiti tanımlanacaktır.
- (332) OBİLET'in Türkiye'de ve dünyada taraf olduğu çeşitli sözleşmeler incelendiğinde temel teminat modelinin ön ödemeli model olduğu, teminat mektubuna dayalı modelin tercih edilmediği görülmektedir. Nitekim OBİLET seyahat sektöründe sıklıkla uygulanan teminat modelinin ön ödemeli model olduğunu dile getirmektedir.
- (333) Sonuç olarak OBİLET'in teminata ilişkin taleplere yanıt vermemek suretiyle rekabeti engellediği iddiasına ilişkin olarak, teşebbüsün teminat mektubu limitini artırma taleplerini reddetmediği, enflasyon oranlarının ötesinde artış yaptığı, 21.11.2022 tarihinde teminat sisteminde yaptığı değişikliklerle limitleri önemli ölçüde artırdığı, hatta enflasyona karşı limitlerin güncel kalmasını teminen altı ayda bir TÜFE ve ÜFE değişim oranları aritmetik ortalamasına göre artırılmasını öngördüğü ve son olarak B2C'lerin bazılarının belirlenen teminat miktarının tamamını kullanmadığı görülmektedir. Bu bakımdan mevcut iddia bakımından OBİLET'in 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği yönünde bir tespit yapılamaz değerlendirilmiştir.

#### **H.3.2.2.4. Altyapı Hizmetindeki Teknik Sorunlar ile Rakip Platform Faaliyetlerinin Zorlaştırıldığı İddiasına İlişkin Değerlendirme**

- (334) Soruşturma süreci devam ederken Kurum kayıtlarına intikal eden ve içerdiği bazı iddiaların mevcut dosya kapsamına eklenmesine karar verilen şikayet başvurusundaki iddialardan bir diğeri OBİLET tarafından sunulan altyapı hizmetinde sistem

yavaşlamaları ve sunucu gecikmeleri (*timeout*<sup>42</sup>) gibi sorunların yaşanması ancak şikâyetçinin başvurularına rağmen OBİLET'in ilgili tarafa teknik destek sağlamaması ve çözüm sürecini uzatmasıdır. Bu kapsamda B2C hizmeti pazarında faaliyet gösteren başvuru sahibi tarafından; OBİLET'in kendilerine sunduğu altyapıda bazı sorunlar yaşandığı, bu sorunlara ilişkin bildirimlere gecikmeli yanıtlar verildiği veya hiç dönüş yapılmadığı, geri dönüş sağlandığı hallerde ise jenerik cevaplar verilmek suretiyle sorunun çözümüne ilişkin detaylı açıklamalarda bulunulmadığı ve bu hataların makul süre içerisinde giderilmediği iddia edilmiştir. Ayrıca bilet satın almak isteyen tüketicinin herhangi bir sorun yaşaması durumunda doğrudan şikâyetçi platformu muhatap aldığı ve altyapıyı kendisi sağlamamış olmasına rağmen altyapıdan kaynaklanan sorunlara ilişkin maliyetlere de yine şikâyetçinin katlandığı ileri sürülmüştür.

(335) Bu kapsamda başvuru sahibiyle yapılan görüşmede;

- OBİLET'in sunduğu teknik hizmetlerde otobüs firmasının liste dışı kalması, *timeout* problemi ve 500 Hata Kodu<sup>43</sup> gibi çeşitli teknik sorunların yaşandığı,
- 500 hatası aldıkları otobüs firmalarının satışını gerçekleştiremedikleri zaman diliminde aynı otobüs firmalarının anlık olarak OBİLET üzerinde listelenmeye ve işlem görmeye devam ettiği,
- Şikâyete de konu edilen teknik sorunların, OBİLET'in ORS yazılımı ve BOSS yazılımı için kullandığı sunucuların farklı olmasından kaynaklı olabileceği,
- Sunucuların farklı olmasına ek olarak ilgili sorunun kendilerine hizmet veren BOSS yazılımının sunucusunun yeterli RAM ve CPU gibi donanım özelliklerine sahip olmamasından veya güncel yazılımlar ile desteklenmemesinden de kaynaklanabileceği, ancak OBİLET'in teknik altyapı üzerinde şikâyetçiyi olumsuz etkileyecek nitelikte bazı müdahalelerde de bulunuyor olabileceği,
- Servis sağlayıcı konumunda olması dolayısıyla teknik sorunu ancak OBİLET'in çözebileceği,
- Yaşanan teknik sıkıntıların OBİLET'ten dönüş gerçekleşinceye kadar geçen süre içerisinde kendiliğinden düzeldiği ancak söz konusu süre zarfında çok fazla müşteri kaybettikleri, sektörün ve işin doğası gereği süre konusunun çok önemli olduğu,
- OBİLET'in söz konusu eylemlerinin altyapı hizmetinin kullanımını dolaylı olarak engellemeye yönelik olduğu

hususları ifade edilmiştir.

(336) Başvuru sahibinin bir dijital platform olarak faaliyetlerini sürdürdüğü otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı pazarında tüketiciler, yaşanan teknik aksaklıklar nedeniyle çok kısa sürede satın alma taleplerini başka bir platforma yöneltebilmektedir. Böyle bir durumda teknik aksaklıkları gideremeyen, daha uzun sürede gideren ya da daha çok teknik aksaklığın ortaya çıktığı platformun satış hacminde düşüş yaşanacağı ve hatta platformun pazardan dışlanacağı endişesi doğmaktadır. Bu anlamda şikâyet başvurusuna konu edilen iddiaların teknik hizmet sunulmasında rakip platforma zorluk çıkarılması yoluyla rakibin faaliyetinin zorlaştırılması niteliği taşıyıp taşımadığının incelenmesi gerekmektedir.

<sup>42</sup> Timeout: internet kullanıcısının sunucuya gönderdiği bir isteğin sunucunun beklediği yanıt süresinden daha yüksek olması durumunda meydana gelen bir çeşit hata.

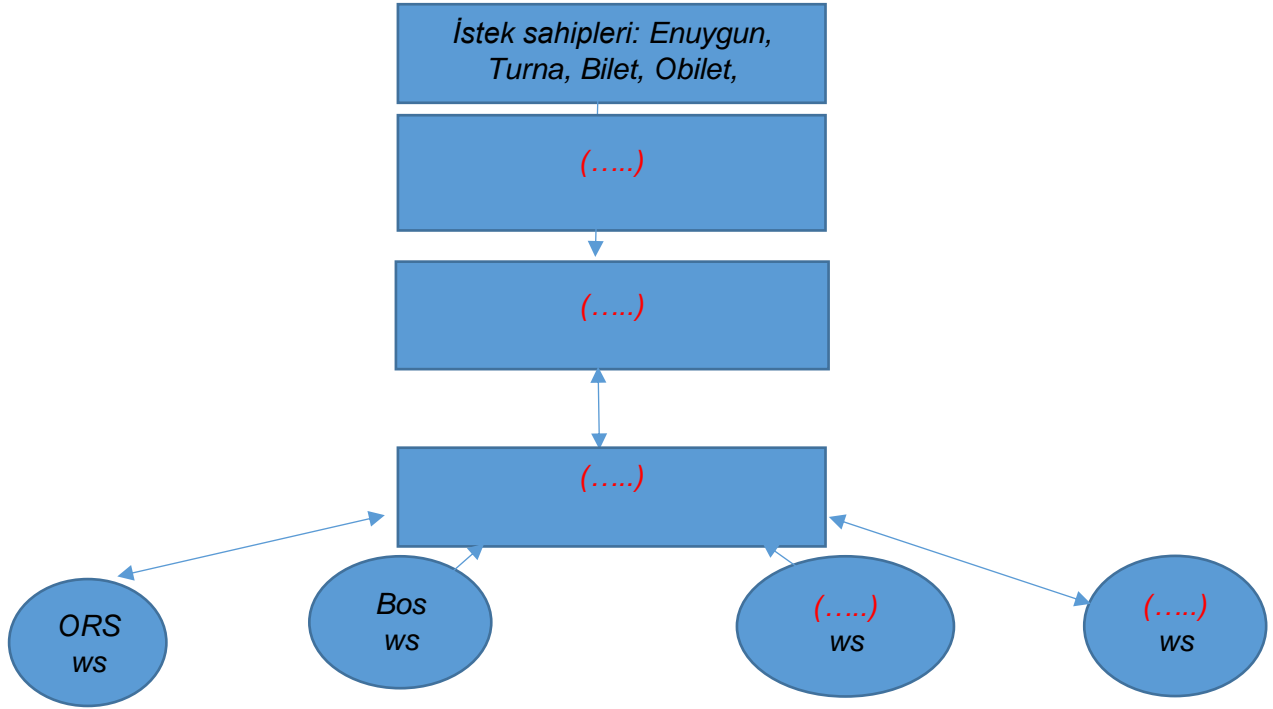
<sup>43</sup> 500 Hatası: Sunucu taraflı problemlerde tarayıcılar aracılığıyla kullanıcıya iletilen mesajlar.

- (337) Pazarın her seviyesinde faaliyet gösteren az sayıda teşebbüsten biri olan OBİLET, bilet satış işlemleri için gerekli olan bir girdi pazarı niteliğindeki biletleme yazılımı hizmeti, bir anlamda toptan pazar niteliği sergileyen B2B hizmeti ve yolculara perakende seviyesinde bilet satış işleminin gerçekleştirildiği B2C hizmeti faaliyetleri ile bilet satış pazarının tüm seviyelerinde faaliyet gösteren üç aşamalı dikey bütünleşik bir teşebbüstür. Dosya kapsamında bu başlık altında incelenen iddialar ise anılan teşebbüsün otobüs firmalarının verilerini dağıtım hizmetine ilişkindir. Söz konusu hizmet kapsamında OBİLET, şehirler arası otobüs firmalarının sefer verilerini bir portföy halinde (birden fazla otobüs firması, birden fazla sefer) toplulaştırmakta ve API'ler aracılığıyla B2C alanında faaliyet gösteren platformlar ile paylaşmaktadır. Bahse konu veriler, farklı veri kaynaklarından (doğrudan firmalara yapılan bağlantılar, (.....), (.....), (.....) gibi diğer IMS sağlayıcıların sistemlerine yapılan bağlantılar, OBİLET ve BİLETALL'in farklı sunucularına yapılan bağlantılardan) elde edilerek bir araya getirilmektedir. B2C pazarında faaliyet gösteren platformlar açısından bakıldığında ise sektörde farklı alternatifler bulunmakta olup platformlar B2B pazarında bulunan teşebbüslerden portföy halinde sefer verilerini satın alarak ve/veya doğrudan otobüs firması ile bilet satış anlaşması akdederek biletleme yazılımı firmasının API hizmeti ile bilet satışlarını gerçekleştirebilmektedir.
- (338) B2C hizmeti pazarında faaliyet gösteren başvuru sahibi ile OBİLET arasındaki ilişki incelendiğinde ise, OBİLET'in otobüs firmalarına ait verileri toplu olarak şikâyetçiye aktardığı ve bu hizmet karşılığında taraflar arasında gelir paylaşım modelinin uygulandığı görülmektedir. Mevcut ilişki kapsamında altyapı kaynaklı/teknik bir problem yaşanması halinde şikâyetçi, sorunun çözümü için biletleme yazılımı hizmeti sağlayıcısı OBİLET ile iletişime geçmektedir. Öte yandan başvuru sahibinin internet sitesi veya uygulaması üzerinden bilet satın alma işlemini gerçekleştiren bir tüketici, sorun yaşaması durumunda başvuru sahibini muhatap almaktadır. Dosya kapsamında edinilen bilgilerden, teknik sorunlarla karşı karşıya kalınması durumunda platformun bu sorunu OBİLET/BİLETALL'in teknik destek sistemine bildirim (*ticket*<sup>44</sup>) yoluyla iletildiği, söz konusu bildirimde sorunun türüne ve zamanına ilişkin bilgilerin yer aldığı anlaşılmaktadır. Nitekim şikâyetçi de OBİLET'in sunduğu teknik hizmetlerde çeşitli sorunların yaşandığı, sorunlara ilişkin bildirimlere jenerik cevaplardan oluşan gecikmeli yanıtlar verildiği veya hiç dönüş yapılmadığı iddia edilmiş, söz konusu sorunların donanımsal ve yazılımsal yetersizliklerden veya OBİLET'in teknik altyapı üzerinde şikâyetçiyi olumsuz etkileyecek nitelikte bazı müdahalelerde bulunmasından kaynaklanıyor olabileceği ifade edilmiştir.
- (339) Bu çerçevede, anılan iddialara ilişkin olarak 29.11.2022'de soruşturma tarafı OBİLET'in BİLETALL markası altında altyapı hizmetini yürüttüğü Kayseri'deki merkezinde yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. Yapılan incelemede dosya kapsamına eklenen şikâyetteki iddialara ilişkin olarak teşebbüs çalışanlarının yazışmaları incelenmiş, ayrıca teşebbüsün altyapısına ve yazılım kodlarına ilişkin teknik inceleme gerçekleştirilmiştir. Söz konusu teknik inceleme neticesinde tespit edilen hususlara aşağıda yer verilmektedir:

---

<sup>44</sup> Ticket: Ürün ya da hizmet kullanıcısının üründen sorumlu teşebbüse destek taleplerini çevrim içi ortamda yazılı biçimde iletmesini sağlayan yöntem.

"Ws.biletall.com adresinin işleyişinin aşağıdaki gibi olduğu ifade edilmiştir.



(.....).

Web servis hizmetinin verildiği sunucuların (.....) tutulduğu, işletim sisteminin (.....) olduğu ve donanımsal olarak (.....) disk kapasitesine sahip olduğu görülmüştür. Bahse konu sunucunun iç IP'sinin (.....) ve dış IP'sinin (.....) olduğu ifade edilmiştir.

Teşebbüsler tarafından yapılan web servis isteklerinin ilk olarak (.....) geldiği ve burada (.....)<sup>45</sup>, (.....)<sup>46</sup> güvenlik önlemlerinden ve (.....)<sup>47</sup> güvenlik cihazından geçtikten sonra isteklerin kendi güvenlik duvarları (.....)<sup>48</sup> üzerinden geçtiği bildirilmiştir. Yapılan incelemelerde güvenlik duvarı üzerinde IP ya da domain bazlı herhangi bir kural kısıtı görülmemiş ve WAN (Wide area network-dış ağ) üzerinden gelen istekler için yazılan "(.....)" kuralında herhangi bir kaynak kısıtlaması görülmemiş olup kural politikasında kaynak adresinin "all" olarak girildiği tespit edilmiştir (Belge1). Ayrıca "(.....)" üzerinden yapılan isteklerin (.....) bulunan (.....) üzerinden geçtiği için kendi yönetimlerinde olan (.....) isteklerin bu IP (WAF IP adresi (.....)) üzerinde yapıldığı ve arka planda istek yapan gerçek IP'lerin güvenlik duvarı üzerinden geçen trafikte log'lanmadığı görülmüştür (Belge2). Kaynak adresi olarak görülen çok az sayıdaki farklı IP'nin istekleri web servis hizmetini veren sunucunun gerçek IP'si ile yaptığı zaman güvenlik duvarı üzerinde log'landığı ancak bu isteklere başarılı sonuç dönülmediği ve sayfa içeriğinin listelenmediği ifade edilmiştir.

Devir sonrası performans iyileştirmeye yönelik sorulara cevap olarak, satın almadan sonra da bant genişliği artırma işlemi yapıldığı ek olarak log alt yapısının daha hızlı bir sistem olan Kibana'ya geçirildiği belirtilmiştir.

Bir şikayet geldiğinde nasıl reaksiyon alındığı sorulduğunda, önce sorunun kaynağını log incelemesi ile tespit ettikleri, ardından sorun nereden kaynaklanıyorsa ilgili tarafa sorunu bildirme şeklinde bir yol izledikleri ifade edilmiştir. Bu tarafların kendi kontrollerinde olan (.....) gibi iç kaynaklardan ya da kendi kontrolünde olmayan dış kaynaklardan sağlanan hizmetler ( metrows, mydataws vb.) kapsamında olabileceği ve sorunun çözümü için ilgililere iletildiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda Temmuz-Eylül 2022 dönemi için 500 hatası alınan işlemlerde sorunun kimden kaynaklı olduğunu gösterir ekteki belge alınmıştır (Belge 3).

45 (.....)

46 (.....)

47 (.....)

48 (.....)

Hizmet verilen müşterilerin istek sayıları ile aldıkları ortalama yanıt sürelerine ilişkin teşebbüsün içeride kullandığı Kibana aracı üzerinden aşağıdaki tablolardaki bilgiler elde edilmiştir:

**Servis bağımsız ortalama tüm servisler için (Sefer sorgula-koltuk planı getir vs.) Temmuz 2022**

Hizmet Verilen Site	Ortalama İstek Sayısı	Ortalama Yanıt Süresi (ms)	Tarih Aralığı
Bilet.com	(.....)	(.....)	Temmuz 2022
Nereden Nereye	(.....)	(.....)	Temmuz 2022
Enuygun	(.....)	(.....)	Temmuz 2022
Obilet	(.....)	(.....)	Temmuz 2022

**Servis bağımsız ortalama tüm servisler için 1-20 Ekim 2022<sup>49</sup>**

Hizmet Verilen Site	Ortalama İstek Sayısı	Ortalama Yanıt Süresi (ms)	Tarih Aralığı
Bilet.com	(.....)	(.....)	1-20 Ekim 2022
Nereden Nereye	(.....)	(.....)	1-20 Ekim 2022
Enuygun	(.....)	(.....)	1-20 Ekim 2022
Obilet	(.....)	(.....)	1-20 Ekim 2022

Ayrıca Postman aracı üzerinden servis talebi yapan müşteriler gibi davranan xml'ler<sup>50</sup> ile anlık yapılan ardışık dört servis sorgusunun dönüş sürelerinin aşağıdaki gibi olduğu tespit edilmiştir:

Enuygun (.....) ms.

Obilet: (.....) ms.

Bilet.com: (.....) ms.

Enuygun için daha sonra yapılan isteklerde de (.....) ms. civarı dönüş süresi olduğu görülmüştür.

Servise cevap veren yazılım incelendiğinde ise Enuygun, Turna ya da bilet.com'a yönelik herhangi bir kısıtlamanın olduğu tespit edilememiştir."

- (340) Yerinde incelemede tespit olunduğu üzere; OBİLET'in alt katmanda ORS, BOSS, (.....), (.....) gibi birçok web servis hizmeti sağlayıcısı ile entegre olduğu, bu sağlayıcılardan elde ettiği verileri bilet satış platformları ile paylaştığı görülmektedir. İlgili süreç incelendiğinde; platformlar tarafından yapılan web servis isteklerinin ilk olarak (.....) geldiği ve burada (.....), (.....) güvenlik önlemlerinden ve (.....) güvenlik cihazından geçtiği, daha sonra ise BİLETALL'a ait olan (.....) üzerinden geçtiği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede söz konusu sürecin tüm istekler bakımından herhangi bir ayırım olmaksızın işlendiği ve tüm isteklerin aynı aşamalardan geçtiği görülmektedir. Ayrıca BİLETALL'a ait güvenlik duvarı üzerinde IP ya da domain bazlı herhangi bir kural kısıtı bulunmadığı, gelen istekler için yazılan "(.....)" kuralında gelen kaynağa göre kısıtlama sonucunu doğurucu nitelikte herhangi bir kaynak kısıtlaması olmadığı ve kural politikasında kaynak adresinin tüm istekleri kapsayacak şekilde "all" olarak girildiği anlaşılmaktadır. Nitekim OBİLET'e ulaşan isteklerin çok büyük bir bölümü<sup>51</sup> OBİLET'in sisteminde (.....)

<sup>49</sup> 20 Ekim 2022'den sonra kriterler değiştiğinden değerlendirmeye esas olarak ilgili aralık alınmıştır.

<sup>50</sup> XML: Kullanıcı ve bilgi işlem sistemleri tarafından okunabilecek dokümanlar oluşturmaya yarayan bir işaretleme dilinin adıdır. Farklı sistemler arasında veri alışverişini yapmaya yarayan bir ara format görevi de görmektedir. Somut olayda otobüs firmalarının sefer verileri B2C'lere XML kodları ile sunulmaktadır.

<sup>51</sup> Yerinde incelemede, OBİLET/BİLETALL platformunun istek sahibi olduğu senaryoda daha avantajlı bir sürecin işleyip işlemediği de incelenmiş ve teşebbüs yetkililerine özel olarak tanımlanmış bir IP listesinin bulunup bulunmadığı sorulmuştur. Sunulan belgelerde, kaynak adresi olarak görülen çok az sayıda farklı IP'lerin istekleri web servis hizmetini veren sunucunun gerçek IP'si ile yaptığı zaman güvenlik duvarı üzerinde log'landığı ancak bu isteklere başarılı sonuç dönülmediği ve sayfa içeriğinin listelenmediği tespit edilmiştir. Bu durumun, ilgili sayfaya IP adresi (.....) yapılan istekler (.....) donanımı/yazılımı üzerinde bulunan güvenlik profilleri uygulanmadan sunucuya ulaşabildiği için, hizmet veren web servisin web uygulama zafiyetlerine karşı oluşturulmuş bir koruma mekanizması olduğu

bulunan WAF IP adresi (.....) üzerinden gelmiş görünmekte, arka planda istek yapan gerçek IP'lere ilişkin bilgi ise OBİLET kayıtlarında bulunmamaktadır. Bu kapsamda OBİLET'in istek sahibinin/kaynağın kim olduğunu görüntüleyebilmesi ve iddia olduğu üzere şikâyetçiyi olumsuz etkileyecek nitelikte bazı müdahalelerde bulunabilmesi için her bir istek bakımından (.....) başvuruda bulunup bilgi alması gerekmektedir. Dolayısıyla binlerce isteğin söz konusu olduğu böyle bir ekosistemde, her bir isteğe yönelik sorgulama davranışının gerçekleştirilmesinin, gerek zaman gerekse işlem maliyeti bakımından rasyonel olmayacağı değerlendirilmektedir.

- (341) Buna ek olarak yerinde incelemede teşebbüs çalışanlarına ait iç yazışmalar ile OBİLET ve B2B hizmeti sağladığı platformlar arasındaki yazışmalar da incelenmiş, OBİLET'in teknik altyapı üzerinde müdahale ettiğine dair herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşılamamıştır. Aksine OBİLET'in teknik aksaklıkların çözümü için çaba sarf ettiğini ortaya koyar nitelikte bazı yazışmalar elde edilmiştir. Örneğin; OBİLET çalışanları arasında gerçekleşen 08.08.2022 tarihli belgede geçen "Abi Selam, (.....) timeout hatası alıyormuş, sorun bizden mi kontrol edebilir miyiz?", "Abi selam belli bir işlem özelinde mi alınıyormuş yoksa direk servis erişiminde mi timeout alınıyormuş? Kendilerine sorabilir misin?" ifadelerinden ve 31.10.2022-01.11.2022 tarihleri arasında OBİLET çalışanı ile (.....) çalışanı arasında gerçekleşen "Re: Otobüs Koltuk Kontrol Servisi" konulu e-posta yazışmasındaki "Yukarıda bahsettiğiniz durum her zaman mı gerçekleşiyor? Yukarıdaki bahsettiğiniz husus ödeme sayfasına gittiğinizde ve ödeme işlemi gerçekleştirmediğinizde, sizden önce başka bir kişi aynı koltuğu satın almış ise bu durum meydana gelebilir. Bu durum sürekli meydana geliyor ise bizlerle istek ve cevap xml bilgilerini paylaşabilir misiniz?" ifadelerinden OBİLET'in teknik sorunları çözmeye yönelik bir yaklaşım içerisinde bulunduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca 12.10.2021 tarihinde servis erişim sorunu yaşayan şikâyetçinin durumu OBİLET'e bildirmesinin akabinde OBİLET çalışanlarının şikâyetçiye aynı gün içerisinde dönüş yaptığı, sorunun detaylarına ilişkin bilgi talep ettiği ve elde ettiği bilgileri (.....) ile paylaşarak soruna çözüm aradığı görülmektedir. OBİLET çalışanı tarafından (.....) gönderilen aynı tarihli e-postadaki "...Ayrıca bu tip hatayı alanları görebileceğimiz bir sorgu var mıdır? Başka bize geri dönüş yapmayan olabilir." ifadelerinden ise OBİLET'in sistemde genel bir sorun olup olmadığını anlamaya çalıştığı ve diğer acentelerin de sorun yaşama ihtimalini göz önünde bulundurduğu anlaşılmaktadır. Benzer şekilde 14.10.2022 tarihli yerinde incelemede elde edilen, (.....)'nin yaşadığı bir soruna ilişkin olarak OBİLET çalışanları arasında gerçekleşen 17.09.2020 tarihli yazışmada da "Karşılıklı iletişimle incelemeye ilerleyebiliriz. Cache de olmayan seferler için gecikme süreci olacaktır. Ancak aynı seferleri tekrar çektiklerinde (servislerde yaşanan bir sorun yoksa) yavaşlık olmaması gerekir. Yavaşlık cache de olmama durumuna göre (.....), Bos, (.....) kaynaklı olabilir. Yoğunluk olduğunda seferler yavaşlamayacak aksine hızlanacaktır. Kendimize ayırdığımız kaynaklarla (.....) ayırdığımız kaynaklar arasında fark bulunmamaktadır... Hangi istekde, hangi cevabı, hangi zaman diliminde alamamışlar daha net bilgilere ihtiyacımız var..." ifadelerinin yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla, gerçekleştirilen yerinde incelemelerde OBİLET'in teknik altyapı üzerinde kötü niyetli müdahalelerde bulunduğu dair herhangi bir belgeye ulaşılamamış, alınan bazı belgelerin ise aksini gösterir nitelikte olduğu anlaşılmıştır.

---

anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sınırlı sayıda IP tarafından gönderilen isteklerin (.....) geçmeksizin doğrudan BİLETALL sistemine geldiği görülmekle birlikte bu isteklere güvenlik gerekçesiyle başarılı sonuç dönülmediği ve sayfa içeriği görüntülenmediği için bu durumun dosya bakımından herhangi bir şüphe doğurmayacağı değerlendirilmektedir.

- (342) Bunun yanı sıra OBİLET/BİLETALL'ın web servis hizmeti verdiği (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda "...Geçmiş zamanlarda BİLETALL bize e-posta göndererek serverlarına bizden çok fazla sunucu isteği gidiyor diyerek bizden kontrol etmemizi istemişti. Hatta bize, bizim sistemlerimizde onlardan kaynaklı oluşan belli başlı hataları ve çözüm yolları ile ilgili bilgi de göndermişlerdi." hususları ifade edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüsten söz konusu bilgilendirmeye ilişkin belgeleri sunması talep edilmiştir. Teşebbüs tarafından Kuruma sunulan ve OBİLET/BİLETALL tarafından (.....)'ye 27.01.2020'de gönderildiği anlaşılan e-postada "...Daha önce aynı konu ile ilgili size bir bildirimimiz olmuştu ve muhtemelen yaptığınız düzeltme ile bu sorun ortadan kalkmıştı...Sizden gelen anlık istek sayılarında yine problem yaşamaya başladık. Durum ile ilgili bizim tarafta tedbir alacağız ancak organik isteklerde problem yaşamamızdan endişe ediyoruz. Sizden ricamız yaptığınız geliştirmeleri loglarınızdan yukarı verdiğimiz tarih bilgilerine göre kontrol etmeniz ve gerekli tedbirleri almanızdır." ifadelerinin yer aldığı görülmektedir. İlgili belgede yer alan ifadelerden BİLETALL'ın devralma işleminden önceki dönemde, hizmet kalitesini etkileyecek sorunların çözümü için (.....) ile zaman zaman iletişime geçtiği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede Biletall devralması öncesinde mevcut olduğu anlaşılan, çözüm üretmeye yönelik yaklaşımın teşebbüs tarafından devralma sonrasında da sürdürüldüğü değerlendirilmektedir.
- (343) Şikâyet başvurusuna konu edilen bir diğer husus ise şikâyetçinin hizmet aldığı BOSS yazılımının sunucusunun yeterli RAM ve CPU gibi donanım özelliklerine sahip olmadığı veya güncel yazılımlar ile desteklenmediği iddiasıdır. Bu çerçevede yerinde incelemede BOSS yazılımının donanım ve yazılım özellikleri de incelenmiş ve konuya ilişkin olarak teşebbüsün bilgisine başvurulmuştur. Bu kapsamda teşebbüs yetkililerince, Biletall devralmasından sonraki süreçte, teşebbüs tarafından sağlanan altyapıya yönelik performans iyileştirmesi adına bant genişliği artırma işlemi yapıldığı, buna ek olarak log altyapısı için daha hızlı bir sistem olan Kibana'ya geçildiği belirtilmiştir. Ayrıca konuya ilişkin olarak, teşebbüs tarafından sunulan yazılı savunmada, OBİLET'e ait bilet satış platformlarının 2022 yılının Temmuz ve Ağustos aylarını kapsayacak şekilde yurt dışı kaynaklı düzenli saldırılarla karşı karşıya kaldığı, sistematik bir nitelik kazanmaya başlayan bu saldırılar karşısında OBİLET'in ciddi bir yatırım yaparak DDOs koruması ve güvenlik ürünlerini tedarik ettiği ve ekstra güvenlik katmanı olarak sistemine entegre ettiği ifade edilmiştir. Söz konusu dış kaynaklı risklere karşı korunma amacıyla sistemlere eklenen (.....) ve (.....) hizmetlerinin bütün olarak hem obilet.com ve biletall.com B2C satış kanallarının hem de gerek OBİLET ve BİLETALL tarafından gerekse de dağıtım/web servis hizmeti sunulan diğer çevrim içi biletleme platformları tarafından kullanılan API katmanlarının güvenliğini sağladığı, bu kapsamda, yapılan düzenlemeler ve alınan ek hizmetler sonrasında diğer platformlara verilen hizmetlerin OBİLET/BİLETALL sistemlerine karşı gerçekleştirilen dış kaynaklı saldırı vb. risklere karşı dayanıklılığının ve devamlılığının arttığı belirtilmiştir. Dosya kapsamında elde edilen tüm bu bilgi ve belgeler incelendiğinde, OBİLET'in kasıtlı olarak yetersiz altyapı ile hizmet sunduğu iddialarına ilişkin herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşılmadığı, aksine teşebbüsün sağladığı hizmet için birtakım altyapı geliştirmeleri ve sistem iyileştirmeleri gerçekleştirdiği değerlendirilmektedir.
- (344) Dosya konusu iddialara ilişkin değerlendirmede göz önünde bulundurulması gereken bir diğer husus ise teknik sorunların kaynağına ilişkindir. Şikâyetçi tarafından; XML kodlarını sağlayan konumunda olması dolayısıyla teknik sorunları ancak OBİLET'in çözebileceği, ancak teşebbüsün sorunların çözümü konusunda şikâyetçiye teknik destek sağlamadığı ve çözüm sürecini uzattığı ifade edilmektedir. OBİLET'in B2B faaliyetleri kapsamındaki çalışma sistemi incelendiğinde teşebbüsün farklı veri



kaynaklarından (doğrudan firmalara yapılan bağlantılar, diğer IMS sağlayıcıların sistemlerine yapılan bağlantılar, OBİLET ve BİLETALL'ın farklı sunucularına yapılan bağlantılar) elde ettiği verileri toplulaştırdığı ve API'ler aracılığıyla bilet satış platformları ile paylaştığı görülmektedir. Her ne kadar OBİLET ile şikâyetçi platform arasındaki ilişki kapsamında, yaşanan tüm teknik sorunlar şikâyetçi nezdinde OBİLET kaynaklı gibi görünse de bu sorunların bir bölümü OBİLET'in verileri aldığı diğer biletleme yazılımı sağlayıcılarından da kaynaklanabilmektedir. Yapılan yerinde incelemede de bu duruma ilişkin olarak sorunların OBİLET'in kontrolünde olan bosws gibi iç kaynaklardan ya da teşebbüsün kontrolünde olmayan dış kaynaklardan ((.....), (.....) vb.) kaynaklanabileceği ve sorunun çözümü için gerekli bilgilerin ilgililere iletilindiği ifade edilmiş ve bu kapsamda 2022 yılı Temmuz-Eylül dönemi için 500 hatası alınan işlemlerde sorunun kaynağını gösterir nitelikte belge alınmıştır. Nitekim ilgili belge incelendiğinde teknik sorunların zaman zaman (.....), (.....), (.....) gibi diğer sağlayıcılardan da kaynaklanabildiği görülmektedir. Ayrıca yerinde incelemede elde edilen, 17.09.2020 tarihli belgede geçen, "Karşılıklı iletişimle incelemeye ilerleyebiliriz. Cache de olmayan seferler için gecikme süreci olacaktır. Ancak aynı seferleri tekrar yaptıklarında (servislerde yaşanan bir sorun yoksa) yavaşlık olmaması gerekir. Yavaşlık cache de olmama durumuna göre (.....), Bos, (.....) kaynaklı olabilir..." ifadelerinin de bu hususu desteklediği değerlendirilmektedir.

- (345) Yerinde incelemede, OBİLET'in hizmet sağladığı platformların istek sayıları ile aldıkları ortalama yanıt sürelerine ilişkin olarak aşağıdaki tablolardaki bilgiler elde edilmiştir:

Tablo 15: Servis Bağımsız Ortalama Tüm Servisler İçin (sefer sorgula-koltuk planı getir vs.)

Hizmet Verilen Site	Ortalama İstek Sayısı	Ortalama Yanıt Süresi (ms)	Tarih Aralığı
BİLET.COM	(.....)	(.....)	Temmuz 2022
NEREDENNEREYE	(.....)	(.....)	Temmuz 2022
ENUYGUN	(.....)	(.....)	Temmuz 2022
OBİLET	(.....)	(.....)	Temmuz 2022

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

Tablo 16: Servis Bağımsız Ortalama Tüm Servisler İçin (sefer sorgula-koltuk planı getir vs.)

Hizmet Verilen Site	Ortalama İstek Sayısı	Ortalama Yanıt Süresi (ms)	Tarih Aralığı <sup>52</sup>
BİLET.COM	(.....)	(.....)	1-20 Ekim 2022
NEREDENNEREYE	(.....)	(.....)	1-20 Ekim 2022
ENUYGUN	(.....)	(.....)	1-20 Ekim 2022
OBİLET	(.....)	(.....)	1-20 Ekim 2022

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (346) Tablo 15'te BİLETALL servisinin veri sağladığı platformların ortalama istek sayıları ve ortalama yanıt sürelerine yer verilmektedir. İlgili tabloya göre; 2022 yılının Temmuz ayında; en hızlı yanıt alan platform (.....) ms ortalama yanıt süresi ile (.....) olmuş; onu sırasıyla (.....) takip etmiştir. İlgili dönemde (.....) ortalama istek adedi ile en düşük, (.....) ise (.....) ortalama istek adedi ile en yüksek ortalama istek sayısına sahip olması dikkat çekmektedir. Ayrıca OBİLET'ten gelen isteklerin yanıtlanma süresi ile rakip platformlar (.....) gelen isteklerin yanıtlanma süresinin birbirine oldukça yakın olduğu görülmektedir. İlgili tablodan BİLETALL sunucusundan en geç yanıt alan platformun (.....) olduğu anlaşılmalı birlikte; (.....) istek sayısı bakımından ilk sırada bulunduğu, ikinci sıradaki OBİLET'ten yaklaşık (.....) kat daha fazla; (.....) ile benzer ortalama yanıt süresine sahip (.....) ise tam (.....) kat daha fazla istek sayısının olduğu görülmektedir. Dolayısıyla istek sayıları ve ortalama yanıt süreleri birlikte değerlendirildiğinde (.....) isteklerinin yanıtlanma süresinin makul bulunmaktadır. Nitekim ilgili verilerden, OBİLET'in ortalama yanıt alma süresinin rakipleri ile benzer olduğu, hatta (.....)

<sup>52</sup> 20 Ekim 2022'den sonra kriterler değiştiğinden değerlendirmeye esas olarak ilgili aralık alınmıştır.

OBİLET'e nazaran çok daha hızlı yanıt aldığı anlaşılmaktadır. 1-20 Ekim 2022 dönemini kapsayan Tablo 16'da yer alan verilerin ise Tablo 15'e benzer şekilde seyrettiği görülmekle birlikte, ilgili dönemde en fazla istek sayısına sahip (.....), OBİLET'in yaklaşık (.....) oranında bir yanıt süresine sahip olması dikkat çekmektedir.

(347) Bunun yanı sıra yerinde incelemede servis dönüş süreleri için de bir inceleme yapılmış, servis talebinde bulunan müşteri platformlar gibi davranan XML'ler ile anlık olarak ardışık dört servis sorgusu ile deneme gerçekleştirilmiştir. İlgili dönüş sürelerinin aşağıdaki gibi olduğu tespit edilmiştir:

- ENUYGUN: (.....) ms.
- OBİLET: (.....) ms.
- BİLET.COM: (.....) ms.
- ENUYGUN için daha sonra yapılan isteklerde: yaklaşık (.....) ms.

(348) İlgili süreler incelendiğinde, üç platformun sürelerinin benzer olduğu, dolayısıyla herhangi bir tarafın dezavantajlı bir konumda olduğunu gösteren herhangi bir bulgunun olmadığı değerlendirilmektedir.

(349) OBİLET ve hizmet sağladığı platformlardan, BİLETALL'dan alınan servis üzerinden satılan bilet adedi ile gerçekleşen hata sayısına ilişkin bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda OBİLET tarafından gönderilen cevabi yazıda BİLETALL web servisi üzerinden gerçekleşen başarılı ve hatalı işlem sayılarına ve hata oranlarına ilişkin verilere yer verilmiştir. İlgili veriler incelendiğinde BİLETALL web servisi aracılığıyla bilet satışı gerçekleştiren ilk beş platform ENUYGUN, OBİLET<sup>53</sup>, BİLET.COM, NEREDENNEREYE ve TURNA'nın 2022 yılı<sup>54</sup> hata oranlarının sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bu çerçevede en fazla işlem sayısına sahip (.....) platformunun hata oranının en düşük oranlardan biri olduğu, hatta servis sağlayıcı OBİLET/BİLETALL'ın kendi platformu obilet.com'dan da daha düşük bir hata yüzdesine sahip olduğu anlaşılmaktadır.

(350) Öte yandan bazı platformlardan<sup>55</sup> elde edilen bilgiler doğrultusunda; ENUYGUN'un, NEREDENNEREYE'nin ve BİLET.COM'un hata oranları hesaplanmış, ilgili oranların sırasıyla %(.....), %(.....)<sup>56</sup> ve %(.....) olarak gerçekleştiği görülmüştür<sup>57</sup>.

<sup>53</sup> Teşebbüs tarafından gönderilen cevabi yazıda, obilet.com'un, BİLETALL web servisinden yalnızca uçak bileti verilerini aldığı, otobüs bileti verileri için OBİLET'in uhdesinde bulunan BOS sunucularından doğrudan veri çekerek işlem yaptığı, ilgili oranın BİLETALL web servisi üzerinden gerçekleştirdiği uçak biletlemesi işlemlerine ilişkin olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte, hata oranlarına ilişkin yapılan değerlendirmede, OBİLET'in uçak bileti satış işlemindeki hata oranının otobüs bileti için referans olarak kabul edilebileceği değerlendirilmiştir.

<sup>54</sup> Teşebbüs tarafından gönderilen cevabi yazıda, prosedür olarak, başarılı işlemlerin log'larının uzun vadeli olarak saklanmadığı, başarısız işlemlerle ilgili olarak ise hata bildirimlerinde dikkate alınması amacıyla saklanma süresinin (.....) gün olarak belirlendiği, 2022 yılının Haziran ve Temmuz aylarına ilişkin kayıtlar ile, yakın döneme ilişkin olarak 2022 Kasım ve Aralık aylarına ilişkin hata kayıtlarının (.....) günlük silinme kuralına tabi tutulmadığı ifade edilmiştir. Bu çerçevede ilgili hata oranları 2022 yılının Haziran, Temmuz, Kasım ve Aralık aylarının ortalamasını yansıtmaktadır.

<sup>55</sup> (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda, bilet satışı işlemi esnasında zaman zaman hata alındığı ancak kaç adet hata olduğu hususunda veri tutulmadığı ifade edilmektedir.

<sup>56</sup> (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda, BİLETALL API'si aracılığıyla satılan biletlerde gerçekleşen hata sayısına ilişkin olarak "rezervasyon hataları" ve "işlem hataları" olmak üzere ikili bir ayırım yapıldığı görülmektedir.

<sup>57</sup> Teşebbüsler tarafından sınırlı aya ilişkin olarak veri sunulduğundan; (.....) hata oranlarında teşebbüslerin veri sunduğu aylardaki hata oranlarının aritmetik ortalaması esas alınmıştır. Ayrıca veri çekme işleminin çok uzun olduğu gerekçesiyle (.....) tarafından yalnızca Haziran ayına ilişkin veri sunulduğundan teşebbüsün hata oranı ilgili aya ilişkindir.

- (351) OBİLET ve müşteri konumundaki platformlar tarafından hata oranlarına ilişkin olarak sunulan verilerin farklı olduğu anlaşılacakla birlikte, bu durumun sebeplerinden ilkinin platformlarca B2B hizmeti ile ilgili sorunların hangi B2B'den kaynaklandığının tam olarak belirlenememesi olabileceği ifade edilmelidir. Şöyle ki B2C firması sefer verisini çektiği B2B hizmet sağlayıcısını, bilet satış sürecinde yazılımdan kaynaklanan her türlü sorunun muhatabı olarak görmektedir. Oysa B2B sağlayıcısı OBİLET, kendi altyapısındaki sefer verileri dışında (.....), (.....), (.....), (.....) gibi diğer servis sağlayıcılarından aldığı sefer verisi bilgilerini de, B2C'lerin OBİLET'ten talep etmesi halinde, ilgili B2C'ye aktarmaktadır.
- (352) Özetle; OBİLET, B2B hizmetini sunarken aralarında (.....), (.....), (.....), (.....) gibi servis sağlayıcıların yer aldığı veri kaynaklarından elde ettiği verileri de platformlara aktarmakta, bunun sonucunda mevcut sistemde diğer servis sağlayıcılardan kaynaklanan sorunlar platform nezdinde OBİLET hatası olarak görülmektedir. Dolayısıyla B2B konumunda olan OBİLET dışındaki diğer servis sağlayıcı kaynaklı problemlerin rakip B2C'lerce OBİLET kaynaklı olarak görülmesinin, OBİLET ve platformlarca sunulan hata oranlarının farklılaşmasına neden olabileceği değerlendirilmektedir.
- (353) OBİLET ile platformların sunduğu verilerin farklılaşmasının sebeplerinden bir diğeri ise teşebbüslerin teknik hataların kapsamına ve türlerine ilişkin olarak ortak bir yaklaşımının bulunmamasıdır. Örneğin; şikâyetçi platform tarafından teknik hatalara ilişkin olarak sunulan bilgi ve belgeler incelendiğinde; *“firma kurallarına göre otobüste en fazla 2 veya 3 yolcunun yalnız oturabilmesi”*, *“farklı cinsiyetten yolcuların yan yana bilet alamaması”*, *“seçilen koltuğun o esnada başka bir yolcu tarafından satın alınması”*, *“hatalı telefon numarası/kimlik numarası bilgisi”* gibi, zaman zaman tüketiciden de kaynaklanabilen ve nihayetinde OBİLET'e atfedilemeyeceği değerlendirilen bazı hataların da dikkate alındığı görülmektedir. Bu noktada söz konusu hata oranlarının OBİLET tarafından sunulan oranlara kıyasla yüksek olmasında bu hususun da etkili olabileceği değerlendirilmiş ve konuya ilişkin olarak teşebbüsün bilgisine başvurulmuştur. Teşebbüs tarafından yapılan açıklamada ise *“Kuruma iletilen hata mesajlarının, ... iki veri merkezinden sadece birinden, Haziran 2022'de bir aylık sürede alınan hatalardan derlendiği, açıklama istenen hataların, toplam hatalar içerisinde oldukça düşük bir paya sahip olduğu”* belirtilmiş, toplam hataların %(.....)'ine denk geldiği belirtilen ilk 17 hata mesajına ilişkin liste iletilmiştir. Ayrıca bu hataların hiçbiri için şikâyetçi tarafında çözüm üretmenin teknik olarak mümkün olmadığı da ifade edilmiştir.
- (354) Bu kapsamda şikâyetçiye ve OBİLET'e, BİLETALL web servisinden kaynaklanan tüm hataların OBİLET/BİLETALL sisteminde görünüp görünmediği, bir diğer deyişle sorun yaşanması halinde OBİLET'in çözüm üretebilmesi için platformun sorunu OBİLET/BİLETALL'ın teknik destek sistemine *ticket* yoluyla göndermesinin gerekip gerekmediği sorulmuştur. Şikâyetçi tarafından yapılan açıklamada; hataların önemli bir kısmının günlük işleyiş içerisinde yaşandığı ve sayıları (.....) aşan bu hataların her biri için ayrı ayrı *ticket* oluşturulmasının işin tabiatı gereği şikâyetçi bakımından mümkün ve etkin olmadığı, ayrıca OBİLET'e gönderilen *ticket*'ların şikâyetçi tarafından sistemden alınmasının oldukça uzun bir zaman aldığı, şikâyetçinin gönderdiği *ticket*'lara dönüşlerin bazen 3-4 günü ve hatta 1-2 haftayı dahi bulabildiği ifade edilmiştir.
- (355) Benzer şekilde, gönderdiği cevabi yazıdan görece yüksek hata oranına sahip olduğu anlaşılan (.....)'nin de görüşüne başvurulmuştur. Teşebbüs tarafından gönderilen

cevapta “İşlem hatalarından kast edilenin bilet satın alma sırasında oluşan ‘yetersiz bakiye’, ‘CVV kodunun yanlış girilmesi’ gibi ödeme sistemleri kaynaklı problemler olduğu; rezervasyon hatalarının ise bilet satın alma işleminde sağlayıcı API’si kaynaklı oluşan hataları ifade ettiği, örneğin, timeout hatası, cinsiyet kontenjanı nedeniyle satış işleminin tamamlanamaması veya satın alınmak istenen koltuğun başka bir yerden satın alınmış olması gibi hataların bu kapsamda değerlendirildiği” hususları ifade edilmiştir. Teşebbüsün bu açıklamaları doğrultusunda hata oranı yalnızca rezervasyon hatalarını içerecek şekilde tekrar hesaplanmış, ilgili oranın % (.....)’e tekabül ettiği ve makul olarak değerlendirilebilecek bir seviyede olduğu tespit edilmiştir. Nitekim ilgili oranın, daha önce bahse konu olduğu üzere, tüketiciden kaynaklanan ve OBİLET’e atfedilemeyeceği değerlendirilen bazı hataları da kapsadığı, dolayısıyla BİLETALL web servisinde meydana gelen teknik hataların sayısının ve oranının gerçekte daha düşük olduğu değerlendirilmektedir.

- (356) OBİLET’ten de konuya ilişkin açıklama talep edilmiştir. Teşebbüs tarafından yapılan açıklamalarda; daha önce sunulan hata sayılarının biletleme işlemleri esnasında oluşan tüm hataları kapsadığı, bununla birlikte sistemsel kesinti ve arızalar için biletleme hatalarına ilişkin log sistemine bir kayıt yansımadağı, OBİLET/BİLETALL’ın, API dağıtım servisi üzerinden gerçekleşen işlemlerle ilgili tüm hatalara erişebildiği ancak B2C’lerin, API dağıtım servisi haricinde kendi sistemlerinden, network’ünden veya bağlantılarından kaynaklı olarak karşılaştıkları ve API sistemine yansımayan hatalara erişmenin mümkün olmadığı ifade edilmiştir. Ayrıca BİLETALL API sistemine ilişkin yeni log’lama sistemine Haziran ayında geçildiği, Kuruma sunulan B2C bazında hata listelerinin 18-30 Haziran 2022 dönemine ait olduğu<sup>58</sup>, platformların, karşılaştığı hatalarla ilgili olarak kendi sistemi ve arayüzü üzerinden düzenli geliştirmeler ve optimizasyonlar yapmaması halinde hata oranlarının giderek yükseleceği, bu bağlamda sunulan tablolarda gösterilen hata oranlarının yalnızca servis sağlayıcıdan yani OBİLET’ten kaynaklanmadığı belirtilmiştir.
- (357) Tüm bu bilgiler ışığında; bazı platformlar tarafından sunulan veriler doğrultusunda hesaplanan hata oranları, OBİLET tarafından bildirilen oranlara nazaran yüksek olsa da; OBİLET’in sağladığı web servis hizmetinden kaynaklanan teknik hataların sayısının gerçekte daha düşük olduğu değerlendirilmektedir. Zira dosya kapsamında elde edilen bilgilerden; teknik hataların niteliği gereği ayrıştırılmasının zor olduğu, çoğu teşebbüsün bu hataları ayrıştıramadığı; teşebbüslerin kendi sistemlerinden, tüketicilerden veya ödeme sistemlerinden kaynaklanan, OBİLET’e atfedilemeyecek teknik hataları da ilgili hata hesaplamasına dâhil ettikleri anlaşılmaktadır. Nitekim OBİLET’in hem müşterisi hem de rakibi konumundaki teşebbüslerin hata oranlarının, bazı dönemlerde OBİLET’in hata oranlarından daha düşük olduğu da görülmektedir.
- (358) Konuya ilişkin olarak belirtilmesi gereken bir diğer husus ise, şikâyetçinin bahse konu hataların sınırlı bir bölümü için OBİLET’e hata bildiriminde bulunmasıdır. Şikâyetçi tarafından çok sayıda hata meydana geldiği ve her bir hata için *ticket* göndermenin mümkün ve etkin olmadığı belirtilse de aynı durum soruşturma tarafı için de geçerlidir. Zira binlerce işlemin gerçekleştiği bir sistemde OBİLET’in tüm işlemleri tek tek kontrol etmesi ve sorun yaşanan işlemleri tespit etmesi, teşebbüs bakımından ciddi bir iş yüküne ve maliyet artışına yol açacaktır. Ayrıca dosya kapsamında bilgisine başvurulmuş teşebbüslerin açıklamalarından, OBİLET’in müşteri platformlardan kaynaklanan sorunları sistem üzerinden göremediği, teşebbüsün sorunlara ilişkin

<sup>58</sup> Teşebbüsten her bir B2C (ENUYGUN, NEREDENNEREYE, TURNA, BİLET.COM vd.) için 2022 yılının Haziran ayına ait olmak üzere, satılan biletlerde gerçekleşen hataların listesi talep edilmiştir.

bilgisinin platform tarafından kendisine bildirilenlerle sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim bu husus, 12.10.2021 tarihinde OBİLET çalışanı tarafından (.....) gönderilen e-postadaki "...Ayrıca bu tip hatayı alanları görebileceğimiz bir sorgu var mıdır? Başka bize geri dönüş yapmayan olabilir." ifadelerinden de anlaşılmaktadır. Dolayısıyla OBİLET bilgi sahibi olmadığı bu hataların çözümü hususunda sorumlu tutulamayacaktır.

- (359) Dolayısıyla şikâyetçi platformun hata oranlarının diğer platformlar ile benzer oranlara sahip olduğu, sistemde yaşanan aksaklıkların soruşturma tarafı OBİLET'in kendi bilet satışı kanallarında da yaşanabildiği, dosya kapsamında OBİLET'in kendisine iletilen bildirimlere çözüm üretmeye yönelik çabasını gösterir nitelikte bazı belgelerin mevcut olduğu anlaşılmaktadır.
- (360) Sonuç olarak, OBİLET'in sistemde yaşanan hatalara çözüm üretmemek suretiyle rakibi hedefleyen ve rakibin faaliyetlerini zorlaştırıcı/engelleyci uygulamalarda bulunduğunu gösterir nitelikte herhangi bir bilgi, belge ya da bulgunun mevcut olmadığı değerlendirilmektedir. Tüm bu açıklamalar ışığında, OBİLET'in altyapı hizmetindeki teknik sorunlar ile rakip platform faaliyetlerini zorlaştırdığına yönelik herhangi bir bilgi ve bulguya rastlanmadığından, OBİLET'in söz konusu iddiaya ilişkin eylemlerinin herhangi bir rekabet sorunu oluşturmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

### **H.3.3. OBİLET'in Otobüs Sefer Verilerinin Dağıtım Pazarındaki Sözleşmelerinin 4054 Sayılı Kanun'un 4. Maddesi Bakımından Değerlendirilmesi**

- (361) OBİLET/BİLETALL, bilet satış platformu pazarında rakibi olan B2C'lere sefer verilerinin dağıtım hizmeti (B2B) vermektedir. Bu hizmet, taraflar arasında imzalanan *XML Servisi Kullanım Sözleşmesi* ya da *Sefer Verilerinin Dağıtım Hizmeti Sözleşmesi* başlıklı sözleşmeler doğrultusunda sürdürülmektedir. Sözleşmenin konusu, servis sağlayıcı OBİLET/BİLETALL tarafından çevrim içi bilet satış platformlarına otobüs bileti satışı amacıyla sefer bilgisi sağlanması olarak özetlenebilecektir. Bu kapsamda sefer bilgisinin çevrim içi platforma nasıl aktarılacağı, taraflar arasındaki iş bölümünün, hakların ve yükümlülüklerin neler olduğu belirlenmektedir. OBİLET bilet satışını gerçekleştirebilmesi için gerekli yazılım kodlarını ve servis altyapısını platforma sunacak, platform ise sefer bilgilerini kendisine ait satış kanalı üzerinde listeleyecek ve satışa açacaktır.
- (362) Sözleşmenin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında incelenmesi gereken ilk hükmü, B2C'lere yönelik getirilen çevrim içi reklam yasaklarıdır. B2C'lere bunun yanı sıra otobüs firmaları ile iletişime geçmemeleri şeklinde bir iletişim yasağı da getirilmektedir. Aşağıda bu iki hüküm bakımından değerlendirmelere yer verilmektedir.

#### **H.3.3.1. Sözleşmelerde Yer Alan Çevrim İçi Reklam Yasaklarına İlişkin Değerlendirme**

- (363) E-ticaret alanında yaşanan gelişmelere bağlı olarak tüketicilerin çevrim içi alışverişe olan eğilimi artmaktadır. Bu durum ise satıcıları çevrim içi satış kanallarında gelişim ve yeniliğe teşvik etmekte ve bir yandan da e-ticaret stratejilerini geliştirmek için pazarın dikey veya yatay seviyesinde birtakım önlemler almaya ve/veya kısıtlamalar uygulamaya sevk etmektedir. Bu kısıtlamaların bir tanesi ise çevrim içi pazara yönelik reklam kısıtlamalarıdır. Dosya kapsamında ele alınan çevrim içi reklam yasağı sadece arama bazlı reklamcılıkla ilgilidir.

### H.3.3.1.1. Arama Bazlı Çevrim İçi Reklamcılık

- (364) Kurulun *Modanisa* kararında<sup>59</sup> da ifade edildiği üzere, arama bazlı çevrim içi reklamcılık, internet kullanıcılarının arama motorlarında belirli kelimeleri kullanarak yaptıkları sorgularla ilgili reklamların arama sonuç sayfasında gösterilmesidir. İlgili kullanıcılar tarafından arama motoruna bir sorgu girildiğinde arama motoru, “organik” (*jenerik*) sonuçlar ve “sponsorlu” bağlantılar olmak üzere iki tür sonuç listelemektedir.
- (365) Organik sonuçlar; arama motoru algoritması tarafından, kullanıcıların sorguları ile en alakalı olacak şekilde belirlenen sonuçlardır. Bu sonuçlar genellikle, alaka düzeyine göre düzenlenmekte olup internet siteleri, söz konusu sonuçlarda görünmek için herhangi bir ödeme yapmamaktadır.
- (366) Sponsorlu sonuçlar ise internet sitelerinin, sorguya karşılık gelen sonuçlar arasında ön plana çıkmak için belirli anahtar kelimelere karşılık ödeme yaptıkları, arama bazlı reklamlardır. Ücretli sonuçların, organik sonuçlardan ayrılabilmesi amacıyla etiketler (“reklam” veya “sponsorlu” gibi) kullanılabilen veya ücretli sonuçlar renkli/gölgeli kutular içinde ya da organik sonuçların üstünde, altında veya yanında, kümelenmiş bir konumda yer alabilmektedir.
- (367) Bir arama motoru, bir sorguya yanıt olarak hangi reklamların görüntüleneceğini kısmen, ilgili sorgunun reklam verenler tarafından seçilen “anahtar kelimelerle” alaka düzeyine göre belirlemektedir. Reklam verenler, sponsorlu bağlantıya yapılan her bir tıklama başına ücret ödeme (pay-per-click-PPM) koşuluyla, diledikleri anahtar kelimeyi/kelimeleri seçmekte özgürdür. Reklam verenler, verilecek olan reklamın içeriğine bağlı olarak, aynı anahtar kelimelerle ilgilenebildiğinden; arama motorları söz konusu anahtar kelimeleri, açık artırmalar yoluyla satmaktadır.
- (368) Bu noktada, arama bazlı reklamcılıkta en bilinen arama motoru olmasının yanı sıra incelemeye konu sözleşmelerde spesifik olarak belirtilmiş olmasından dolayı Google’ın arama bazlı reklamcılık faaliyetlerine değinilmelidir. OBİLET tarafından da ifade edildiği üzere, internet kullanıcıları Google aramalarında iki tür sonuçla karşılaşmaktadır: i) *Google Adwords* (sponsorlu) sonuçları, ii) İlgili site ve sayfanın ilgili arama sözcükleri bazında *Google Pagerank* skoruna göre sıralandığı organik sonuçlar.
- (369) Google aramalarında organik sıralamalar *Google Adwords* sonuçlarından bağımsız olarak gösterilmektedir. Google organik sonuçları herhangi bir şekilde ilgili siteye bir maliyet oluşturmamakta, sonuçlar yalnızca site içeriklerinde ve HTML tarafında yapılan değişikliklere/iyileştirmelere (*SEO - Search Engine Optimization*) ve müşteri deneyimi ölçümüne yönelik Google’ın kendine ait algoritmalarına göre belirlenmektedir. Dolayısıyla organik sonuçlardaki sıralamalar karşılığında Google’a herhangi bir bedel ödenmemekte olup burada üst sıralarda yer almak tamamen ilgili sitenin kendi çabaları, içeriği, tasarımı, ara yüzü, kullanıcı deneyimi, diğer sitelerden aldığı bağlantı sayıları ve benzeri kalite faktörlerine bağlıdır.
- (370) Google arama sonuçlarının bir diğer gösterim şekli olan *Google Adwords* reklam verme süreci temelde üç aşamaya dayanan bir açık artırma ile gerçekleşmektedir. Kullanıcı tarafından yapılan bir aramada sistem, aramaya eşleşen ürün reklamlarını bulmakta, ilgili reklamlardan uygun olmayan (politika ihlali veya farklı bir ülkeyi hedefleyen vs.) reklamları elemekte ve nihai aşamada diğer reklamlardan daha yüksek sıralamaya sahip reklamları arama sonuç sayfasında reklam kısmında yani organik sonuçların üzerinde göstermektedir. Kullanıcı reklama tıkladığında ise reklam veren teşebbüs

<sup>59</sup> Kurulun 25.11.2021 tarih ve 21-57/789-389 sayılı *Modanisa* kararı.

tıklama başına ihale sürecinde belirlenen tutarda bir ücret ödemektedir. Reklamların sıralanmasında ise esas olarak ihalede verilen teklif ve kaliteyi gözetilen bir ikinci fiyat ihale modeli uygulamaktadır. Söz konusu iki hususun birlikte değerlendirilmesi<sup>60</sup> ile ortaya çıkan ihale puanı bazlı reklam sıralaması gerçekleştirilmektedir. Geliştirilen bu model sayesinde en yüksek teklifin her zaman en üstte yer aldığı ve kötüye kullanıma sebebiyet verebilecek bir sistem yerine kalite bazlı bir sistem uygulanmaktadır.

### H.3.3.1.2. OBİLET ile B2C'ler Arasındaki Sözleşmelerdeki Reklam Yasağına İlişkin Hüküm

- (371) BİLETALL'in ve OBİLET'in bilet satış platformları ile imzaladığı sözleşmeler incelendiğinde, bilet satış platformlarına yönelik olarak arama motoru/Google Adwords reklamı yasağı getirildiği tespit edilmiştir. Aşağıda ilgili hükümlere yer verilmektedir.
- (372) OBİLET'in (.....) ile akdetmiş olduğu (.....) tarihli sözleşmesinde "Tarafların Hak ve Yükümlülükleri" bölümünde reklam yasaklarına ilişkin hükmün aşağıdaki şekilde düzenlendiği görülmektedir:

*"Acente, Servis Sağlayıcı sistemine dahil Taşıyıcı Firmalar'a ve/veya Obilet'e ait marka, kelime ve işaretleri içeren arama motoru reklamları veremez. Ayrıca, Sistem kapsamındaki hizmetlere ilişkin olarak yanıltıcı veya haksız rekabet oluşturucu reklam ve tanıtım faaliyetleri yürütemez, beyanlarda bulunamaz. Bu gibi durumlarda, Servis Sağlayıcı'nın yapacağı uyarı sonrasında hizmeti kısmen veya tamamen durdurma hakkı saklıdır. Acente, işbu maddeye aykırı davranması durumunda Servis Sağlayıcı'nın işbu Sözleşme'yi derhal ve tazminatsız olarak fesih hakkı bulunacağını ve Servis Sağlayıcı'nın ve ilgili Taşıyıcı Firma'nın işbu sebeple doğmuş ve doğacak tüm zararını derhal ve nakden tazmin etmekte yükümlü olacağını kabul ve taahhüt eder."*

- (373) (.....) ve BİLETALL arasında (.....) tarihinde imzalanan sözleşmenin "Tarafların Hak ve Yükümlülükleri" bölümünde reklam yasaklarına ilişkin hükmün aşağıdaki şekilde düzenlendiği görülmektedir:

*"Acente aksi BİLETAL tarafından bildirilmedikçe BİLETAL sisteminde yer alan taşıyıcı firma marka kelimelerine ve türevlerine, BİLETAL marka kelimelerine ve türevlerine google adwords de reklam vermeyecektir. Ayrıca içerisinde firmaların marka kelimelerinin geçtiği reklam gruplarının firmalarca tespit edilmesi ve reklamların durdurulmasının firma ya da BİLETAL tarafından istenmesi halinde, ACENTE tarafından ilgili reklamın durdurulması için gerekli aksiyonlar en geç 12 saat içerisinde alınacaktır."*


























- (374) OBİLET ile (.....) arasında (.....) tarihinde akdedilen sözleşmenin "Tarafların Hak ve Yükümlülükleri" bölümünde reklam yasaklarına ilişkin hükmün aşağıdaki şekilde düzenlendiği görülmektedir:

*"Acente, Servis Sağlayıcı sistemine dahil Taşıyıcı Firmalar'a ve/veya "Obilet", "o bilet", "obilet.com" ve bunları içeren sözcük öbekleri dahil, Obilet'e ait marka, kelime ve işaretleri içeren arama motoru reklamları veremez. Ayrıca, Sistem kapsamındaki hizmetlere ilişkin olarak yanıltıcı veya haksız rekabet oluşturucu reklam ve tanıtım faaliyetleri yürütemez, beyanlarda bulunamaz. Bu gibi durumlarda, Servis Sağlayıcı tarafından 13. maddede tanımlanan kanallar üzerinden yapılacak uyarılar sonrasında 3 iş günü içinde ilgili faaliyetin Acente tarafından sonlandırılmaması halinde Servis Sağlayıcı'nın hizmeti kısmen ya da tamamen durdurma ve Sözleşme'yi tazminatsız olarak feshetme hakkı saklıdır. Acente, böyle bir durumda Servis Sağlayıcı'nın ve ilgili Taşıyıcı Firma'nın işbu sebeple doğmuş ve doğacak tüm zararını derhal ve nakden tazmin etmekte yükümlü olacağını kabul ve taahhüt eder."*

<sup>60</sup> Reklam sıralaması (Ad Rank) = Teklif x Kalite Skoru (Kalite, kullanıcı araması ile eşleşen sonucun alaka düzeyi, içeriği gibi özelliklere göre belirlenmektedir.)

- (375) İlgili sözleşmelerde sefer verilerinin dağıtımı için OBİLET/BİLETALL'dan B2B hizmeti alan B2C'lere değişen kapsamlarda reklam yasakları getirilmiştir<sup>61</sup>. OBİLET-(.....) sözleşmesindeki reklam yasağı tüm arama motorları için geçerli, ancak OBİLET ve taşıyıcı firmaların marka kelime ve işaretleri ile sınırlıdır. Diğer yandan BİLETALL-(.....) sözleşmesinde reklam yasağının *Google Adwords* ile sınırlı olduğu, taşıyıcı firma ve BİLETALL marka kelimelerini ve türevlerini kapsadığı görülmektedir. OBİLET-(.....) sözleşmesinde ise tüm arama motorlarında taşıyıcı firmalara ve/veya "obilet", "o bilet", "obilet.com" ve bunları içeren sözcük öbekleri dahil, OBİLET'e ait marka, kelime ve işaretleri içeren reklamlara yönelik bir yasak bulunmaktadır. Bu sözleşmede dikkat çeken husus markalara ilişkin sözcük öbeklerinin de reklam yasağı kapsamına alınmış olmasıdır.
- (376) Sözleşmelerde geçen reklam yasakları markalara yönelik olduğu için OBİLET ve BİLETALL'ın tescilli markalarına ve marka görüntülerine aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 17: OBİLET ve BİLETALL'ın Tescilli Markaları ve Marka Görüntüleri

OBİLET.COM/marka görüntüsü	OBİLET.COM/marka adı	BİLETALL/marka görüntüsü	BİLETALL/marka adı
	obilet		ticket-tr
	o biletleri		bilet al
	o bilet		milpara
	obilet.com		şekil
	obilet		nereye gitmek istiyorsan oraya!...
	obilet.com		www.biletall.com nereye gitmek istiyorsan oraya!...
	obilet.com		biletall
	obus		<a href="http://www.biletal.com">www.biletal.com</a>
	ipektr		<a href="http://www.biletal.com.tr">www.biletal.com.tr</a>
	ipekyolu yazılım hizmetleri		<a href="http://www.biletal.com.tr">www.biletal.com.tr</a>
	biletmatik		www.biletall.com nereye gitmek istiyorsan oraya şekil
			biletal
			milpara
			www.biletall.com nereye gitmek istiyorsan oraya şekil

<sup>61</sup> BİLETALL ile (.....) arasındaki sözleşmede çevrim içi reklam yasağına ilişkin bir hüküm bulunmamaktadır.



### H.3.3.1.3. Çevrim İçi Reklam Yasakları ve Rekabet Hukuku

- (377) Çevrim içi pazara yönelik reklam kısıtlamaları son dönemde rekabet otoriteleri tarafından inceleme konusu edilen güncel bir tartışma alanı niteliğindedir. İngiltere Rekabet Otoritesi (*Competition and Markets Authority – CMA*) tarafından 2017 yılında yayımlanan dijital karşılaştırma araçlarına ilişkin sektör araştırmasında<sup>62</sup> çevrim içi reklam yasaklarının ele alındığı görülmektedir. Avrupa Komisyonunun (*European Commission-Komisyon*) yeni güncellenen 2022/70 sayılı ABİDA 101 (3) Maddenin Dikey Anlaşmalara Uygulanmasına Dair Tüzük (Tüzük) ve 2022/C 248/01 sayılı Dikey Kısıtlamalara İlişkin Kılavuz'u (AB Dikey Kılavuzu) kapsamında çevrim içi reklam yasaklarına ilişkin bölümler bulunmakta, öncesinde alınan *Guess* kararında<sup>63</sup> yine bu konu değerlendirilen hususlar arasında yer almaktadır. ABD'de Federal Ticaret Komisyonunun (*Federal Trade Commission - FTC*) 1-800 Contacts kararı<sup>64</sup> ve Amerika Birleşik Devletleri Temyiz Mahkemesi'nin (*United States Courts of Appeals- Temyiz Mahkemesi*) karara yönelik kararı<sup>65</sup> konu hakkındaki tartışmaların boyutu açısından önem arz etmektedir. Kurulun *Modanisa* kararı ise bu konudaki yaklaşımını ortaya koyan ilk karar niteliğindedir.
- (378) CMA tarafından yayımlanan dijital karşılaştırma araçlarına ilişkin sektör araştırmasında<sup>66</sup> üç farklı tip reklam kısıtlama anlaşmasına yer verilmiş ve bu kısıtlamalara yönelik değerlendirmelerde bulunulmuştur. Raporda, reklam kısıtlama anlaşmaları; (i) dar kapsamlı markaya reklam vermeme, (ii) geniş kapsamlı markaya reklam vermeme, (iii) negatif eşleşme olmak üzere üç temel kategoriye ayrılmıştır. Kurulun *Modanisa* kararında da bu ayırmadan bahsedilmektedir.
- (379) “Dar Kapsamlı Markaya Reklam Vermeme Anlaşmaları”; bir reklam verenin, yalnızca başka bir reklam verenin marka adına teklif vermemeyi kabul ettiği, kapsamı en dar olan reklam kısıtlama anlaşmalarıdır (örneğin “*Marka*”<sup>67</sup>). “Geniş Kapsamlı Markaya Reklam Vermeme Anlaşmaları” ise; bir reklam verenin, başka bir reklam verenin marka adına ve bu marka adını içeren ancak ilgili olmayan diğer kelimeleri (örneğin, “*Marka karşılaştırma*”, “*Marka fiyatlar*”<sup>68</sup> vb.) de içeren kelime gruplarına (marka ile birlikte diğer kelimelerin kombinasyonlarından oluşan anahtar kelimelere) teklif vermemeyi kabul ettiği reklam kısıtlama anlaşmalarıdır. Son olarak “Negatif Eşleşme Anlaşmaları” ise bir reklam verenin, başka bir reklam verenin marka adını negatif anahtar kelime olarak seçmesi yoluyla reklamın sadece marka adı ya da marka adı ile beraber diğer kelimelerle yapılan aramalarda görünmesini engelleyen reklam kısıtlama anlaşmalarıdır.
- (380) Bu sınıflandırma, çevrim içi reklam yasaklarını değerlendirmede markayı belirleyici faktör olarak dikkate almaktadır. Çevrim içi reklam yasakları rekabeti kısıtlayıcı yönleri ile 4054 sayılı Kanun'a konu olabilmekle beraber, 6769 sayılı Kanun kapsamında marka hakkı belirli bir seviyede koruma altına alınmaktadır. Bu nedenle markalara ilişkin çevrim içi reklam yasaklarının 4054 sayılı Kanun kapsamında

<sup>62</sup> CMA, (2017) “Digital Comparison Tools Market Study Paper E: Competitive Landscape and Effectiveness of Competition” s.62-65.

<sup>63</sup> *Guess vs. Commission/Case AT.40428*.

<sup>64</sup> 1-800 Contacts, Inc, FTC Matter/File Number: 141 0200, Docket No.9372

<sup>65</sup> 1-800-Contacts, Inc. v. Federal Trade Commission (2d Cir.), Docket No.18-3848

<sup>66</sup> CMA, (2017) “Digital Comparison Tools Market Study Paper E: Competitive Landscape and Effectiveness of Competition” s.62-65.

<sup>67</sup> Dosya bakımından örneklemek gerekirse; “obilet”, “pamukkale” gibi tescilli marka adları.

<sup>68</sup> Dosya bakımından örneklemek gerekirse; “obilet fiyatlar”, “pamukkale fiyatlar” gibi kelime grupları.

değerlendirilmesinde göz önünde bulundurulması gereken ilk husus 6769 sayılı Kanun'dur.

### H.3.3.1.3.1. 6769 sayılı Kanun

- (381) Marka, coğrafi işaret, tasarım, patent, faydalı model ile geleneksel ürün adlarına ilişkin hakların korunması; bu haklara ilişkin başvurular, tescil ve tescil sonrası işlemler ve bu hakların ihlaline dair hukuki ve cezai yaptırımlar 6769 sayılı Kanun kapsamında düzenlenmektedir<sup>69</sup>.
- (382) Ticari faaliyeti için bir işaret seçip kullanmakta olan kişi markasını tescil ettirmemesi halinde olası bir hak ihlali durumunda haksız rekabet hükümlerine başvurabilirken, markasını tescil ettiren kişi 6769 sayılı Kanun kapsamında düzenlenen hükümlerden yararlanabilecektir. Marka tescilinden doğan hakların korunmasına ilişkin hükümler 6769 sayılı Kanun'un 7. maddesi ile düzenlenmiştir.
- (383) 6769 sayılı Kanun'un "*Marka tescilinden doğan hakların kapsamı ve istisnaları*" başlıklı 7. maddesinin birinci fıkrasında bu Kanun ile sağlanan marka korumasının, tescil yoluyla elde edileceği belirtilmiş; ikinci fıkrasında ise, marka tescilinden doğan hakların münhasıran marka hakkı sahibinde olduğu ve bu itibarla marka sahibinin, izinsiz olarak yapılması halinde aşağıda belirtilen fiillerin yasaklanmasını talep etme hakkına sahip olduğu ifade edilmiştir:
- a) Tescilli marka ile aynı olan herhangi bir işaretin, tescil kapsamına giren mal veya hizmetlerde kullanılması.*
- b) Tescilli marka ile aynı veya benzer olan ve tescilli markanın kapsadığı mal veya hizmetlerle aynı veya benzer mal veya hizmetleri kapsayan ve bu nedenle halk tarafından tescilli marka ile ilişkilendirilme ihtimali de dâhil karıştırılma ihtimali bulunan herhangi bir işaretin kullanılması.*
- c) Aynı, benzer veya farklı mal veya hizmetlerde olmasına bakılmaksızın, tescilli marka ile aynı veya benzer olan ve Türkiye'de ulaştığı tanınmışlık düzeyi nedeniyle markanın itibarından haksız bir yarar elde edecek veya itibarına zarar verecek veya ayırt edici karakterini zedeleyecek nitelikteki herhangi bir işaretin haklı bir sebep olmaksızın kullanılması."*
- (384) Aynı maddenin üçüncü fıkrasında ise aşağıda yer alan durumlarda işaretin ticaret alanında kullanılması hâlinde, söz konusu kullanımın, ikinci fıkra hükmü uyarınca yasaklanabileceği belirtilmiştir:
- a) İşaretin, mal veya ambalajı üzerine konulması.*
- b) İşareti taşıyan malların piyasaya sürülmesi, teslim edilebileceğinin teklif edilmesi, bu amaçlarla stoklanması veya işaret altında hizmetlerin sunulması ya da sunulabileceğinin teklif edilmesi.*
- c) İşareti taşıyan malın ithal ya da ihraç edilmesi.*
- ç) İşaretin, teşebbüsün iş evrakı ve reklamlarında kullanılması.*
- d) İşareti kullanan kişinin, işaretin kullanımına ilişkin hakkı veya meşru bağlantısı olmaması şartıyla işaretin aynı veya benzerinin internet ortamında ticari etki yaratacak biçimde alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük ya da benzeri biçimlerde kullanılması."*
- (385) İlgili fıkranın (d) bendinde, markanın internette kullanılması haline ayrıca yer verildiği görülmektedir. İlgili hükümden anlaşıldığı üzere, bir hakkın veya meşru bir bağlantının

<sup>69</sup> Avrupa'da ise marka alanındaki temel hukuki düzenlemeler 2015/2424 sayılı Avrupa Birliği Marka Tüzüğü ve Alman Marka Kanunu'nda yer almaktadır. 6769 sayılı Kanun oluşturulurken 2015/2424 sayılı Avrupa Birliği Marka Tüzüğü ve Alman Marka Kanunu ile uyum sağlanmasına dikkat edilmiştir.

bulunmaması halinde, tescilli bir markanın herhangi bir işaretinin aynı ya da benzerinin başka kişilerce internet ortamında alan adı, yönlendirici kod, anahtar sözcük gibi biçimlerde kullanılması durumunda, marka sahibinin söz konusu fiilin yasaklanmasını talep etme hakkı bulunmaktadır.

- (386) 6769 sayılı Kanun'un gerekçesinde de belirtildiği üzere internet üzerinde marka kullanımının marka hakkı korunması kapsamında değerlendirildiği hususunda ulusal ve uluslararası doktrin ve mahkeme içtihatlarında görüş birliği bulunmaktadır.
- (387) Bununla birlikte hükümden anlaşılacağı üzere marka sahibinin işaretin kullanımını yasaklaması, tescilli markayı internette kullanan kişinin bir hakkı veya meşru bir bağlantısının olmamasına bağlıdır. 6769 sayılı Kanun kapsamında tanımlanmamakla birlikte meşru bağlantıdan ise; tek satıcı, bayi, acente veya distribütör gibi ticari bağlantıya dayalı kullanımlar anlaşılmaktadır<sup>70</sup>. Dolayısıyla tescilli marka sahibi ile markayı kullanan kişi arasında meşru bir bağlantının olması durumunda kullanımın haklı bir sebebe dayandığı ve artık marka ihlaline ilişkin bir durumun ortaya çıkmayacağı söylenebilecektir.
- (388) Meşru hakkın tanımı çerçevesinde aralarında tek satıcı, bayi, acente veya distribütör gibi dikey bir ilişki bulunan taraflarda marka hakkı kullanımının mümkün olduğu görülmektedir. Bu çerçevede 6769 sayılı Kanun'da düzenlenen bu hükmün rekabet hukuku bağlamında yaratacağı sonuçların anlaşılabilmesi için reklam yasağının kapsamının anlaşma tarafları arasındaki ilişkinin seviyesi yani yatay ve dikey ilişki bağlamında olmak üzere ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir.

### **H.3.3.1.3.2. Rakip Teşebbüsler Arasındaki Çevrim İçi Reklam Yasaklarına İlişkin Anlaşmaların Değerlendirilmesi**

#### **H.3.3.1.3.2.1. Rakip Teşebbüsler Arası Dar Kapsamlı Reklam Kısıtlamasına İlişkin Değerlendirme**

- (389) *Modanisa* kararında, giyim sektöründe rakip olan *Modanisa* ve *Safamerve* arasında çevrim içi reklam yasağı içeren bir sözleşme bakımından muafiyet değerlendirmesi yapılmaktadır. İlgili karara konu sözleşmede taraflar bakımından dar reklam yasağının yanı sıra geniş reklam yasağı ve negatif ekleme yükümlülüğü bulunduğu görülmektedir. Karar, bahsi geçen üç tür reklam yasağının 4054 sayılı Kanun kapsamındaki durumunu ele almakta ve dar reklam yasağı için yapılan değerlendirmelerde 6769 sayılı Kanun kapsamındaki koruma kabul edilmektedir.
- (390) Bir reklam verenin, yalnızca başka bir reklam verenin marka adına teklif vermemeyi kabul ettiği, kapsamı en dar olan reklam kısıtlama anlaşmaları dar reklam yasaklarını oluşturmaktadır. Bahsi geçen kararda reklam yasaklarının 4054 sayılı Kanun kapsamına girip girmediğine yönelik olarak yapılan değerlendirmede 6769 sayılı Kanun'un sağladığı marka koruma hakkının kapsamı incelenmiştir. Buna göre sözleşme ile taraflara getirilen yükümlülüklerin 6769 sayılı Kanun ile uyumlu olabilmesi için getirilen reklam yasaklarının, Kanun ile getirilen bu yasağı aşmayan bir nitelikte olması gerekmektedir. Bu anlamda, 6769 sayılı Kanun ile getirilen düzenleme ile aynı kapsamda olabilecek en geniş reklam yasağının, tarafların internet ortamında verecekleri reklamlarda birbirlerine ait tescilli markaları anahtar sözcük olarak kullanmamaları yönünde olabileceği, bunun ise "dar kapsamlı markaya reklam vermeme anlaşması" ile yapılabileceği değerlendirilmiştir.

<sup>70</sup> YAMAN, Özlem. *Marka Hukukunda Dürüst Kullanım İlkesi*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, 2019.

- (391) Rakipler arasında yapılan bir sözleşmeyi ele alan ilgili karara paralel olarak, rakip teşebbüsler arasında birbirlerinin yalnızca tescilli markalarına reklam vermemelerine yönelik dar kapsamlı reklam kısıtlamalarının (sorgunun, herhangi başka bir kelime olmaksızın yalnızca tescilli markadan oluştuğu haller) 6769 sayılı Kanun kapsamında olduğu değerlendirilmektedir. Dolayısıyla rakip teşebbüsler arası dar kapsamlı reklam vermeme anlaşmaları, marka sahibine söz konusu kısıtlamayı getirme imkanı sağlayan özel bir kanun olması ve bu hakkın kullanımının ilgili kanunun sağladığı korumayı aşan bir nitelik arz etmemesi nedeniyle, 4054 sayılı Kanun'un kapsamına girmeyecektir.

### **H.3.3.1.3.2.2. Rakip Teşebbüsler Arası Geniş Kapsamlı Reklam Kısıtlamasına İlişkin Değerlendirme**

- (392) Rakipler, marka adlarının yanı sıra bu markaların içinde bulunduğu sözcük öbeklerine de reklam verilmemesi konusunda anlaşabilmektedir. Bu tür bir kısıtlama; bir reklam verenin, başka bir reklam verenin marka adına ve bu marka adını içeren ancak ilgili olmayan diğer kelimeleri de içeren kelime gruplarına teklif vermemeyi kabul ettiği geniş kapsamlı reklam kısıtlaması anlamına gelecektir. Dar kapsamlı reklam kısıtlamalarında reklam verenler sadece tescilli markalara reklam vermeme konusunda anlaşırken geniş kapsamlı reklam kısıtlamalarında bu tescilli markaları içerecek şekilde oluşturulan herhangi bir anahtar kelime kombinasyonuna reklam verilememektedir.
- (393) Yukarıda bahsi geçen *Modanisa* kararında sadece dar reklam yasağı için 6769 sayılı Kanun'un sağladığı koruma kabul edilmekte onun dışında diğer reklam yasaklarının 6769 sayılı Kanun ile sağlanan marka korumasının sınırlarını aştığı değerlendirilmektedir. Bu noktada mevcut dosya kapsamında incelenen sözleşmelerde bir negatif eşleşme hükmü bulunmadığının altı çizilmelidir. Kararda tescilli olmayan markaları içeren geniş reklam yasağı içeren anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu şu şekilde ifade edilmiştir:

*"Bu bilgiler doğrultusunda, bildirim konusu SÖZLEŞME ile getirilen negatif anahtar kelime olarak ekleme yükümlülüğü ile marka olarak tescil edilmemiş ibarelerin hedeflenmemesi yükümlülüğünün, SMK ile hak sahiplerine sağlanan marka korumasının kapsam ve sınırlarını aşan nitelikte oldukları ve "hazır giyim ürünlerinin e-ticareti pazarı", "tesettür/muhafazakâr hazır giyim ürünlerinin e-ticareti pazarı" ve "çevrim içi reklamcılık ihale pazarı" bakımından sebep oldukları ve/veya sebep olabilecekleri muhtemel etkiler nedeniyle de rekabeti sınırlayıcı nitelikte oldukları anlaşılmıştır. Bu çerçevede, içerdiği yükümlülükler nedeniyle teşebbüsler arası rekabeti sınırlayıcı etki doğuran veya doğurabilecek olan bir anlaşma niteliğinde olan bildirim konusu SÖZLEŞME'nin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde düzenlenen yasağa tabi olacağı; dolayısıyla ilgili SÖZLEŞME'ye 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilmesinin mümkün olmadığı kanaatine varılmıştır."*

- (394) Kurulun ilgili kararında tescilli olmayan markaları içeren geniş reklam yasağının etki bakımından rekabeti kısıtlayıcı olduğu değerlendirilmektedir. Kararda tescilli markaları içeren geniş reklam yasağı için ayrı bir değerlendirme olmamakla beraber tescilli ya da tescilli olmayan markaları içerip içermediğinden bağımsız geniş reklam yasaklarının dar reklam yasağından daha fazla sayıda aramayı etkilediği, tıklama ve dönüşüm oranlarında da etkisinin yine dara göre daha yüksek olduğu ifade edilmektedir.
- (395) Kararda tescil edilmemiş markalar kullanılarak getirilen geniş reklam yasağı anlaşmaları 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde muafiyet alamayacak anlaşmalar arasında görülmüştür. Sonuç olarak Kurulun yaklaşımı ışığında, rakipler arası geniş reklam yasağı içeren bir anlaşmanın etki temelli bir değerlendirmeye konu olması gerekmektedir.

### H.3.3.1.3.3. Dikey Anlaşmalarda Yer Alan Çevrim İçi Reklam Yasaklarına İlişkin Değerlendirme

- (396) Teşebbüsler e-ticaret sektörlerini geliştirmek için yalnızca rakiplerine karşı değil bayilerine, distribütörlerine veya tek satıcılarına karşı da bazı kısıtlamalar uygulayabilmektedir. Üreticiler veya marka sahipleri; fiyat ve fiyat dışı kısıtlamalar yoluyla perakendecilerin markalı ürünlerini çevrim içi satarken fiyatları belirleme, satış kanallarını seçme veya reklam yapma olanaklarını sözleşmeye dayalı olarak kısıtlamaktadır<sup>71</sup>.
- (397) 6769 sayılı Kanun ile tescilli marka sahibi için getirilen koruma, bu hakkın yöneleceği taraf bakımından rakip teşebbüs veya rakip olmayan teşebbüs gibi bir ayrıma gidilmeksizin düzenlenmiş bulunmaktadır. Öte yandan teşebbüslere internet üzerinde marka kullanımı kapsamında koruma sağlayan mezkur Kanun'un 7. maddesinin üçüncü fıkrasının (d) bendinde; marka sahibi tarafından yasaklamanın uygulanabilmesi, işareti kullanan kişinin işaretin kullanımına ilişkin hakkının veya meşru bağlantısının olmaması şartına bağlanmıştır. İlgili hükümde bahsedilen kullanım hakkı, marka lisans sözleşmeleri yoluyla lisans alanın kullanım hakkını elde etmesini ifade ederken meşru bağlantı ise öncesinde bahsedildiği üzere bayi, tek satıcı veya distribütör gibi ticari kullanıma dayalı bağlantıları ifade etmektedir.
- (398) Her ne kadar 6769 sayılı Kanun marka hakkının kullanımında rakip veya rakip olmayan teşebbüslere yönelik açık bir ayırmadan bahsetmese de meşru hak kavramının kapsamı taraflar arasındaki ticaretin seviyesine bağlı olarak belirlenmektedir. Dolayısıyla rakipler arası bir çevrim içi reklam yasağı anlaşması ile dikey bir çevrim içi reklam yasağı anlaşmasında 6769 sayılı Kanun marka hakkı sahibine aynı seviyede bir marka koruma hakkı vermemektedir. Taraflar arasındaki ticaretin seviyesi bakımından 6769 sayılı Kanun'daki bu istisnai durum dolayısıyla rakip teşebbüsler arasındaki anlaşmalarda marka koruma hakkı tescilli marka hakkı sahibine tanınırken, meşru bağlantı içinde yer alan dikey seviyedeki bir teşebbüse yönelik olarak marka hakkı sahibine sunulmuş bir marka koruması bulunmamaktadır. Bu bakımdan dikey ilişkilerde marka sahibinin, meşru bağlantısı olan bayinin/alıcının internet üzerinde marka kullanımını yasaklaması 6769 sayılı Kanun kapsamında mümkün gözükmemektedir.
- (399) Bu noktada Komisyon tarafından çevrim içi reklam yasaklarını konu edinen en önemli karar *Guess* kararı olup bu kararda diğer dikey kısıtlamaların yanı sıra sağlayıcı *Guess Europe*'un (GUESS) yetkili dağıtıcılarına getirdiği dikey çevrim içi reklam yasaklarının incelenen konular arasında yer aldığı görülmektedir. Karar kapsamında incelenen uygulamaları ile GUESS'in yetkili dağıtıcılarının çevrim içi arama reklamcılığında *Guess* marka adlarını (*brandname*) ve ticari markalarını (*trademarks*) kullanmasını yasakladığı anlaşılmaktadır. Kararda reklam kısıtlamalarının kapsamı bakımından dar/geniş reklam yasağı ya da negatif eşleşme gibi bir sınıflandırma yapılmadığı, genel olarak çevrim içi reklam yasaklarından bahsedildiği önemle ifade edilmelidir.
- (400) Komisyon, GUESS tarafından getirilen bu kısıtlamadaki esas amacın; GUESS'in çevrim içi faaliyetleri üzerinde yetkili dağıtıcılar tarafından oluşturulabilecek potansiyel rekabeti engellemek, satışların düşmesini önlemek ve arama motoru reklamcılığında maliyetleri baskılamak olduğuna hükmetmiştir. Söz konusu uygulamanın yetkili satıcıların çevrim içi pazarda bulunabilirliğini ve faaliyet göstermesini engellediği ve

<sup>71</sup> DEUTCHER E., (2021), "Brand bidding restraints revisited - What is the appropriate economic and legal framework for the antitrust analysis of vertical online search advertising restraints?", University of East Anglia, CCP Working Paper.

seçici dağıtım sistemi ile marka imajının korunacağına ilişkin meşru bir amaca hizmet edemeyeceği ifade edilmiştir. Komisyon açıklanan nedenlerle GUESS'in yetkili dağıtıcılara karşı uygulamalarının ABİDA'nın 101. maddesi kapsamında rekabeti kısıtlama amacına sahip olduğunu tespit etmiştir. Bu bakımdan bu kararda Komisyon anahtar kelimelere ilişkin reklam kısıtlamasını, reklamın türünden bağımsız olarak amaç bakımından ihlal olarak değerlendirmiştir.

- (401) Bu karar sonrası dönemde, 10.05.2022 tarihinde Komisyon, Tüzük ve AB Dikey Kılavuzu'nu yayımlamıştır. Tüzük'ün 15. paragrafında diğer dikey ağır kısıtlamaların yanı sıra satış yapmak için internetin etkin kullanımını engelleyen kısıtlamalar ile bazı çevrim içi reklam kısıtlamalarını da içeren belirli bölgesel korumaların, Tüzük ile sağlanan grup muafiyetinden faydalanamayacağı dile getirilmektedir. Çevrim içi reklam yasaklarının grup muafiyetinden faydalanabilmesi için bir çevrim içi reklam kanalının (örneğin fiyat karşılaştırma siteleri, arama motoru reklamcılığı) kullanımının bütünüyle yasaklanmaması gerekmektedir.
- (402) Tüzük'ün "Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar-Ağır Sınırlamalar" başlıklı 4. maddesinde rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak engelleme amacı taşıyan sınırlamaları içeren dikey anlaşmaların, Tüzük'ün 2. maddesi ile tanınan muafiyetten yararlanamayacağı ifade edilerek bu kısıtlamalar sayılmaktadır. İlgili maddenin (e) bendinde sözleşme konusu ürünlerin satışında alıcı ya da onun müşterileri tarafından internetin etkin bir şekilde kullanımını engellemek, müşterinin sözleşme konusu ürünleri satacağı bölgeleri kısıtlayacağından bu tür kısıtlamalar grup muafiyeti kapsamı dışına çıkan sınırlamalar arasında sayılmıştır. Ancak ifadenin devamında alıcıya uygulanma ihtimali mümkün olan iki istisnai durumdan bahsedilmektedir. Bu istisnai durumlar (i) diğer çevrim içi satış kısıtlamaları ve (ii) bütün bir çevrim içi reklam kanalının kullanılmasını engelleme amacı taşımayan kısıtlamalardır.
- (403) İlgili hükümler AB Dikey Kılavuzu'nun 203 ve 206. paragraflarında açıklanmaktadır. 203. paragrafta doğrudan ya da dolaylı olarak taraflarca kontrol edilen diğer faktörlerle ya da tek başına alıcı ya da onun müşterisi tarafından anlaşma konusu ürün ya da hizmetin belirli bir müşteri grubu ya da bölgeye satışında internetin etkin kullanımını engelleme amacı taşıyan kısıtlamaların 4 (e) kapsamında ağır kısıtlamalar olduğu ifade edilmektedir. Anlaşma konusu ürün ya da hizmetin satışında internet kullanımını fiili olarak yasaklayan bir ya da daha fazla çevrim içi satış ya da çevrim içi reklam yasağı içeren dikey anlaşmaların en azından nihai tüketiciye pasif satışı yasakladığı belirtilmektedir. İlgili kısıtlamalar bu nedenle grup muafiyeti dışına çıkan ağır sınırlamalardandır. Bu durumun aynısının doğrudan yasaklama getirmeyen ancak alıcı ya da onun müşterisi tarafından anlaşma konusu ürün ya da hizmetin belirli bir müşteri grubu ya da bölgeye satışında internetin etkin kullanımını engelleme amacı taşıyan dikey anlaşmalar için de geçerli olduğu dile getirilmektedir. Örnekler arasında ise arama motorları gibi alıcı tarafından bir ya da daha fazla çevrim içi reklam kanalının tamamının kullanımının yasaklanması sayılmaktadır. Bu noktada kısıtlamanın ağır kısıtlama olup olmadığı bakımından yapılacak değerlendirmede kısıtlamanın içerik ve bağlamı dikkate alınacak olup pazara özgü koşulların ve tarafların bireysel özelliklerinin dikkate alınmaması gerektiği ifade edilmektedir.
- (404) 206. paragrafta, anlaşma konusu ürünlerin belirli bir bölge ya da müşteri grubuna satışında alıcı ya da onun müşterisinin interneti etkin kullanımını dolaylı olarak yasaklama amacı taşıyan durumlar örneklenmektedir. (g) bendi reklam yasaklarını örneklemekte ve markalardan bu bölümde bahsedilmektedir. Arama motorları gibi

alıcının bütün bir çevrim içi reklam kanalını kullanmasının yasaklanması ya da örneğin sağlayıcının markasının arama motorunda arama sözcüğü olarak kullanılmaması hükmü gibi bütün bir çevrim içi reklam kanalını dolaylı olarak yasaklayan kısıtlamalar 4 (e) kapsamında görülebilecek dolaylı kısıtlamalardır. Bu tür kısıtlamaların alıcının kendi fiziki ticari alanı dışındaki müşterileri hedefleme, bu müşterileri kendi teklifi hakkında bilgilendirme ve kendi çevrim içi kanalı ya da başka bir satış kanalına çekme kapasitesini kısıtladığından alıcının ya da müşterisinin anlaşma konusu ürünlerin belirli bir bölge ya da müşteriye satışında internetin etkin kullanımını yasaklama amacı taşıdığı ifade edilmektedir. Diğer yandan alıcının çevrim içi satış aktiviteleri hakkında farkındalık yaratacak diğer çevrim içi reklam hizmetlerini kullanması mümkünse, belirli bir arama motorunun yasaklanması genel olarak ağır kısıtlama olmamaktadır. Ancak en çok kullanılan reklam hizmetinin yasaklanması eğer serbest bırakılan kanallar fiili olarak tüketiciyi alıcının çevrim içi kanalına çekmekte yeterli değilse ağır sınırlama anlamına gelebilecektir.

- (405) Diğer yandan 210. paragrafta ise alıcının tüm bir reklam kanalını kullanmasını yasaklama amacı taşımayan ve muafiyetten faydalanabilecek çevrim içi reklam yasakları şu şekilde sıralanmaktadır: (i) çevrim içi reklamın belirli bir kalite standardını karşılaması ya da belirli bir kapsam ve bilgiyi içermesi gerekliliği, (ii) alıcının belirli kalite standartlarını karşılamayan çevrim içi reklam sağlayıcılarının hizmetlerini kullanmaması gerekliliği, (iii) alıcının çevrim içi mağazasının alan adında sağlayıcının marka adını kullanmama gerekliliği.
- (406) Çevrim içi reklam yasakları bakımından dikey ilişkilerde yapılan değerlendirmelerde Komisyon dar/geniş reklam yasağı ya da negatif eşleşme hükümleri özelinde bir değerlendirme yapmamakta genel olarak reklam yasaklarından bahsetmektedir.
- (407) Bu durum Türkiye bakımından 6769 sayılı Kanun kapsamı ile tutarlı bir yaklaşımı işaret etmektedir. Zira 6769 sayılı Kanun, marka sahibinin dikey ilişki içerisinde, örneğin bayisi bakımından, çevrim içi reklamcılıkta marka kullanımını yasaklama hakkı vermemektedir. Bu bakımdan dikey ilişkide 6769 sayılı Kanun bakımından bir koruma olmamakta tüm çevrim içi reklam kısıtlama türleri, dikey ilişkide 4054 sayılı Kanun kapsamında ele alınabilmektedir.
- (408) Bu bakımdan her ne kadar *Modanisa* kararı dar reklam yasağını 6769 sayılı Kanun'un koruması altında görerek 4054 sayılı Kanun'un kapsamı dışına çıkarsa da bu durum rakipler arası yatay ilişki için söz konusu olup daha en başta dikey ilişki durumunda 6769 sayılı Kanun kapsamında bir koruma hakkı bulunmamaktadır.
- (409) Dikey ilişkilerde çevrim içi reklam yasaklarının değerlendirmesinde reklam türü önem arz etmemekte ancak çevrim içi reklam yasağının bir amaç mı ya da etki ihlali mi olduğunun ortaya konulması gerekmektedir. Komisyon uygulamasında *Guess* kararı bu sınırlamaları bir amaç ihlali olarak görürken Komisyonun ondan sonraki dönemde yayımlanan yeni Tüzük ve Kılavuzu'nda dikey ilişkilerde ağır ihlal olan ve muafiyet alabilecek ağır ihlal olmayan reklam kısıtlamalarından bahsedilmektedir. Şöyle ki arama motorları gibi alıcının bütün bir çevrim içi reklam kanalını yasaklaması ya da örneğin alıcının markasının arama motorunda arama sözcüğü olarak kullanılmaması hükmü gibi bütün bir çevrim içi reklam kanalını dolaylı olarak yasaklayan kısıtlamalar ağır ihlal olarak değerlendirilebilmektedir. Ağır ihlal olup olunmadığına yönelik yapılan değerlendirmede ise kısıtlamanın içerik ve bağlamı dikkate alınacak olup pazara özgü koşulların ve tarafların bireysel özelliklerinin dikkate alınmaması gerektiği ifade edilmektedir.

### H.3.3.1.3.4. Dosya Konusu Sözleşmelerin Tarafların Pazarda Yer Aldığı Seviye Bakımından Değerlendirilmesi

- (410) Reklam yasalarının 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilmesinde belirlenmesi gereken ilk husus, anlaşma taraflarının pazarın hangi seviyelerinde faaliyet gösterdiğidir. Zira 6769 sayılı Kanun koruması ve reklam kapsamı bakımından (dar, geniş, negatif eşleşme) yapılacak değerlendirme, tarafların birbirinin rakibi mi yoksa pazarın farklı seviyelerinde faaliyet gösteren dikey ilişki içerisindeki taraflar mı olduğuna bağlı olarak değişmektedir.
- (411) Dosya konusu sözleşmeyle, bilet satış platformlarının OBİLET/BİLETALL'ın anlaşmalı olduğu otobüs firmalarına ait XML/JSON kodlarında gösterilen güzergâh ve saatlerdeki otobüs ulaşım hizmetlerinin web sitelerine entegrasyonu ve son tüketiciye sunulmasına yönelik hizmet alması amaçlanmıştır. Sözleşmeler kapsamında taşıyıcı firmaların sefer verileri, sağlanan entegrasyon ile bilet satış platformlarının erişimine sunulmakta, platform da eriştiği sefer verileri üzerinden bilet satışı gerçekleştirebilmektedir. Bununla birlikte OBİLET/BİLETALL bilet satış platformlarına otobüs firması sefer verilerinin dağıtımını pazarında taşıyıcı firmalar adına bilet satış platformları ile entegrasyon sağlamak üzere ilgili sözleşmeleri imzalamakta, sözleşmelerin konusunu bu sefer verilerinin sağlanması oluşturmakta ve bu sözleşmede taşıyıcı firma ve bilet satış platformu arasında dikey bir ilişki kurulmaktadır. Nitekim taşıyıcı firmanın sefer verilerine entegrasyonun sağlanması ile birlikte platform yolculara ilgili taşıyıcı firmaların seferleri bakımından bilet satış işlemi gerçekleştirebilmektedir.
- (412) OBİLET/BİLETALL ile bilet satış platformları arasında imzalanan ve ilgili kısımları yukarıda verilen sözleşmelerin taraflarından OBİLET/BİLETALL, şehirler arası otobüs firmalarına biletleme yazılımı hizmeti (IMS hizmeti), bilet satış platformlarına ise otobüs firması sefer verilerinin dağıtımını hizmeti (B2B hizmeti) sağlamaktadır. Diğer yandan OBİLET otobüs biletlerinin platform üzerinden satışı (B2C hizmeti) pazarında da faaliyet göstermektedir. Anlaşmanın diğer tarafı olan (.....) gibi bilet satış platformları da otobüs biletlerinin platform üzerinden satışı hizmeti (B2C hizmeti) pazarında faaliyet göstermektedir.
- (413) İncelenen sözleşmelerin tarafları OBİLET/BİLETALL ve B2C ((.....)) iken sözleşmenin yukarıda yer verilen ilgili hükümlerinde iki farklı grup arasında reklam yasağı getirildiği görülmektedir. Bunlardan ilki sözleşmenin tarafı olmayan taşıyıcı firmaların markaları bakımından getirilen reklam yasağı (Taşıyıcı Firma-B2C arasındaki yasak) iken ikincisi sözleşme taraflarından OBİLET/BİLETALL'ın markaları bakımından getirilen reklam yasaklarıdır (OBİLET/BİLETALL-B2C arasındaki yasak).
- (414) B2C'lere sağlanan sefer verilerinin dağıtımını hizmetinde sefer verisi sahibi taşıyıcı firmadır. Nitekim B2C, sefer verisini doğrudan anlaştığı her bir otobüs firmasından temin edebileceği gibi sefer verisi dağıtım hizmetini yazılım sağlayıcısı firmaya bırakan otobüs firmaları açısından B2B'den de temin edebilmektedir. Bu noktada sözleşme tarafı olmayan taşıyıcı firma ile bilet satış platformu tıpkı B2B-B2C firmaların da olduğu pazarın dikey seviyesinde yer alan firmalardır. B2B'den hizmet alınan çalışma şeklinde B2B otobüs firması adına sefer verilerini B2C'lere sağlamakta ancak taşıyıcı firmanın pazarın dikey seviyesinde yer alması durumunda bir değişiklik olmamaktadır. Bu noktada taşıyıcı firmaların kendi internet siteleri üzerinden bilet satışı gerçekleştirmeleri B2C'ler ile rakiplik ilişkisi bakımından bir soru gündeme getirebilecektir. Ancak ilgili pazar tanımını çerçevesinde her ne kadar yolcuya bilet satış işlemi gerçekleştirirse de bunu sadece kendi bileti için yapan taşıyıcı firmanın platform



üzerinden bir bilet satışına aracılık hizmeti gerçekleştirmediği, dolayısıyla B2C'ler ile rakip olamayacağı değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda taşıyıcı firmaların markaları bakımından getirilen reklam yasağının, dikey ilişkilerdeki reklam yasakları bakımından değerlendirilmesi gerekmektedir.

- (415) Diğer yandan sözleşme kapsamında B2C (örneğin (.....)), bilet satış platformu pazarında rakibi olan OBİLET VE BİLETALL'in platform pazarındaki markalarını da kullanamamaktadır. Her ne kadar sözleşmede OBİLET'in rolü B2B olsa da yasağın kapsamında hedeflenen markalar (OBİLET/BİLETALL markaları) bilet satış platformları pazarında kullanılan markalar olup bu pazarda OBİLET/BİLETALL ve diğer B2C'ler rakip konumundadır. Dolayısıyla kısıtlamanın bu kısmı bakımından ise rakipler arası bir reklam yasağı bulunmaktadır.

#### H.3.3.1.3.5. Taşıyıcı Firma Markaları Bakımından B2C'lere Getirilen Reklam Yasağının Değerlendirilmesi

- (416) OBİLET ile (.....) sözleşmesinde “Acente, Servis Sağlayıcı sistemine dahil Taşıyıcı Firmalar’a ...ait marka, kelime ve işaretleri içeren arama motoru reklamları veremez.”, (.....) ve BİLETALL arasındaki sözleşmede, “Acente ... BİLETAL sisteminde yer alan taşıyıcı firma marka kelimelerine ve türevlerine,... google adwords de reklam vermeyecektir...”, OBİLET ile (.....) arasındaki sözleşmede ise “Acente, Servis Sağlayıcı sistemine dahil Taşıyıcı Firmalar’a ... ait marka, kelime ve işaretleri içeren arama motoru reklamları veremez...” denilmektedir.
- (417) Yukarıda ifade edildiği üzere, dikey ilişkilerde sağlayıcı tarafından alıcıya getirilen çevrim içi reklam yasaklarında arama motorları gibi alıcının bütün bir çevrim içi reklam kanalını kullanmasını yasaklayan kısıtlamalar, Komisyon düzenlemesine yansıdığı üzere ağır kısıtlama olarak görülebilmektedir. Bu noktada sağlayıcının markasının arama motorunda arama sözcüğü olarak kullanılmaması hükmü, bütün bir çevrim içi reklam kanalını dolaylı olarak yasaklayan kısıtlamalar olarak değerlendirilmektedir. Bu tür kısıtlamaların alıcının kendi fiziki ticari alanı dışındaki müşterileri hedefleme, bu müşterileri kendi teklifi hakkında bilgilendirme ve kendi çevrim içi kanalı ya da başka bir satış kanalına çekme kapasitesini kısıtladığı, dolayısıyla alıcının ya da müşterisinin anlaşma konusu ürünlerin belirli bir bölge ya da müşteriye satışında internetin etkin kullanımını yasaklama amacı taşıdığı ifade edilmektedir. Diğer yandan alıcının çevrim içi satış aktiviteleri hakkında farkındalık yaratacak diğer çevrim içi reklam hizmetlerini kullanması mümkünse, belirli bir arama motorunun yasaklanması genel olarak ağır kısıtlama olmamaktadır. Ancak en çok kullanılan reklam hizmetinin yasaklanması eğer serbest bırakılan kanallar fiili olarak tüketiciyi alıcının çevrim içi kanalına çekmekte yeterli değilse ağır sınırlama anlamına gelebilmektedir.
- (418) Sözleşmelerde (.....) bakımından *Google Adwords* yasağı varken, diğerlerinde arama motoru reklamı verilemeyeceği şeklinde hüküm düzenlenmiş, bu bakımdan *Yandex*, *Bing* gibi diğer arama motorları bakımından da bir yasak getirilmiştir.
- (419) Bu noktada B2C'lerden 2021 ve 2022 yıllarında reklam bütçelerinin dağılımı hakkında bilgi toplanmış olup Tablo 5'ten de görüldüğü üzere çevrim dışı reklamcılığa yapılan harcamaların toplam reklam bütçesinin çok sınırlı bir kısmını kapsadığı, hatta bazı B2C'lerce bu kanalda hiç harcama yapılmadığı, B2C'ler tarafından asıl olarak çevrim içi reklamcılık faaliyetlerinin yapıldığı tespit edilmiştir. Bu yıllara ilişkin B2C'lerin reklam bütçelerinin çevrim içi arama bazlı reklamcılık/arama motoru reklamcılığı (*Google*, *Yandex*, *Bing*...) ve çevrim içi arama bazlı olmayan reklamcılık (*Facebook*, *Instagram*...) şeklinde dağılımını gösteren aşağıdaki grafik oluşturulmuştur.

Grafik 2: B2C'lerin 2021 ve 2022 Yılları Reklam Faaliyetlerinde Çevrim İçi Arama Bazlı ve Çevrim İçi Arama Bazlı Olmayan Reklamcılık Oranları

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (420) Grafikten görüldüğü üzere (.....) bütünüyle bütçesini arama motoru reklamcılığına ayırmakta, (.....) ve (.....) %90 üzerinde arama motoru reklamlarını kullanmakta, (.....) ise bütçesini en düşük %79 oranında bu kanalda harcamaktadır.
- (421) Arama motoru reklamcılığını yoğun olarak kullanan B2C'lerin hangi arama motorunu kullandığını ortaya koymak üzere toplanan bilgilerde Google'ın en çok kullanılan arama motoru olduğu anlaşılmış olup Google kullanımına ilişkin aşağıdaki grafik oluşturulmuştur:

Grafik 3: B2C'ler Bakımından Çevrim İçi Arama Bazlı Reklamcılıkta Google'ın Payı (2021-2022)

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (422) B2C'ler arama motoru reklamcılığının neredeyse tamamında Google'ı kullanmaktadır. Dosya kapsamında elde edilen bu bilgiler, OBİLET ve B2C'ler arasında imzalanan sözleşmelerde reklam yasaklarına ilişkin hükümlerin arama bazlı reklamcılığın/arama motoru reklamcılığının bütünüyle yasaklanması şeklinde bir kısıtlamaya yol açabilecek şekilde düzenlendiğini göstermektedir. Zira (.....) için sadece *Google Adwords* yasaklanmış olsa da bu yasak en çok kullanılan arama motorunun reklamcılık faaliyetlerinde kullanılmasını engellemektedir. (.....) ve (.....) bakımından zaten sözleşme tüm arama motorları için bir yasak öngörmektedir. Yukarıda ifade edildiği üzere, sağlayıcının markasının arama motorunda arama sözcüğü olarak kullanılmaması şeklindeki bir kısıt, bütün bir çevrim içi reklam kanalını dolaylı olarak yasaklayan kısıtlamalar olarak değerlendirilebilmekte ve bu da ağır kısıtlamalar sınıfında görülebilmektedir.
- (423) Çevrim içi reklam yasağı ile karşı karşıya olan B2C'lerin kimler olduğu incelendiğinde bu yasakla sınırlanmayan teşebbüsler de olduğu görülmektedir. Nitekim (.....) bakımından sözleşmesinde yasaklayıcı bir hüküm tespit edilmemiştir. Diğer yandan OBİLET'e kendisinin bu yasak kapsamında olup olmadığı ayrıca sorulmuştur. İletilen cevaba göre hem BİLETALL hem de OBİLET, taşıyıcı otobüs firmalarıyla akdettiği sözleşmelerin genelinde, vereceği reklamlarda ve yapacağı duyurularda ilgili taşıyıcı firmaya ait logo ve markaları, taşıyıcı otobüs firmasının itibarına zarar vermemek koşuluyla kampanya ve tanıtımlarında kullanma hakkına sahiptir. Dolayısıyla taşıyıcı firma markalarına ilişkin reklam yasağı ile bağlı olmayan B2C'lerin bulunduğu görülmektedir.
- (424) Bu noktada reklam yasağına tabi olan B2C'ler ile reklam yasağına tabi olmayan B2C'lerin *Google Adwords* bütçelerini karşılaştırmakta fayda bulunmaktadır. Bu bakımdan OBİLET'e rakip B2C'lerin reklam bütçelerinden en yüksek pay alan *Google Adwords* sözcüklerine ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 18: B2C'lerin Reklam Bütçesinde En Çok Paya Sahip Beş Kelime

ENUYGUN	NEREDENNEREYE	TURNA.COM	BİLET.COM
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

(425) Tablodan görüldüğü üzere, B2C'ler genel olarak “(.....)” gibi jenerik sözcüklere anahtar kelime olarak bütçelerinde yüksek paylar vermektedir. Bu noktada çevrim içi arama bazlı reklamcılık faaliyetlerinde dosya konusu yasak ile sınırlanmayan (.....) cevabi yazısında *Google Adwords* reklamlarının yönetimine ilişkin bilgi verilmiştir. Buna göre teşebbüs tarafından, (.....) bulunduğu ifade edilmiştir. Teşebbüsün hesap yapısı incelendiğinde bahse konu (.....) olduğu görülmektedir. (.....) TL, (.....)TL, (.....)TL, (.....)TL ve (.....)TL olmakla birlikte en yüksek maliyetli hesabın (.....)TL ile (.....) ve en düşük maliyetli hesabın (.....)TL ile (.....) olduğu görülmektedir. Ancak (.....) yer alan “(.....)” kelimesinin (.....)TL ile bu hesabın büyük bir kısmını oluşturduğu, bununla birlikte “(.....)” kelimesinin (.....) yer alan kelimeler ile birlikte kullanılarak kelime gruplarına dahil edildiği göz önünde bulundurulduğunda en yüksek maliyete sahip (.....) olduğu söylenebilmektedir. (.....) yer alan kelimelerin taşıyıcı firma markaları olduğu görülmekte olup teşebbüs tarafından gönderilen cevabi yazıda en çok kullanılan 12 farklı firma adına yer verilmiştir<sup>72</sup>. Bu firmalar arasında (.....) otobüs firmalarına ait markalar olduğu da görülmektedir.

(426) Öte yandan Tablo 19'da ise yine bu çevrim içi reklam yasağı ile sınırlanmayan OBİLET'in *Google Adwords* sözcüğü olarak en çok kullandığı kelimelerin listesi verilmiştir. Bu kelimelerden OBİLET'in reklam bütçesinde (hava yolu taşımacılığına ilişkin kelimeler arındırıldığında) en çok paya sahip olan ilk 10 kelimenin yer aldığı söz konusu tablo aşağıdaki şekildedir:

Tablo 19: OBİLET/BİLETALL Tarafından Kullanılan İlk 10 *Google Adwords* Anahtar Kelimesi

Anahtar Kelime	Reklam Bütçesi İçerisindeki Payı (%)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)

Tablo 19'un devamı:

Anahtar Kelime	Reklam Bütçesi İçerisindeki Payı (%)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)

Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler

(427) Tablo incelendiğinde, OBİLET'in *Google Adwords* sözcüğü olarak kullandığı ve bütçesinde en yüksek pay alan kelimeler içerisinde (.....) gibi jenerik kelimelerin yoğun olduğu, ancak (.....) gibi otobüs firmalarının markalarını içeren kelime/kelime gruplarının da *Google Adwords* sözcüğü olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu bakımdan taşıyıcı firmaların markalarının arama motoru reklamcılığında kullanılabildiği, bu kullanımın bazen de reklam bütçesinden yüksek pay alabildiği anlaşılmaktadır.

<sup>72</sup> (.....).

- (428) Bu yasak OBİLET/BİLETALL'ın sefer verilerinin dağıtımına ilişkin olarak B2C'ler ile imzaladığı sözleşmeler kapsamında, diğer bir deyişle B2B hizmeti pazarında getirilmiş olup OBİLET/BİLETALL'ın mevcut durumda bu pazarda bilet adedi bazında %(.....), firma sayısı bazında %(.....) pazar payı bulunmaktadır. Dolayısıyla OBİLET/BİLETALL'ın dağıtımını yaptığı tüm firmalar bakımından getirilen yasağın kapsamının çok geniş olduğu anlaşılmaktadır.
- (429) Sonuç olarak, Komisyonun ağır ihlal olarak gördüğü çevrim içi reklam kanalının bütünüyle kullanılmasını engelleyecek şekilde düzenlenen inceleme konusu sözleşmelerdeki reklam yasağının OBİLET/BİLETALL'dan B2B hizmeti alan tüm firmalar bakımından getirilmiş olmasının pazarda çevrim içi reklam yasağının kapsamını önemli ölçüde artırdığı görülmekte olup, OBİLET/BİLETALL'ın ve (.....) bu yasağa tabi olmadığı ve taşıyıcı firma markalarını arama motorlarında kullanabildiği hususları birlikte değerlendirildiğinde; dikey nitelikli reklam yasağının rekabeti kısıtlayıcı bir etki ortaya çıkarması mümkündür. Söz konusu etki, ilgili B2C'lerin taşıyıcı firmaların markaları bakımından arama yapan müşterileri hedefleme, bu müşterileri kendi teklifi hakkında bilgilendirme ve kendi çevrim içi kanalı ya da başka bir satış kanalına çekme kapasitesini kısıtlaması dolayısıyla ortaya çıkacaktır.
- (430) Bu tespitler ışığında taşıyıcı firmaların markaları bakımından<sup>73</sup> B2C'lere getiren arama motoru reklam yasağının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini en azından etki itibarı ile ihlal edebileceği değerlendirilmektedir.

#### **H.3.3.1.3.6. OBİLET/BİLETALL Markaları Bakımından B2C'lere Getirilen Reklam Yasağının Değerlendirilmesi**

- (431) OBİLET ile (.....) sözleşmesinde "Acente, ... Obilet'e ait marka, kelime ve işaretleri içeren arama motoru reklamları veremez.", (.....) ve BİLETALL arasındaki sözleşmede, "Acente ... BİLETAL marka kelimelerine ve türevlerine google adwords de reklam vermeyecektir...", OBİLET ile (.....) arasındaki sözleşmede "Acente, ... "Obilet", "o bilet", "obilet.com" ve bunları içeren sözcük öbekleri dahil, Obilet'e ait marka, kelime ve işaretleri içeren arama motoru reklamları veremez..." denilmektedir.
- (432) Rakipler arası çevrim içi reklam yasaklarının değerlendirilmesinde reklam yasağının kapsamı önem arz etmektedir. İlgili hükümleri yukarıda yer verilen sözleşmelerde B2C'lere değişen kapsamlarda reklam yasakları getirilmiştir. OBİLET-(.....) sözleşmesindeki reklam yasağı tüm arama motorlarında OBİLET marka kelime ve işaretleri için getirilmektedir. BİLETALL-(.....) sözleşmesinde reklam yasağının Google Adwords ile sınırlı olduğu ve BİLETALL marka kelimelerini ve türevlerini kapsadığı görülmektedir. OBİLET-(.....) sözleşmesinde ise tüm arama motorlarında taşıyıcı firmalara ve/veya "obilet", "o bilet", "obilet.com" ve bunları içeren sözcük öbekleri dahil, OBİLET'e ait marka, kelime ve işaretleri içeren reklamlara yönelik bir yasak bulunmaktadır. Bu sözleşmede dikkat çeken husus markalara ilişkin sözcük öbeklerinin de reklam yasağı kapsamına alınmış olmasıdır.
- (433) Sözleşmeler kapsam bakımından değerlendirildiğinde; sadece marka adını hedefleyen (.....) ve (.....) sözleşmesinde dar reklam yasağı getirilirken, marka adını içeren sözcük öbeklerinin de yasak kapsamına eklendiği (.....) sözleşmesinde geniş reklam yasağı bulunmaktadır.
- (434) Dar reklam yasağı, yukarıda ifade edildiği üzere, 6769 sayılı Kanun'un marka hakkına sahip tarafa verdiği koruma nedeniyle 4054 sayılı Kanun kapsamında yer

<sup>73</sup> Örnekleme gerekirse; "(.....) biletleri" gibi aramalara reklam verilebilecektir.

almamaktadır. Dolayısıyla dosya kapsamında incelenen sözleşmelerde yer alan OBİLET/BİLETALL tescilli markaları bakımından getirilen dar kapsamlı reklam yasağının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olmadığı değerlendirilmektedir<sup>74</sup>.

- (435) Diğer yandan Kurulun yukarıda yer verilen *Modanisa* kararında; geniş reklam yasağı içeren rakipler arası anlaşma 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini etkisi itibarıyla ihlal edebilecek nitelikte bulunmuş ve sözleşmeye muafiyet verilmemiştir. Mevcut dosyada incelenen sözleşmelerde ise geniş reklam yasağı bulunmaktadır. OBİLET'in B2C pazarında hâkim durumda olabileceği, tüm taşıyıcı firmalar tarafından bilet satışı için en önemli/vazgeçilmez bir kanal olarak değerlendirildiği yukarıda ifade edilmiştir. Bu kapsamda böyle bir firma tarafından rakiplerine yönelik getirilen geniş reklam yasağının Kurulun yakın tarihli içtihadı da gözetilerek 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini etki itibarıyla ihlal edebileceği<sup>75</sup> kanaatine varılmaktadır.

#### **H.3.3.1.4. Sözleşmelerde Yer Alan Çevrim İçi Reklam Yasaklarına İlişkin Genel Değerlendirme**

- (436) Yukarıda yer alan değerlendirmeler ışığında; çevrim içi reklam yasaklarını içeren sözleşmelerin sözleşme taraflarının pazarda yer aldığı seviye bakımından ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu noktada rakipler arası çevrim içi reklam yasaklarında, dar reklam kısıtlamaları 4054 sayılı Kanun kapsamında yer almazken geniş reklam kısıtlamaları etki itibarıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebilecektir. Dikey çevrim içi reklam yasakları ise ağır sınırlamalar arasında görülebilen bir dikey kısıtlamadır.
- (437) Dosya kapsamında yer alan sözleşmeler bu tespitler çerçevesinde değerlendirildiğinde, ilk olarak taşıyıcı firmaların markaları bakımından B2C'lere getirilen arama motoru reklam yasağının dikey bir çevrim içi reklam yasağı olduğu ve 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini etki itibarıyla ihlal edebileceği değerlendirilmektedir. Diğer yandan OBİLET/BİLETALL markaları bakımından getirilen yasağın ise rakipler arası çevrim içi reklam kısıtlaması olduğu, (.....) ve (.....) sözleşmelerindeki dar reklam yasağının 4054 sayılı Kanun kapsamında olmadığı ancak (.....) sözleşmesindeki geniş reklam yasağının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini etki itibarı ile ihlal edebileceği değerlendirilmektedir. Sonuç olarak OBİLET/BİLETALL ve B2C'ler arasındaki sözleşmelerde 4054 sayılı Kanun'u etkisi itibarı ile ihlal edebilecek çevrim içi reklam kısıtlamalarının bulunduğu kanaatine ulaşılmıştır.

#### **H.3.3.2. Sözleşmelerde Yer Alan İletişim Yasağı Bakımından Değerlendirme**

- (438) Sözleşme hükümleri kapsamında ayrıca B2C'nin otobüs firması ile iletişime geçmemesi adına yasaklayıcı bir hüküm bulunmaktadır. Buna göre platform, sözleşme imza tarihinden önceki ilişkiler hariç olmak üzere, OBİLET'in izni olmaksızın OBİLET'in portföyünde bulunan otobüs firması ile ticari ilişki kurmak adına iletişime geçemeyecektir.

- (439) Bu çerçevede, OBİLET ile (.....) arasındaki ilgili hükme aşağıda yer verilmektedir:

*"Acente, işbu Sözleşme tarihinden önceki ilişkiler baki kalmak üzere, Servis Sağlayıcı sisteminde yer alan hiçbir Taşıyıcı Firma ile Servis Sağlayıcı'nın yazılı onayı olmadan ticari ilişki kurmak üzere iletişime geçmeyeceğini, herhangi bir ticari ilişki kurmayacağını,*

<sup>74</sup> Örneklemek gerekirse tescilli markalar bakımından "obilet", "biletall" şeklinde dar kapsamlı çevrim içi reklam yasağı getirilebilir.

<sup>75</sup> Örneklemek gerekirse tescilli markalar bakımından "obilet fiyatları", "biletall fiyatları" şeklinde geniş kapsamlı çevrim içi reklam yasağı getirilemeyecektir.

*Taşıyıcı Firmalar ile Servis Sağlayıcı'nın ticari ilişkisine zarar verecek veya Servis Sağlayıcı'nın Taşıyıcı Firmalar nezdindeki itibarını zedeleyecek herhangi bir iletişim yapmayacağını, Servis Sağlayıcı hakkında gerçek dışı veya yanıltıcı söylemlerde bulunmayacağını kabul ve taahhüt eder.”*

(440) Aşağıda (.....) ile BİLETALL sözleşmesindeki ilgili hükme yer verilmektedir:

*“ACENTE, Ek-4'te belirtilen firmalar hariç olmak üzere BİLETAL sisteminde yer alan firmalar ile sözleşme süresince doğrudan çalışamaz. ... ACENTE, BİLETAL taşıyıcı firmalarına satış rakamları, çalışma koşulları ve benzeri tüm konular hakkında bilgilendirme yapamaz. Aksi halde ACENTE her bir ihlal için BİLETAL'a 25.000 TL cezai bedel ödeyeceğini kabul eder.”<sup>76</sup>*

(441) BİLETALL ve (.....) arasındaki sözleşmede ise “ACENTE, Biletal sisteminde yer alan hiçbir Taşıyıcı Firma ile bilet satış ve rezervasyon faaliyetleri ile ilgili ticari ilişki kuramaz.” denilmektedir.

(442) Öncesinde ifade edildiği üzere; B2C firmaları sefer verilerini doğrudan otobüs firmasından tek tek yaptığı anlaşmalar ile temin edebileceği gibi B2B firması ile sistemindeki tüm firmalar bakımından yaptığı tek bir sözleşme ile de temin edebilmektedir. Ancak yukarıda verilen sözleşme hükümleri dolayısıyla OBİLET/BİLETALL'dan B2B hizmeti alan B2C firması, otobüs firması ile bilet satış ve rezervasyon hizmetleri ile ilgili olarak ticari ilişki kuramamakta, satış rakamları, çalışma koşulları ve benzeri tüm konular hakkında bilgilendirme yapamamaktadır. Bunun sonucu olarak B2C otobüs firması ile sefer verisinin teminine yönelik doğrudan anlaşma yapamamakta, pazar performansı hakkında otobüs firmasını bilgilendirememektedir.

(443) İlgili hüküm B2C'lerin otobüs firmaları ile bilet satış ve rezervasyon hizmetleri ile ilgili olarak ticari ilişki kurmalarını, satış rakamları, çalışma koşulları ve benzeri tüm konular hakkında bilgilendirme yapmalarını engelleyerek sefer verisi dağıtım hizmetinin bütünüyle OBİLET/BİLETALL üzerinden temin edilmesine/sağlanmasına yol açabilmektedir. B2B pazarında en büyük portföye sahip OBİLET'in, B2B hizmeti verdiği mevcut durumda (.....) firma olduğu düşünüldüğünde; B2C'lerin her bir iletişim için (.....) TL cezai bedel ödeyecek olması<sup>77</sup> B2C açısından otobüs firması ile sürdürülebilir bir iletişim yürütmesini oldukça maliyetli kılmaktadır. Kaldı ki cezai bedel istenmediği durumda da sözleşme koşullarının ihlali, sözleşmenin feshini gündeme getirebilecektir. Bu sebeple OBİLET/BİLETALL ile sözleşme imzalayan bir B2C'nin OBİLET/BİLETALL'dan B2B alan otobüs firmaları bakımından sefer verisi temininde tek sağlayıcısı OBİLET/BİLETALL olmaktadır.

(444) Dikey Kılavuz'da açıklandığı üzere tek elden satın alma hükümleri münhasır dağıtıcıların belirli bir marka için satın alımlarını doğrudan üreticiden yapmasını gerektirmektedir. Tek elden satın alma yükümlülüğü bu şekilde münhasır dağıtıcıların sistem içindeki diğer dağıtıcılardan mal almalarını engelleyerek olası arbitraj imkânını ortadan kaldırmaktadır. Bu durum sağlayıcıya farklı satış koşulları uygularken marka içi rekabeti sınırlama olanağı verebilmektedir.

(445) Dosya kapsamında tespit edilen iletişim yasağı dolayısıyla sefer verisi dağıtım hizmetini OBİLET/BİLETALL'dan alan B2C, B2B hizmetini OBİLET/BİLETALL'dan alan otobüs firması ile anlaşma yapma imkânını kaybetmektedir. Ancak yukarıda ifade

<sup>76</sup> Ek-4'te yer alan firmaların (.....) olduğu anlaşılmaktadır.

<sup>77</sup> (.....) açısından Ek-4'te yer alan (.....) yasak kapsamında olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak sözleşmenin imzalanması sonrası dönemde bu firmaların bazılarının kendi yazılımlarını kullandığı bazılarının ise (.....) geçtiği görülmektedir.

edildiği üzere bilet satışına imkân veren sefer verisi hizmetinin temini için B2C otobüs firması ile de anlaşabilmektedir. Bir başka ifadeyle B2C'nin pazarda bu hizmeti alacağı iki farklı kaynağı varken OBİLET bu yasak ile bir bakıma hizmetin sadece kendinden alınması şartını getirmiş durumdadır. Dolayısıyla inceleme konusu iletişim yasağı dikey ilişkilerdeki tek elden satın alma hükmüne benzer sonuçları olabilecek bir kısıtlamadır.

(446) Otobüs sefer verilerinin platformlara dağıtım hizmeti görece az sayıda B2B tarafından gerçekleştirilmektedir. Sektörde B2B hizmeti sağlayan iki önemli oyuncu OBİLET ve MYDATA'dır. Otobüs firmaları hem yazılım hem B2B pazarında tek bir sağlayıcı ile çalıştığından B2B pazarda yer alan teşebbüslerin portföyleri tamamen birbirinden farklı olmaktadır. OBİLET bu pazarda yukarıda ifade edildiği üzere (.....) kadar otobüs firmasının sefer verisini sağlamakta, bu bakımdan en büyük sefer verisi portföyünü elinde bulundurmakta ve neredeyse tüm portföyü bu yasak kapsamında yer almaktadır. Pazarın diğer özellikleri dolayısıyla da B2B pazarında OBİLET'in hâkim durumda olabileceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla tek elden satın alma şeklinde sonuç yaratan iletişim yasağının, B2B pazarda pazar gücüne sahip firma tarafından B2C'lere getirildiği görülmektedir. Ayrıca OBİLET B2C pazarda da faaliyet göstermekte olup teşebbüsün hâkim durumda olabileceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla B2C pazarındaki rakiplerine yönelik getirdiği bu yasak ile OBİLET, B2C pazardaki rekabeti etki itibarıyla kısıtlayabilecektir.

(447) OBİLET'in otobüs firması ve platform arasındaki iletişimi kesmesi öncelikle B2C pazarında otobüs firmalarına uygulanan komisyonlar üzerindeki fiyat rekabetini engelleyebilecektir. Bu noktada OBİLET/BİLETALL dışında B2B hizmeti veren ikinci oyuncu olan MYDATA ile platform arasında akdedilen *Sefer Verilerinin Dağıtım Hizmeti Sözleşmesi*'nin ilgili hükümleri ile OBİLET/BİLETALL ile platform arasındaki sözleşmenin ilgili hükümlerinin farklılık arz ettiği görülmektedir. Şöyle ki, aşağıda yer verilen ilgili hüküm uyarınca platformun doğrudan doğruya MYDATA'nın portföyünde bulunan bir otobüs firması ile iletişime geçerek bilet satış komisyonu belirlemesi serbest bırakılmıştır:

*"6.1. Komisyon Oranı: (.....), bilet satış işlemine karşılık olarak, Bilet Dağıtım Kanalları üzerinden satışını gerçekleştirdiği ve iptal edilmeden taşınması gerçekleştirilen biletlerin KDV dâhil satış bedeli üzerinden %(.....) oranında KDV dahil satış komisyonu bedeli ("Komisyon Bedeli") almaya hak kazanacaktır. Ancak, (.....) firmalar ile ayrı sözleşme yaparsa, (.....)'nin firmalar ile yaptığı sözleşmelerde ki komisyon oranı geçerli olacaktır."*

(448) (.....), (.....) ve (.....) MYDATA yazılımını kullanan bazı otobüs firmaları ile doğrudan sözleşme yaptığı görülmektedir<sup>78</sup>. Dolayısıyla B2C'ler bakımından sefer verisinin temini hizmetinde B2B firması ile anlaşılmakla beraber iletişim yasağı bulunmayan B2C'lerin otobüs firması ile doğrudan sözleşme yapma alternatifini de kullandığı görülmektedir.

(449) Bu sözleşme hükmü sayesinde MYDATA ile *Sefer Verilerinin Dağıtım Hizmeti Sözleşmesi* imzalayan platform, OBİLET sözleşmelerinin aksine otobüs firmasına sunacağı bilet satış hizmeti karşılığında talep edeceği komisyon ücretini ya da başkaca çalışma koşullarını belirleme şansına sahip olacaktır. Dosya kapsamında yapılan görüşmelerde elde edilen bilgilere göre B2C'ler, doğrudan anlaşma yapılan otobüs firmalarına MYDATA'dan farklı bir komisyon oranı sunmamıştır. Yine de farklı bir komisyon oranı sunabileceklerini dile getirmişlerdir.

<sup>78</sup> Örneğin (.....) firmaları ile B2C'lerin doğrudan sözleşmesi bulunmaktadır.

- (450) Bu noktada bir başka önemli husus doğrudan anlaşmada B2C'ler, MYDATA ile bir gelir paylaşımına girmemekte, anlaştığı komisyon oranının tamamını kendi almaktadır. Ancak OBİLET/BİLETALL sistemindeki firmalar bakımından B2C, sefer verilerini sadece OBİLET/BİLETALL'dan temin edebilmekte ve gelir paylaşım modeli çerçevesinde komisyonun sadece bir bölümünü kazanabilmektedir. Bu noktada OBİLET ile çalışan platform, OBİLET'in komisyon oranı ile bağlı kalarak gelir paylaşımı çerçevesinde en fazla ilgili komisyonun %(.....) alabilirken MYDATA ile çalışan platform, otobüs firması ile doğrudan sözleşme yaptığı durumda komisyon pazarlığı yapabilmekte ve ilgili komisyon oranının tamamını alabilmektedir. Ancak platform otobüs firması ile pazarlık yapmaz ise MYDATA'nın komisyon oranına bağlı kalmakta ve MYDATA ile gelir paylaşımı çerçevesinde komisyonun %(.....) alabilmektedir.
- (451) Sözleşmelerin bu şekilde akdedilmiş olması OBİLET ile çalışan otobüs firmaları bakımından rakip platformların OBİLET ile komisyonlar üzerinden fiyat rekabetine girmesini engelleyici bir etki yaratabilecektir. Bu durumda rakip platform fiyatı/komisyon oranını kabul eden pasif bir konumda kalmakta, fiyat belirleme gücü bulunmamaktadır. Oysa MYDATA'nın çalışma şeklinde platform isterse fiyat pazarlığı yaparak fiyat rekabetine girebilmektedir.
- (452) Dosya kapsamında bu çalışma şekline ilişkin bir diğer iddia ise; söz konusu çalışma modelinde otobüs firmasının OBİLET dışında kalan platformların ne kadar satış yaptığı bilgisini doğrudan elde edemediği ancak dolaylı yollardan talebi halinde yapılan raporlamalar üzerinden elde edebilecek olduğudur. Gerçekten de (.....) sözleşmesinde B2C'nin taşıyıcı firmalara satış rakamları hakkında bilgilendirme yapamayacağı açıkça yazmaktadır. Dosya kapsamında görüşülen otobüs firmaları da MYDATA yazılımında kimin ne kadar bilet sattığını görebildiklerini ancak OBİLET/BİLETALL'da bunu göremediklerini dile getirmektedir. Konu hakkında OBİLET'e yöneltilen "Otobüs firması hangi platformun ne kadar bilet sattığı bilgisine sahip midir?" sorusuna OBİLET'in verdiği cevap aşağıda yer almaktadır:

*"Otobüs firmalarının biletlerinin "satıldığı" kanal olarak aslen GDS'ler (ilgili bilet satış platformu şayet otobüs firmasının sistemine aracı GDS kullanmaksızın bağlanıyorsa veya ilgili firmanın altyapı yazılımını kendisi sağlıyorsa, ilgili bilet satış platformunun kendisi) gözükmektedir. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığının 08/01/2018 tarihinden itibaren yürürlüğe koymuş olduğu U-ETDS (Ulaştırma Elektronik Takip ve Denetim Sistemi) sistemi kapsamında da Bakanlığa iletilen "satış kanalı" bilgisi de bu yönde oluşmaktadır. Ayrıca, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığınca çıkarılan Karayolu Taşıma Yönetmeliği kapsamında, otobüs firmalarının biletlerini yalnız F1/F2 acentelik belgesine o firmanın muvafakatnamesini işleten satış kanalları satabilmektedir.*

*Bu bağlamda, otobüs firması biletini satan kanal olarak F1/F2 belgesine sahip olan platformun gözükmesi, bu platformdan GDS hizmeti alan platformların da fayda sağladığı bir durumdur. Nitekim, bir bilet satış platformunun biletini sattığı yüzlerce taşıyıcı firmayı F1/F2 belgesine işletmesi için tek tek yurdun dört bir yanına dağılmış firma karar vericilerini ziyaret etmesi, karar vericilerin yerlerinde bulunmamaları durumunda bu ziyaretleri tekrar etmesi, ilgili karar vericileri F1/F2 belgesi muvafakati için ikna etmesi, bu aşamada firma sahiplerinin çeşitli taleplerini karşılaması, bir kısım muvafakatname için tek tek noter onayı almak için zaman ve emek harcaması gerekecektir.*

*Sonuç olarak, halihazırda taşıyıcı firmalar "anlık olarak" bilet satışının hangi bilet platformundan yapıldığı bilgisine ulaşamamakta ise de, bu bilgi taşıyıcı firmalardan gizlenen bir bilgi değildir. Taşıyıcı firmanın gerek tek seferlik, gerekse periyodik raporlama talebinde bulunması halinde Obilet ve Biletall'ın bu bilgileri taşıyıcı firma ile*



*paylaşması mümkündür ve bugüne kadar da talepte bulunan firmalardan bu bilgiler gizlenmemiştir.*

*Diğer taraftan, havayolu firmaları da biletlerini satan nihai kanalları görüntüleyememekte, kendilerine doğrudan bağlantısı bulunan ve uçak bileti acentelerine GDS hizmeti sağlayan şirketleri “bileti satan nokta” olarak görüntüleyebilmektedir. Örnek olarak, 2020 yılına kadar THY biletlerini Akdeniz/Petur adlı GDS’e ait sistem aracılığıyla satışa sunan Obilet’in satışları THY tarafından görüntülenememiştir. Halen de Obilet.com üzerinden son kullanıcılara yapılan uçak bileti satışları THY tarafında, Obilet’in 2021 yılı sonundan bu yana GDS servis sağlayıcısı olarak kullandığı Biletal İç ve Dış Ticaret A.Ş. tarafından yapılan toplam satışlar içinde gözükmemekte, anlık olarak ayrıştırılamamaktadır.*

*Sektör standardı olan bu işleyle ilgili bugüne kadar taşıyıcı firmalar veya bilet satış platformlarından Obilet’e iletilmiş olan herhangi bir itiraz veya şikayet bulunmamaktadır.”*

- (453) OBİLET bu duruma ilişkin olarak F1/F2 belgesi olmayanların zaten satıcı olarak görünmesinin mümkün olmadığını, bu noktada anlık görüntüleme olmasa da talep üzerine yapılacak raporlamalarda görünürlüğün sağlanacağını ifade etmektedir. Oysa MYDATA, yazılımını kullanan otobüs firmalarının hangi platformdan ve hangi kanaldan ne kadar bilet satıldığını yazılımda raporlama yetkisi verilmiş kullanıcının detaylı bir şekilde görüntüleyebildiğini belirtmiştir.
- (454) Diğer yandan F1 ve F2 yetki belgelerine ilişkin 15.09.2022 tarihinde Bakanlıktan bilgi talep edilmiş olup, F1(E) yetki belgesine sahip teşebbüslerin (.....) olduğu, F2(E) yetki belgesine ise (.....) sahip olduğu tespit edilmiştir. Konuya ilişkin olarak (.....) söz konusu belgelere sahip olup olmadıkları ayrıca sorulmuş, (.....) tarafından gönderilen cevapta teşebbüsün F2(E) yetki belgesine sahip olduğu belirtilmiş ve ilgili belge sunulmuştur. (.....).
- (455) Dolayısıyla OBİLET/BİLETALL’dan B2B hizmeti alan B2C’ler OBİLET’in bahsettiği yetki belgelerine sahip olduğundan OBİLET’in ilgili platformların neden satıcı olarak gözükemeyeceklerine ilişkin açıklamasının kabul edilemeyeceği değerlendirilmektedir.
- (456) Bu noktada satış miktarlarının otobüs firmaları tarafından gözükmemesinin rekabeti nasıl etkileyebileceği de değerlendirilmelidir. Taşıyıcı firma açısından bir platformun tercih edilmesinde ilgili platformun bilinirliği ve satış potansiyeli önemli olabilmektedir. Ancak mevcut durumda OBİLET ile çalışan otobüs firmalarının biletleri bakımından rakip platformlar ne kadar satış yaptığı yönünde otobüs firmasına doğrudan bilgilendirme yaparak satış hacimlerini bir pazarlık aracı olarak kullanamamaktadır. Otobüs firması ancak raporlama halinde bu bilgiye sonradan ulaşmaktadır. Bir anlamda sektörde otobüs firması ve platformlar arası iletişimin engellenmesi önemli bir bilgi asimetrisine yol açmakta, bu da satış potansiyelini/hacmini rekabetçi bir güç olarak kullanması engellenen rakip B2C’lerin OBİLET üzerindeki rekabetçi baskılarını azaltabilmektedir.
- (457) Fiyat rekabetinin kısıtlanması ve rakiplerin sattığı bilet miktarını taşıyıcı firmalara iletememeleri dolayısıyla rekabetçi güçlerinin sınırlandırılmasının yanı sıra iletişim yasağının başkaca etkileri de bulunmaktadır. (.....) tarafından ifade edildiği üzere B2C’ler anlaşma koşullarında iyileştirme isteyememekte ve iş planlarını etkin bir biçimde otobüs firmalarına aktaramamaktadır. (.....) tarafından ise otobüs firmaları ile iletişime geçerek bir promosyon faaliyeti yürütülemediği (örneğin dini ve milli bayramlarda belirli sayıda bilette indirim gibi) dile getirilmektedir. Bu durum altında hem otobüs firmaları hem de B2C’ler OBİLET/BİLETALL’ın sunduğu koşullar ile çalışmak zorunda kalmaktadır. Promosyon kampanyaları tüm sektörlerde bilinirlik ve satış hacmini artırmaya yönelik olarak sıklıkla kullanılmaktadır. Ancak iletişim yasağı

dolayısıyla B2C firması otobüs firması ile iletişime geçerek promosyon yapma imkanına sahip olamamaktadır. B2C'lerin başkaca promosyon kampanyaları yapmaları mümkün olmakla birlikte neredeyse (.....) taşıyıcı firma bakımından bu işin yapılması imkanının olmaması B2C'lerin yine rekabetçi gücünü sınırlayarak OBİLET üzerindeki rekabetçi baskıyı azaltabilecektir.

- (458) Yukarıda sayılan tüm bu hususlar çerçevesinde, OBİLET/BİLETALL ve B2C'ler arasında yer alan sözleşmelerdeki iletişim yasağına ilişkin hükmün tek elden satın alma hükmü şeklinde değerlendirilmesi gerektiği, ayrıca OBİLET/BİLETALL yazılımlarında rakip platformların bilet satış miktarının görüntülenememesinin bu kısıtın etkisini desteklediği değerlendirilmektedir. OBİLET'in B2B ve B2C pazardaki hâkim durumda olabileceği düşünüldüğünde bu iki kısıtın/uygulamanın etkisi itibarıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceği değerlendirilmektedir.
- (459) Öte yandan dosya sürecinde B2C'lerin gelir paylaşımına ilişkin iletilen iki farklı şikâyetin de iletişim yasağı ile ilgili olduğu değerlendirilmektedir. Bunlardan ilki B2C'lerin otobüs firması ile OBİLET/BİLETALL arasında belirlenen komisyon oranını bilmedikleri, ancak kendilerinin bu oran üzerinden bilet satış işlemi gerçekleştirerek gelir paylaşımı modelindeki oranları çerçevesinde komisyon elde ettikleri, bu noktada paylaşımından elde ettikleri gelir ve paylaşım oranından yola çıkarak OBİLET/BİLETALL ile otobüs firması arasındaki komisyonun ne olacağına ilişkin tahmin yürüttükleri ancak sektördeki duyularına göre OBİLET/BİLETALL'ın tahmin edilen oranın üstünde komisyon aldıklarına ilişkindir.
- (460) B2C'ler OBİLET/BİLETALL ile imzaladıkları sözleşmeye göre, sattığı ve yolculuğun tamamlandığı bilet başına sistemde tanımlı komisyonu hak etmekte, uygulanacak komisyon oranı sistemde belirlenmektedir. İletişim yasağı olan B2C, otobüs firması ile OBİLET/BİLETALL'ın komisyon oranını öğrenebileceği bir iletişime giremeyeceğinden gerçekten de OBİLET/BİLETALL'ın sistemde belirlediği veriye bağlı kalacaktır. Bu durum B2C'nin fiyatını OBİLET/BİLETALL'ın kontrolüne bağlı kılmakta, sektördeki genel komisyon oranı bakımından bilgisini sınırlamaktadır. Ancak iletişim yasağının olmadığı durumda B2C komisyon bedelini öğrenebilecek, kendisi doğrudan otobüs firması ile komisyon oranını belirleyebileceği bir anlaşma yapabilecektir.
- (461) Gelir paylaşımı ile ilgili bir diğer şikâyet ise OBİLET ile platform arasında uygulana gelen gelir paylaşım modelindeki oranlara ilişkindir. İddiaya göre otobüs bileti satış komisyonunun %(.....) bilet satışını gerçekleştiren platform, kalan %(.....) ise altyapı sağlayıcısı OBİLET almakta, ancak platform sanal pos kullanımı nedeniyle %(.....) varan bir maliyete katlanmakta, bu çerçevede %(.....)- %(.....) gelir paylaşımı gerçeği yansıtmamakta, platformun bilet satışını gerçekleştirmek için ek maliyetlere katlanması gerekmekte, buna karşılık altyapı sağlayıcısı olan OBİLET herhangi bir ek maliyete katlanmadan doğrudan %(.....) bir pay elde etmektedir. Şikâyetçi mevcut paylaşım oranlarında sanal pos komisyon oranı nedeniyle satış işlemlerinde sabit maliyetler dikkate alınmadığında dahi zarar ettiğini ileri sürmektedir.
- (462) OBİLET/BİLETALL sözleşmelerinde yer alan iletişim yasağı yukarıda ifade edildiği üzere bir tek elden satın alma hükmü niteliğinde olup bu durum altında B2C'lerin sefer verileri temini ancak OBİLET/BİLETALL'dan olmakta ve B2C OBİLET/BİLETALL ile gelir paylaşımına girmek zorunda kalmaktadır.
- (463) Şikâyetçi gelir paylaşımına girildiğinde mevcut paylaşım oranlarında sanal pos komisyon oranı nedeniyle satış işlemlerinde sabit maliyetler dikkate alınmadığında dahi zarar ettiğini ileri sürmektedir. Bu noktada OBİLET tarafından gelir paylaşım oranları ve pos komisyonu maliyetleri nedeniyle rakip biletleme platformunun

faaliyetlerinin zorlaştırıldığı iddiasına yönelik gönderilen yazılı savunmada öncelikle; B2C biletleme platformlarının, otobüs bileti satışına aracılık faaliyetlerini yürütebilmeleri adına tercih edebilecekleri üç iş modeli bulunduğu ifade edilmiştir. Söz konusu modellerin (i) taşıyıcı firma ile doğrudan bağlantı kurmak, (ii) taşıyıcı firmanın sefer verilerini bir aracı altyapı sağlayıcısı tarafından elde etmek ve (iii) çok sayıda taşıyıcı firmanın sefer verisini bir portföy halinde sunan dağıtıcı şirketten sağlamak olduğu dile getirilmiştir. Bu kapsamda iddialara yönelik olarak OBİLET'in verisine sahip olduğu tüm taşıyıcı firmaların envanterini kendisine rakip yaratmak pahasına, ayrımcı olmayacak şekilde rakiplerine sunduğu ve böylelikle pazarın açılmasına ve rekabetçi işleyişine önemli ölçüde katkı sağladığı ifade edilmiştir.

- (464) Bununla birlikte teşebbüsün sunmuş olduğu "taşıyıcı firma portföyünün" çevrim içi otobüs bileti satışı açısından zorunlu unsur niteliğinde olmadığı; gelir paylaşım modelinde belirlenen oranların ise uzun yıllar yapılan yatırımlar ve alınan riskler göz önünde bulundurulduğunda rakip platformların OBİLET'ten elde ettiği yararın karşılığı olarak makul seviyede bir kullanım bedeli olduğu belirtilmiştir. Bu hususlara ek olarak ulusal ve küresel ölçekte birçok bilet satış platformunun sahip olduğu taşıyıcı firma portföyünü rakiplerine kullandırmaktan imtina ettiği ifade edilmiş ve OBİLET'in rakipleri arasında ayırım yapmaksızın talep eden tüm platformlara bu veriyi sunduğu dile getirilmiştir. Hem dosya konusu sektörde hem de benzer pazar dinamiklerine sahip olan diğer sektörlerde dünyadan ve Türkiye'den dağıtım hizmeti gelir paylaşım oranları incelendiğinde; OBİLET'in B2C'lere sunduğu % (.....) oranının en avantajlı oran olduğu belirtilmiştir. Ayrıca dağıtım ilişkilerinde alıcıya sunulan portföy çeşitliliği arttıkça dağıtıcının payının artmasının genel bir ticari teamül olduğu ancak OBİLET'in platformlara sunduğu envanterin iki katına çıkmasına rağmen<sup>79</sup> gelir paylaşım oranında herhangi bir değişikliğe gidilmediği ifade edilmiştir.
- (465) Sanal pos maliyetlerine ilişkin olarak ise; konu ile ilgili bugüne kadar OBİLET'e ulaşmış herhangi bir şikâyet/bildirim bulunmadığı, ödeme kuruluşları ve bankalar nezdinde oluşan bu tür maliyetlerin sektördeki ikili ticari ilişkilerden bağımsız olarak ortaya çıktığı ve herhangi bir toptancı-perakendeci veya dağıtıcı-bayi ilişkisi için de pos komisyonu konusunda aynı dinamiklerin geçerli olduğu belirtilmiştir. Pos komisyon oranlarının, genel ekonomik koşullara ve kart sağlayıcısı ödeme kuruluşlarının maliyetlerine bağlı olarak belirlenmekte olduğu, bu oranlarla ilgili olarak OBİLET'in ve herhangi başka bir şirketin dahil veya menfaati bulunmadığı, ilgili komisyonun satış kapsamında gerçekleşen ciroyu ödeme kuruluşundan veya bankadan ertesi gün tahsil etmek isteyen firmalar için uygulandığı, bankalar/ödeme kuruluşları ile kurulacak farklı ödeme/tahsilat ilişkileri kapsamında ortadan kaldırılması mümkün olan bir maliyet kalemi olduğu dile getirilmiştir. Bununla birlikte B2C'lerin pos komisyonu için bazı alternatiflerinin bulunduğu; örneğin teşebbüslerin posları üzerinden tahsil ettikleri tutarları bankalardan hemen tahsil etmeyip vadesini bekleme yolunu tercih edebilecekleri ifade edilmiştir. OBİLET/BİLETALL'dan dağıtım hizmeti alan B2C'lerin başvurabilecekleri alternatif bir çözüm yönteminin ise, bilet satış bedellerinin tahsilatında OBİLET/BİLETALL sanal poslarını kullanmak olduğu, bu modelde bilet bedellerinin kullanıcılardan OBİLET/BİLETALL sanal posları üzerinden tahsil edildiği

<sup>79</sup> OBİLET/BİLETALL devralması sonrasında OBİLET ve BİLETALL'da ayrı ayrı listelenen firmaların hem OBİLET hem de BİLETALL'in portföyüne erişim sağlayan diğer platformlarda listelenebilmesi için bir çalışma yürütülmüş, 2021 yılının Eylül ayından başlanarak devralma öncesinde yalnızca OBİLET ve acentelerinde listelenen firmalar BİLETALL ve acentelerine, BİLETALL ve acentelerinde listelenen firmalar ise OBİLET ve acentelerine açılmaya başlanmıştır. Bu çalışmalar 2022 yılı Mart ayı ortalarında tamamlanmış böylece rakip platformların satışını gerçekleştirdiği firma sayısında bir artış söz konusu olmuştur.

ve pos komisyon giderlerinin OBİLET/BİLETALL tarafından karşılandığı, tahsil edilen tutar üzerinden hesaplanan B2C komisyon hak edişinin ise banka transferi yoluyla B2C hesabına aktarıldığı, bu modelde B2C'nin OBİLET/BİLETALL'a herhangi bir teminat (ön ödeme, teminat mektubu, çek vb.) sunmasına da gerek kalmadığı dile getirilmiştir.

- (466) Öte yandan şikâyetçinin konuya ilişkin açıklamasında; OBİLET/BİLETALL'ın kendi sanal poslarının kullanılmasının şikâyetçi ve diğer rakipler için bir avantaj sağlamaktan ziyade, daha çok bir dezavantaja neden olacağı, OBİLET/BİLETALL sanal poslarının kullanıldığı ihtimalde, şikâyetçiden bilet alan bir kullanıcının, ödeme aşamasında şikâyetçi sayfasından çıkacağı ve en büyük rakibi OBİLET'in sanal posuyla karşılaşacağı, bir anlamda, şikâyetçinin doğrudan kendi kullanıcılarına pazardaki en büyük rakibinin reklamını yapıyor olacağı, hâlihazırda OBİLET'ten bilet aldığını düşünen kullanıcının daha sonra tekrar bilet almak istediğinde şikâyetçiye değil doğrudan reklamını da görmüş olduğu OBİLET'e gitmek istemesinin beklenebileceği ifade edilmiştir. Ayrıca banka anlaşmaları ile sağlanacak ve tüketici lehine olan kart puan veya vade farksız taksit imkânlarının da ortadan kalkacağı ve/veya bunlara dair tüm inisiyatifin rakibe verilmiş olacağı, tüm bu nedenlerle şikâyetçi tarafından OBİLET'in sanal poslarının kullanıldığı iş modeline geçilmesinin mümkün olmadığı dile getirilmiştir.
- (467) Şikâyetçi tarafından sanal pos oranlarının yüksekliği ile ilgili sunulan durum üzerinde OBİLET/BİLETALL'ın bir etkisi olmayıp bu tamamen B2C ve banka arasındaki pazarlık süreci sonunda ortaya çıkan bir maliyettir. Öte yandan OBİLET/BİLETALL rakiplerine sanal pos komisyon bedeli ödemesinden kaçınabilecekleri bir iş modeli sunmakta, hatta bu model çerçevesinde çalışan B2C ((.....)) bulunmakta ancak şikâyetçi bu iş modeli ile çalışmanın pazardaki rekabetçi gücünü olumsuz etkileyeceğini ileri sürerek bu çalışma modelini rekabetçi açıdan etkin bulmamaktadır.
- (468) Şikâyetçinin kendisinin maliyet altı kaldığı iddiaları dolayısıyla dosya kapsamında OBİLET/BİLETALL ile gelir paylaşım modeli çerçevesinde çalışan B2C'lerin, B2B hizmeti için ödemek zorunda oldukları bedelin, B2C hizmeti pazarında maliyet altı kalmalarına yol açıp açmadığı ayrıca değerlendirilmiştir. Söz konusu şikâyet OBİLET/BİLETALL'ın dikey bütünleşik faaliyetleri dolayısıyla gündeme gelmekte ve bu dikey bütünleşik teşebbüs tarafından rakiplerine fiyat sıkıştırması yapıldığı iddiasını içermektedir.
- (469) Kurulun 01.07.2021 tarih ve 21-33/449-224 sayılı kararı ile *Biletall* devralmasına izin verilmiş olup OBİLET, BİLETALL'ın kontrolünü bu noktadan sonra elde etmiştir. Bu çerçevede OBİLET şikâyetçiye sefer verilerini 01.07.2021 tarihi sonrası BİLETALL ile imzalanan B2B sözleşmesi kapsamında sağlamaktadır. (.....). Ancak sefer verilerinin temin edilmeye başlandığı 01.07.2021 tarihi sonrası gelir paylaşım modelinde bir maliyet altı fiyatlama iddiası bulunmaktadır. Bu sebeple aşağıda 2021 yılı Temmuz ayı sonrasına tekabül edecek şekilde altı aylık dönemlerde fiyat sıkıştırmasının varlığı araştırılmıştır.

### H.3.3.2.1. Fiyat Sıkıştırması Bakımından Değerlendirme

- (470) Hâkim Durum Kılavuzu'nda ifade edildiği üzere fiyat sıkıştırması, dikey ilişkili pazarlarda faaliyet gösteren ve üst pazarda hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün üst pazar ürünü fiyatı ile alt pazar ürünü fiyatı arasındaki marjı, alt pazarda eşit derecede etkin bir rakibin dahi kârlı bir şekilde kalıcı olarak ticari faaliyette bulunmasına imkân vermeyecek nitelikte belirlemesidir. Üst pazarda hâkim durumda bulunan teşebbüs, üst pazar ürününün fiyatını yükselterek, alt pazar ürününün fiyatını düşürerek veya her ikisini aynı anda uygulayarak marj sıkıştırmasına yol

açabilmektedir. Böylece, hâkim durumdaki teşebbüs üst pazardaki ürün üzerinde sahip olduğu pazar gücünü alt pazara aktarabilmekte ve bu şekilde rekabetin kısıtlanması sonucunu doğurabilmektedir.

(471) İncelenen davranışın fiyat sıkıştırması yoluyla rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açmasının muhtemel olup olmadığının tespitinde Kılavuz'un 26. paragrafında yer verilen hâkim durumdaki teşebbüsün konumu, ilgili pazardaki koşullar, hâkim durumdaki teşebbüsün rakiplerinin konumu, müşterilerin ya da sağlayıcıların konumu, incelenen davranışın kapsamı ve süresi, fiili piyasa kapamayla ilgili olası deliller, dışlayıcı stratejiye dair doğrudan veya dolaylı deliller şeklindeki unsurların yanı sıra, aşağıdaki hususlar da dikkate alınmaktadır:

- *Teşebbüsün yapısı*: Teşebbüs, bir üretim zincirinde birbiriyle bağlantılı üst ve alt pazarlarda faaliyet göstermeli, diğer bir deyişle dikey bütünleşik yapıda olmalı ve tek bir ekonomik bütünlük teşkil etmelidir.
- *Ürünün niteliği*: Üst pazar ürününün alt pazarda faaliyet gösterebilmek için vazgeçilmez olması gerekmektedir.
- *Teşebbüsün ilgili pazar(lar)daki konumu*: Teşebbüsün üst pazarda hâkim durumda olması gerekmektedir. Öte yandan alt pazarda hâkim durumun varlığı aranmamakla birlikte, bu husus fiyat sıkıştırması davranışının rekabeti kısıtlayıcı etkilerini artıran bir özellik olarak göz önüne alınmaktadır.
- *Fiyatlar arasındaki marj*: Üst ve alt pazar ürünleri arasındaki marjın, üst pazarda hâkim durumda bulunan teşebbüs kadar etkin bir rakibin alt pazarda kâr edemeyeceği ve kalıcı şekilde faaliyet gösteremeyeceği kadar düşük olması gerekmektedir. Eşit derecede etkin bir rakibin maliyetlerini belirlemede ise Kurulun genellikle kullanacağı ölçüt üst pazarda hâkim durumda bulunan teşebbüsün alt pazar ürünü için hesaplanan uzun dönem ortalama artan maliyettir (UDOAM).

(472) Bu teorik çerçeve dikkate alınarak dosya kapsamındaki iddia incelendiğinde, ilk olarak alt ve üst pazarın neye karşılık geldiği açıklanmalıdır. Üst pazar girdi pazarını ifade etmekte olup, OBİLET/BİLETALL ve B2C'ler arasındaki ilişkide, girdi B2B hizmeti kapsamında sağlanan otobüs sefer verileridir. Dolayısıyla mevcut olay kapsamında üst pazar B2B hizmeti pazarı niteliğindedir. Alt pazar ise bu girdi kullanılarak yolcuya bilet satışının gerçekleştiği B2C hizmeti pazarı olmaktadır.

(473) Dosya kapsamında yukarıda sıralanan dört unsurdan ilk olarak üst pazar ile alt pazar arasındaki marjın ne olduğu ortaya konulmaya çalışılacaktır. Fiyat sıkıştırmasının dördüncü unsuru, üst ve alt pazar ürünleri arasındaki marjın, üst pazarda hâkim durumda bulunan teşebbüs kadar etkin bir rakibin, alt pazarda kâr edemeyeceği ve kalıcı şekilde faaliyet gösteremeyeceği kadar düşük olmasını gerektirmektedir. Uygulamada ilgili marjı tespit etmek için "Fiyat Sıkıştırması Testi" geçerli olup şu formül çerçevesinde hesaplama yapılmaktadır<sup>80</sup>.

$$F^a - (F^u + M^a) \leq 0$$

(474) İlgili formülde  $F^a$  alt pazar fiyatını;  $F^u$  üst pazar (girdi) fiyatını,  $M^a$  alt pazar maliyetini göstermektedir. Bu test çerçevesinde alt ve üst pazar fiyatları arasındaki marj alt pazar maliyetlerini karşılamadığı takdirde fiyat sıkıştırması oluşmaktadır.

<sup>80</sup> KAYA, Ş. D. (2008), Fiyat Sıkıştırması Ekonomik ve Hukuki Açından Bir Değerlendirme, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, s.33-34.

**23-27/521-177**

(475) Test kapsamında alt pazar olan B2C hizmeti pazarında maliyetlerini belirlemek üzere dikkate alınan OBİLET/BİLETALL'ın otobüs bileti satışından kaynaklı maliyetleri aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

**23-27/521-177**

Tablo 20: OBİLET'in B2C Hizmeti Pazarı Maliyet Kalemleri

Gider Kalemi	Açıklama	Değişken Maliyet Yarı Değişken Maliyet Sabit Maliyet
(.....)	(.....)	Sabit&Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Sabit
(.....)	(.....)	Değişken
(.....)	(.....)	Değişken
(.....)	(.....)	Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Sabit&Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Sabit&Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Sabit&Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Sabit&Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Değişken&Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Değişken
(.....)	(.....)	Sabit&Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Sabit
(.....)	(.....)	Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Sabit&Yarı Değişken
(.....)	(.....)	Sabit & Yarı-Değişken

Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler

- (476) Fiyat sıkıştırmasında maliyetler bakımından dikkate alınacak ölçüt UDOAM'dir. UDOAM firmanın belirli bir ürünü üretmek için katlandığı tüm (değişken ve sabit) maliyetlerin ortalamasıdır. Kılavuz'da belirtildiği üzere, UDOAM'nin değişken maliyetlerin çok düşük, sabit maliyetlerin çok yüksek olduğu ağ endüstrileri, teknoloji piyasaları ve yüksek Ar-Ge yatırımları içeren piyasalarda daha uygun bir ölçüt olabilmektedir. Fiyat sıkıştırmasında teşebbüsün üretimini artırması halinde yapmak durumunda kaldığı (bina, makine alımı vb.) ek fiziksel yatırım, Ar-Ge, pazarlama, reklâm harcamaları gibi batık maliyetler UDOAM kapsamında değerlendirilmektedir. UDOAM'nin genel giderleri kapsamaması ise teşebbüsün fiyatlarının rekabeti bozucu olsa bile testten geçmesini sağlayabilecek olduğu yönüyle endişe konusu olmuştur<sup>81</sup>.
- (477) Dosya kapsamında OBİLET tarafından sağlanan maliyet verilerinde otobüs bilet satışına ilişkin tüm sabit ve değişken maliyetlerin yanı sıra genel giderler de otobüs bileti satışı faaliyetinin ağırlığı ölçüsünde maliyetlere eklenmiş ve yukarıda bahsedilen genel giderlerin olmaması bakımından ortaya çıkacak hata riskinden kaçınılmaya çalışılmıştır. Maliyet kalemlerinde ölçütün öngördüğü şekilde pazarlama ve reklam giderlerine de yer verilmiştir.
- (478) Yapılan hesaplamalar çerçevesinde OBİLET/BİLETALL'ın alt pazar olan B2C pazarındaki ortalama genel giderler eklenmiş şekilde UDOAM'si şu şekildedir:

Tablo 21: OBİLET/BİLETALL'ın Otobüs Bilet Satış Hizmeti UDOAM+Ortalama Genel Giderleri (TL)

OBİLET+BİLETALL Maliyet Kalemleri	B2C (Otobüs)		
	2021 H2	2022 H1	2022 H2
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
(....)	(....)	(....)	(....)
<b>Uzun Dönem Artan Maliyet + Genel Gid.</b>	(....)	(....)	(....)
<b>B2C Bilet Sayısı</b>	(....)	(....)	(....)
<b>UDOAM + Ortalama Genel Giderler</b>	(....)	(....)	(....)
Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler			

- (479) Alt pazar maliyetinden sonra üst pazar fiyatının belirlenmesi gerekmektedir. Bu konuda dikkate alınabilecek bazı kıstaslar bulunmaktadır. Teşebbüsün üst pazarda tek el olması yani girdiyi sadece kendi üretmesi halinde, üst pazar fiyatı olarak alt pazar rakiplerine uyguladığı fiyat dikkate alınmaktadır. Ancak, teşebbüsün sadece hâkim

<sup>81</sup> KAYA, Ş. D. (2008), Fiyat Sıkıştırması Ekonomik ve Hukuki Açından Bir Değerlendirme, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, s.36-37.



durumda olduğu ve pazarda bu girdiyi üreten küçük de olsa başka firmaların varlığı durumunda bu girdi fiyatlarının testte en düşük olanının kullanılması önerilmektedir<sup>82</sup>.

- (480) Olay özelinde OBİLET üst pazar olan B2B pazarda hâkim durumda bulunabileceği değerlendirilen teşebbüs konumunda olup MYDATA, ECE YAZILIM gibi rakipleri bulunmaktadır. Bu firmalar gelir paylaşım modelinde OBİLET gibi % (.....) bir oranı değil % (.....) daha düşük bir payı almakta yani girdi fiyatı bu teşebbüsler bakımından daha düşük kalabilmektedir. Ancak mevcut dosyada en kötü senaryoyu çalışmak amacıyla teorideki önerinin aksine daha yüksek bir üst pazar fiyatı olan OBİLET/BİLETALL'ın kendi üst pazar fiyatı yani B2B fiyatı (ortalama B2B geliri) dikkate alınmıştır.

Tablo 22: OBİLET/BİLETALL'ın Otobüs Sefer Verileri Dağıtım Hizmetine İlişkin Ortalama Geliri

OBİLET+BİLETALL	2021 H2	2022 H1	2022 H2
Toplam B2B Geliri (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
B2B Bilet Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama B2B Geliri/B2B Hizmeti Fiyatı (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler			

- (481) Bu noktada dikkate alınan bir diğer husus da, teşebbüs alt pazardaki rakiplerine girdiyi sunarken ek maliyete katlanıyorsa ve bunu da üst pazar fiyatına yansıtmak durumunda kalıyorsa bu maliyetlerin üst pazar fiyatından çıkarılması gerektiğidir. Aksi bir uygulama, bir başka ifadeyle ek maliyet farkının göz ardı edilmesi, etkinlik amacıyla ters düşecek; etkin olmayan rakiplerin korunması, teşebbüsün rakiplerine hizmet verirken katlandığı ek maliyetlerden dolayı cezalandırılması gibi rekabet hukukuyla bağdaşmayan bir amaca hizmet etmiş olacaktır<sup>83</sup>.
- (482) Etkinlik amacıyla ters düşmemek için bu husus dosya kapsamında dikkate alınmış ve OBİLET/BİLETALL'ın B2C'lere B2B hizmeti vermesi dolayısıyla katlandığı ek maliyetler üst pazar fiyatından çıkarılmıştır. Söz konusu ek maliyetler belirlenirken OBİLET/BİLETALL'ın B2B hizmetini yalnızca kendine sağladığı varsayımı altındaki maliyetler hesaba katılmamıştır. Zira bu maliyetler bu hizmeti kullanabilmesi için kendisinin her durumda yapması gereken kaçınamayacağı maliyetlerdir. Dikkate alınan maliyetler teşebbüsün kendisinin kullandığı hizmetin rakip B2C'lere açılmasının yol açtığı aşağıda gösterilen ek maliyetlerdir.
- (483) OBİLET bu konu hakkında otobüs B2B dağıtım hizmetinin yalnızca OBİLET ve BİLETALL'a sağlandığı senaryo ile mevcut durum karşılaştırıldığında, diğer B2C'lere dağıtım hizmeti götürülmesinin, (.....) gibi çok sayıda departmanda ek personel gerektireceğini, bunlara ilişkin ulaşım, iletişim, araç, ekipman, yazılım, ofis vb. giderler oluşacağını dile getirmiştir. Hizmetin yalnız OBİLET ve BİLETALL bünyesinde sağlanması halinde ise, hâlihazırda "external API" için katlanılan "upkeep / idame" maliyetleri yerine, "external API" hizmetinin bulunmadığı bir durumda dahi gerekli olacak "internal API upkeep / idame" maliyetleri ile bahse konu "internal API upkeep / idame / bakım" için gerekli personelin oluşturacağı doğrudan ve dolaylı genel giderlerin doğacağını belirtmiştir.

<sup>82</sup> KAYA, Ş. D. (2008), Fiyat Sıkıştırması Ekonomik ve Hukuki Açından Bir Değerlendirme, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, s.34.

<sup>83</sup> KAYA, Ş. D. (2008), Fiyat Sıkıştırması Ekonomik ve Hukuki Açından Bir Değerlendirme, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, s.34.

Tablo 23: OBİLET/BİLETALL'ın Otobüs Sefer Verileri Dağıtım Hizmetine İlişkin Ek Maliyetler (TL)

OBİLET+BİLETALL	B2B - Diğer Platformlara Dağıtım		
	2021 H2	2022 H1	2022 H2
(.....)			
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<b>Uzun Dönemli Artan Maliyet + Genel Giderler</b>	(.....)	(.....)	(.....)
<b>B2B Bilet Adedi</b>	(.....)	(.....)	(.....)
<b>UDOAM + Ortalama Genel Giderler</b>	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler

- (484) Bir sonraki aşamada alt pazar fiyatının hesaplanması gerekmektedir. Alt pazar fiyatı teşebbüsün üzerinde kontrolünün olduğu diğer bir deyişle kendi uyguladığı fiyat olması gerektiğinden<sup>84</sup>, OBİLET/BİLETALL'ın B2C pazardaki ortalama fiyatı/ortalama komisyon tutarı kullanılmıştır.

Tablo 24: OBİLET/BİLETALL'ın Otobüs Bilet Satış Hizmetine İlişkin Ortalama Geliri

OBİLET+BİLETALL	2021 H2	2022 H1	2022 H2
Toplam Komisyon Tutarı (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Bilet Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)
Ortalama Komisyon Tutarı (TL)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: OBİLET'ten elde edilen bilgiler

- (485) Yukarıda bahsedilen hususlar dikkate alınarak Fiyat Sıkıştırması Testi,  $F^a - (F^ü - Ek M^ü + M^a)$  formülü çerçevesinde uygulanmış, marjın sıfırın altında olup olmadığını tespit etmek bakımından aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

Tablo 25: OBİLET/BİLETALL'ın Otobüs Bilet Satış Hizmetine İlişkin Fiyat Sıkıştırması Testi Sonuçları

	Ölçüt	2021 H2	2022 H1	2022 H2
Alt Pazar-B2C Maliyeti ( $M^a$ )	UDOAM+Ortalama Genel Giderler (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
Üst Pazar (Girdi)-B2B Fiyatı ( $F^ü$ )	Ortalama B2B Geliri (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
Alt Pazar-B2C Fiyatı ( $F^a$ )	Ortalama Bilet Satış Komisyon Tutarı (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
Üst Pazar (Girdi)-B2B Ek Maliyetler	UDOAM+Ortalama Genel Giderler (TL)	(.....)	(.....)	(.....)
Fiyat-Maliyet Marjı	$F^a - (F^ü - Ek M^ü + M^a)$	(.....)	(.....)	(.....)
Fiyat Sıkıştırması Var mı?	$F^a - (F^ü - Ek M^ü + M^a) \leq 0$	(.....)	(.....)	(.....)

- (486) Tablodaki ilgili altı aylık dönemlerden, OBİLET/BİLETALL'ın mevcut fiyat-maliyet verileri ile üst ve alt pazar ürünleri arasındaki marjın pozitif olduğu görülmekte, bu nedenle fiyat sıkıştırması olarak değerlendirilebilecek bir marj tespit edilememektedir. Bu tespit dolayısıyla dosya kapsamında fiyat sıkıştırmasının diğer üç unsuru bakımından değerlendirme yapılmasına gerek bulunmamaktadır. Sonuç olarak şikayetçinin gelir paylaşım modelindeki mevcut paylaşım oranları ile zarar ettikleri iddiası kapsamında OBİLET/BİLETALL'ın rakiplerine bir fiyat sıkıştırması uyguladığının tespit edilemediği kanaatine varılmıştır.

<sup>84</sup> KAYA, Ş. D. (2008), Fiyat Sıkıştırması Ekonomik ve Hukuki Açından Bir Değerlendirme, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, s.34.

### H.3.3.2. Sözleşmelerde Yer Alan İletişim Yasağı Bakımından Genel Değerlendirme

- (487) OBİLET/BİLETALL sözleşmelerinde yer alan iletişim yasağı, tek elden satın alma hükmü niteliği ile B2C'lerin, OBİLET/BİLETALL'dan B2B hizmeti alan otobüs firmalarının sefer verilerini sadece OBİLET/BİLETALL'dan almalarına neden olmaktadır. Bu hüküm ilk olarak B2C'lerin OBİLET ile fiyat rekabetine girme ihtimallerini ortadan kaldırmaktadır. İlaveten, yaptıkları satışlar hakkında otobüs firmalarını bilgilendiremeyen B2C'lerin satışları OBİLET/BİLETALL yazılımlarında görüntülenemediğinden satış potansiyelleri ile de OBİLET/BİLETALL üzerinde rekabetçi baskı oluşturması mümkün olamamaktadır. Bunun yanı sıra B2C'ler anlaşma koşullarında iyileştirme isteyememekte ve iş planlarını etkin bir biçimde otobüs firmalarına aktaramamakta, otobüs firmaları ile bir promosyon faaliyeti yürütememektedir. Bunlara ek olarak veriyi sadece OBİLET/BİLETALL'dan temin eden B2C, OBİLET/BİLETALL'ın kendisine sunduğu koşullar ve bilgiler ile sınırlı bir faaliyet sergilemekte, OBİLET/BİLETALL ile gelir paylaşımına girmek zorunda kalmaktadır. Tüm bu sebeplerle OBİLET/BİLETALL ile B2C'ler arasında sefer verilerinin teminine yönelik sözleşmelerdeki iletişim yasağınının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini etki itibarı ile ihlal edebileceği değerlendirilmektedir.
- (488) İletişim yasağı dolayısıyla sadece OBİLET/BİLETALL'dan sefer verisi temin eden B2C, OBİLET/BİLETALL ile gelir paylaşımına girmek zorunda olduğundan bu noktada ayrıca maliyet altı fiyatlandırma yapıldığı yönünde 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi anlamında bir ihlal iddiası da bulunsa da yapılan analizlerde fiyat sıkıştırmasına yönelik bir marj uygulandığı tespit edilememiştir.

### H.3.4. OBİLET'in Devralma Kararındaki Taahhütlerine Uymadığı İddiası ve Geçici Tedbir Talebi

- (489) Gizlilik talepli başvuruda diğer şikâyetlerin yanı sıra OBİLET/BİLETALL'ın, 01.07.2021 tarihli devralma kararında öngörülen taahhütlerine uygun davranmadığı iddia edilmektedir. Bahsi geçen kararda taahhütler çerçevesinde;

*“ (i) BİLETAL tarafından hâlihazırda sağlanan, çevrim içi fiyat karşılaştırma ve satış platformlarına yönelik altyapı hizmet sunumunun, bildirilen işlemin gerçekleşmesi sonrasında da mevcuttakine benzer çerçevede 3 yıl boyunca sürdürüleceği,*

*(ii) Uçak ve otobüsle yolcu taşımacılığı yapan firmalarla olan sözleşmelerde ve fiili uygulamalarda bu firmalara ait seferlerin rakip çevrim içi platformlarda listelenememesine yönelik münhasırlık yaratan herhangi bir unsura işlem sonrasında yer verilmeyeceği”*

ifade edilmektedir.

- (490) OBİLET tarafından sunulan taahhütlerden ilki BİLETALL'ın B2C'lere yönelik altyapı hizmet sunumunun, bildirilen işlemin gerçekleşmesi sonrasında da mevcuttakine benzer çerçevede üç yıl boyunca sürdürüleceği şeklindedir. Mevcut dosyada “*Altyapı Hizmetindeki Teknik Sorunlar ile Rakip Platform Faaliyetlerinin Zorlaştırıldığı İddiasına İlişkin Değerlendirme*” bölümünde OBİLET'in B2C'lere sunduğu hizmetlerde bir kötüye kullanmanın söz konusu olup olmadığı incelenmiştir. Gerek BİLETALL altyapısı üzerinde yapılan incelemede gerekse de dosya kapsamında toplanan bilgi ve belgeler çerçevesinde yapılan analizlerde, OBİLET'in altyapı üzerinden verdiği hizmet ile rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırmaya yönelik bir davranışı olduğu ortaya konulamamıştır. Hatta OBİLET'in devralma sonrası sağladığı hizmet için birtakım

altyapı geliştirmeleri ve sistem iyileştirmeleri gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra OBİLET, devraldığı BİLETALL B2B portföyünü, OBİLET portföyü ile birleştirmiş olup bu sayede B2B hizmeti kapsamında rakip B2C'lere sefer verisi sağlanan otobüs firma sayısı da artmış bulunmaktadır. Dolayısıyla mevcut dosya kapsamında OBİLET'in ilgili taahhüdüne aykırı herhangi bir davranışı tespit edilememiştir.

- (491) OBİLET'in diğer taahhüdü ise, uçak ve otobüsle yolcu taşımacılığı yapan firmalarla olan sözleşmelerde ve fiili uygulamalarda bu firmalara ait seferlerin rakip çevrim içi platformlarda listelenememesine yönelik münhasırlık yaratmayacağıdır. Konuya ilişkin olarak daha önce başlatılan 2021-5-005 sayılı önaraştırmada OBİLET'in otobüs bileti satış faaliyetlerini münhasıran gerçekleştirmesi dolayısıyla otobüs bileti satış pazarındaki rakiplerini pazardan dışladığına yönelik iddialar incelenmiştir. 2021-5-005 sayılı dosya kapsamında teşebbüsün taahhüt sunma talebi üzerine, taahhüt süreci başlatılmış ve nihai olarak OBİLET tarafından; yalnız OBİLET için değil, OBİLET'in hisselerinin %100'üne sahip olduğu BİLETALL tüzel kişiliği için de geçerli olmak üzere; KAMİL KOÇ ile mevcut sözleşmesindeki ilgili hükmün tadil edileceği, KAMİL KOÇ ile akdedilmiş olan bilet satış hizmet sözleşmesinin tadil edilmesi amacıyla hâlihazırda yürürlükte bulunan tüm sözleşme örneklerinin taranacağı ve yürürlükte bulunan sözleşmelerin münhasırlığa ilişkin hükümlerinin tadil edileceği, taahhüt tarihinden itibaren, KAMİL KOÇ'la akdedilen sözleşmeler ile sınırlı kalmayacak şekilde, taşıyıcı firmalarla akdedilen sözleşmelerde münhasırlık hükümlerine yer verilmeyeceği, münhasırlık etkisi doğurabilecek fiili herhangi bir davranışta ve yönlendirmede bulunulmayacağı ve sunulan bu taahhütlerin üç yıl boyunca geçerli olacağı taahhüt edilmiştir. Sunulan taahhütler Kurulun 29.09.2022 tarihli toplantısında görüşülmüş ve taahhütlerin bağlayıcı hale getirilerek bahse konu önaraştırmanın sonlandırılmasına 22-44/649-280 sayı ile karar verilmiştir. Dolayısıyla OBİLET'in B2C pazarda münhasırlık uygulamasına ilişkin iddialar, bahse konu dosya kapsamında incelenmiştir. Mevcut dosya sürecinde ise yapılan üç yerinde incelemede de OBİLET tarafından B2C pazarında otobüs firmalarına münhasırlık uygulandığını gösteren herhangi bir bilgi ya da belge elde edilmemiştir.
- (492) Netice itibarıyla mevcut soruştırma kapsamında, OBİLET'in devralma kararında verdiği her iki taahhüdüne de aykırı bir davranışı tespit edilmemiştir.
- (493) Gizlilik talepli başvuru sahibi ayrıca, OBİLET'in şikâyetlere konu olan davranışlarını sonlandırması ve rekabetçi ortamın yeniden tesis edilmesi adına belirli önlemlerin alınması için 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin birinci fıkrası uyarınca OBİLET hakkında geçici tedbir talebinde bulunmuştur.
- (494) İlk olarak başvuru sahibi, OBİLET'in münhasırlık uyguladığı iddiasına yönelik olarak; hâlihazırda yürütölen soruştırma sonucunda verilecek karar ile OBİLET'in hiçbir koşulda fiili veya sözleşmesel münhasırlık uygulamayacağının garanti altına alınarak rakip platformların otobüs firmalarıyla doğrudan iletişime geçmesinin önünün açılması talebini iletmiştir. Dosya kapsamında iletişim yasağı birçok yönüyle değerlendirilmiş ve ilgili yasağın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceği kanaati oluşmuştur. Taahhüt görüşmeleri sonucunda OBİLET'ten bu konuda, sözleşmesel ve fiili anlamda tek elden satın alma hükmü yaratmayacağı şeklinde bir taahhüt alınmıştır. Bu bakımdan geçici tedbir talebinin bu kısmı taahhüt kapsamında karşılanmış olmaktadır.
- (495) Başvuru sahibinin, bu konu ile ilgili bir diğer talebi de fiili ve sözleşmesel münhasırlığın sonlanması halinde; otobüs firmalarının diğer platformlar ile çalışmasının önünde herhangi bir engel bulunmadığının ve otobüs firmalarının diğer platformlar ile iletişim

kurmasının OBİLET ile ilişkilerini menfi olarak etkilemeyeceğinin bir duyuru ile otobüs firmalarına bildirilmesidir. OBİLET duyuru yapılması bakımından bir taahhüt vermiş olup bu kapsamda otobüs firmalarına ilgili duyurular yapılacağından geçici tedbir talebinin bu kısmı da taahhüt kapsamında karşılanmış durumdadır.

- (496) Başvuru sahibinin bir diğer talebi de, OBİLET/BİLETALL ile imzalanan altyapı hizmet sunumuna ilişkin sözleşme doğrultusunda uygulanan gelir paylaşım modelinin terk edilmesine ilişkindir. Tarafça, alınan altyapı hizmetine karşılık olarak OBİLET'in üstlendiği ticari risk ile orantılı olacak şekilde ödeme yapılmasının daha adil olacağı ifade edilmiştir. Bu noktada mevcut gelir paylaşım oranları bakımından dosyada bir ihlal tespitinin bulunmamakta olduğu ilk olarak dile getirilmelidir. Nitekim fiyat sıkıştırması analizinde üst ve alt pazar ürünleri arasındaki marjın pozitif olduğu hesaplanmıştır. Bu nedenle gelir paylaşım modelinin terk edilmesini gerektiren bir husus bulunmamaktadır. Taahhüt çerçevesinde OBİLET gelir paylaşım modelini B2B hizmeti kapsamında uygulayacak olup bu durumda aldığı servis sağlayıcı payını doğrudan sözleşme imzalanması halinde talep etmeyecek, B2C'den ilgili taşıyıcı firmanın bilet satış potansiyeline bağlı olarak belirlenecek ticari koşullar çerçevesinde API bağlantı ve teknik hizmet bedeli alacaktır. Bu bedeller taraflar arasında, doğrudan sözleşme imzalanan otobüs firmaları için imzalayacakları "API Bağlantısı ve Teknik Hizmet Sağlayıcılığı Standart Sözleşmesi"nde müzakere edilecektir. Ancak OBİLET sözleşmesel ve fiili anlamda tek elden satın alma hükmü yaratacak bir davranışı olmayacağı taahhüdünü vermiş bulunmaktadır. Bu taahhüdü çerçevesinde ilgili müzakerelerde belirlenecek fiyatların da fiili olarak tek elden satın alma hükmü yaratan bir şekilde olmaması gerekmekte olup aksi durum taahhütlerin bağlayıcı hale getirilmesi sonrası taahhütlere uymamak olarak değerlendirilerek 4054 sayılı Kanun'un ihlalini gündeme getirebilecektir. Dolayısıyla talebin, ihlal oluşturabilecek davranışlar bakımından karşılandığı; ihlal tespiti yapılmayan kısım için ise talebin zaten uygun olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (497) OBİLET/BİLETALL'in rakip platformlara sunduğu altyapı hizmetinin kalitesinin kendi platformlarına sağladığı altyapıya benzer şekilde olması ve bu durumun tarafsız bir bilgi teknolojileri şirketi tarafından denetlenmesi gerektiği yönünde bir talep daha bulunmaktadır. Bu kısım bakımından "*Altyapı Hizmetindeki Teknik Sorunlar ile Rakip Platform Faaliyetlerinin Zorlaştırıldığı İddiasına İlişkin Değerlendirme*" bölümünde bir ihlal tespiti bulunmadığından geçici tedbir talebinin bu kısmı kabul edilebilir değildir.
- (498) Geçici tedbir talebinde ayrıca, OBİLET/BİLETALL'in hem altyapı pazarında hem de platform pazarında faaliyet göstermesi sebebiyle sahip olduğu ticari bilgi akışını engellemek adına bir "Çin Duvarı" kurulmasının ve teşebbüsün operasyonel işlemlerinden sorumlu personelinin kurulacak Çin Duvarı yoluyla ayrıştırılmasının elzem olduğunu dile getirilmektedir. Taahhüt kapsamında bir Çin Duvarı oluşturulmamış olmakla birlikte şu hususa yer verilmiştir: "*...API Hizmet Sağlayıcı olarak Obilet, Bilet Satış Platformu ile Taşıyıcı Firma arasındaki ticari ilişkilerin koşullarına herhangi bir şekilde müdahil olmayacak, API hizmet sağlayıcılığı faaliyetinin ifası için zaruri olmayan ticari sır niteliğindeki bilgileri söz konusu taraflardan talep etmeyecek, bahse konu taraflar arasında belirlenecek Satış-Dağıtım-Pazarlama Komisyonu bilgilerine erişim sağlamayacak, bu bilgileri API hizmeti kapsamında sunulacak sistemlere işlemeyecek ve bu bilgilerin sistemde yer almamasını sağlayacaktır...*". B2C pazarda en önemli rekabete duyarlı bilgi, otobüs firmalarına uygulanan komisyon oranları olup bu bilgi doğrudan sözleşme imzalanması durumunda B2C ve otobüs firması arasındaki müzakerede oluşacaktır. OBİLET bu bilgiye hiçbir şekilde ulaşmaya çalışmayacağını ve API hizmeti kapsamında sunulacak

sistemlere işlemeyeceğini taahhüt etmiş bulunmaktadır. Rakip B2C'lerin doğrudan sözleşme durumunda anlaşmaları komisyon oranlarının OBİLET/BİLETALL tarafından elde edilmeyecek olması, B2C pazardaki fiyat rekabeti için önemli olup bu taahhüt kapsamında güvence altına alınmıştır. Bu nedenle tarafın geçici tedbir talebi, Çin Duvarı ile olmasa da; yukarıda yer verilen taahhüt ile karşılanmıştır.

- (499) Başvuru sahibi ayrıca platformların OBİLET'in altyapısı üzerinden gerçekleştirdiği bilet satışlarının OBİLET tarafından satılmış gibi görünmesinin önüne geçmek adına altyapı tasarımının değiştirilmesi ve her platformun satışlarına ilişkin verilerin otobüs firmalarına ayrıştırılmış şekilde verilmesi talebini de iletmiştir. Taahhüt kapsamında hem OBİLET hem de BİLETALL yazılımlarında gerekli değişiklik yapılarak bu görüntülemenin yapılabilmesine imkân tanınmış olup ayrıca taşıyıcı firmalara, bilet satışını gerçekleştiren her bir platformun satış verilerine sistem üzerinden erişebilecekleri hususunda bilgilendirme yapılacaktır. Bu sebeple ilgili geçici tedbir talebinin taahhüt kapsamında karşılanmış olduğu değerlendirilmektedir.
- (500) Son olarak, OBİLET'in önerilen düzenlemeleri gerçekleştirmesi halinde söz konusu durumu koruyabilmek adına, bağımsız bir denetim mekanizması tarafından denetlenmesi talep edilmektedir. Taahhüt kapsamında bir bağımsız denetim öngörülmemiştir. Ancak taahhüdün uygulanmasını denetlemek üzere bağımsız denetlemeden başka da mekanizmalar bulunmaktadır. Bu noktada taahhüt kapsamında bağlama davranışı dolayısıyla oluşan ihlal şüphesini kaldırmak üzere diğer taahhütlerle birlikte OBİLET/BİLETALL platformlarında herhangi bir otobüs firmasının satışa kapanması gibi bir durum olursa Kuruma taahhüt geçerlilik süresi boyunca üç ayda bir düzenli raporlama yapılacağı beyan edilmektedir. Bahse konu raporlama tarafın istediği öneriler arasında olmamakla birlikte dosya kapsamındaki ihlal şüphelerinden birine ilişkin Kurum denetimini sağlayacak mekanizma olarak öngörülmüştür. Bunun dışında taahhüt, OBİLET/BİLETALL IMS'lerini kullanan tüm taşıyıcı firmalara bildirilecek olup bu sayede otobüs firmalarının taahhüt hakkında bilgilendirilmeleri sağlanacaktır.
- (501) Ayrıca taahhütler, 3. kişilerin görüşlerinin alınmasını teminen; biletleme yazılımı ve B2B pazarda (.....) görüşlerine açılmıştır. Bu bakımdan taahhütlerin varlığı hakkında sektör genelinde önemli bir bilgilendirme yapılmış/yapılacak olup taahhütlere uyulmaması halinde rakip B2C'lerin, biletleme yazılımı firmalarının ve otobüs firmalarının şikâyette bulunması mümkündür. Nitekim (.....) taahhüde ilişkin verdiği görüşte, mevcut taahhütlerden memnuniyetini dile getirirken şikâyette bulunma hakkının saklı olduğunu da ifade etmektedir. Dolayısıyla OBİLET'in taahhütlere uygun davranıp davranmadığı sektördeki tüm paydaşların denetimi altında olup bu denetimden beklenen fayda ile bağımsız bir denetim mekanizmasından beklenen faydanın farklılaşmadığı değerlendirilmektedir. Açıklamalar çerçevesinde, ilgili talebin sektör genelinde taahhüt hakkında geniş bir bilgilendirme yapılarak ve taahhüt kapsamında talep edilen raporlamalarla da karşılanacağı sonucuna ulaşılmıştır.

### **H.3.5. Dosya Sürecinde OBİLET Tarafından Kuruma Bildirilen Bazı Değişiklikler**

- (502) Dosya sürecinde OBİLET tarafından dosya konusu davranışları ile ilişkili olarak, sektör paydaşları ile mevcut ilişkileri kapsamında bazı değişikliklerin gerçekleştiği beyan edilmiştir. Bu değişikliklerin bir kısmına (yazılım bedeli alınmaya başlanması, teminat uygulamasında güncelleme yapılması gibi) yukarıda yer verilmiş olmakla beraber değişikliklerin tamamına bu noktada yer verilmesi, taahhüt başvurusunun değerlendirmesi bakımından önemlidir.

- (503) İlk olarak OBİLET tarafından sunulan cevabi yazıda; biletleme yazılım hizmeti için yeni bir sisteme geçildiği, 2021 yılının Ekim ayından itibaren “program bedelinin ayrıca faturalandırılması” uygulamasının hayata geçirildiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda OBİLET tarafından, altyapı yazılımlarını kullanan otobüs firmalarının neredeyse tamamından bilet satış bedelinin % (.....)<sup>85</sup> oranında program kullanım bedeli<sup>86</sup> tahsil etmeye başladığı belirtilmiştir. Dolayısıyla 2021 yılının Ekim ayına kadar otobüs firmalarından yazılım hizmeti için ayrı bir bedel talep etmeyen OBİLET, söz konusu tarih itibarıyla sisteminde bir değişikliğe giderek platform üzerinden satılan bilet adedine bağlı bir fiyatlandırma politikası izlemeye başlamıştır.
- (504) OBİLET tarafından Kurum kayıtlarına 30.11.2022 tarih ve 33408 sayı ile intikal ettirilen cevabi yazıda; ticari ilişki içerisinde olduğu tüm çevrim içi acentelerine 21.11.2022 tarihinde bir duyuru ilettiği ifade edilmiştir. İlgili duyuru ile;
- Tüm çevrim içi acentelerin, seçim kendilerine ait olmak üzere (hangisinin lehlerine olacağını düşünüyorlarsa) 2022 yılı Ekim ayı günlük ortalama cirolarının veya Kasım ayı ilk yarısına ait günlük ortalama cirolarının tam 15 katına denk gelen tutarda teminat mektubu sunarak cari hesap limitlerini güncelleyebileceklerinin acentelere bildirildiği,
  - Teminat mektubu tutarlarının altı ayda bir enflasyon oranlarına göre güncelleneceğinin taahhüt edildiği,
  - OBİLET ile akdettikleri sözleşmede teminat mektubu mekanizmasının kullanılıp kullanılmadığına bakılmaksızın bu hakkın tüm çevrim içi acentelere sunulduğu belirtilmiştir. (.....).
- (505) OBİLET tarafından Kuruma bildirilen bir diğer değişiklik ise, (.....) sözleşmesindeki bazı hükümlerin tadiline ilişkindir. OBİLET tarafından 24.11.2022 tarihinde (.....) KEP yoluyla bir ihtarname ve tadil protokolü teklifi iletiltiği belirtilmiştir. İlgili tadil protokolünde özetle; (.....) BİLETALL ile imzaladığı ve *Biletall* devralmasından 2 yıl 3 ay önce yürürlüğe girmiş bulunan (.....) tarihli acentelik sözleşmesinde BİLETALL'ın tek taraflı çıkarlarını gözetken maddelerden feragat edileceği öngörülmektedir. İlgili tadil protokolüne konu edilen sözleşme hükümlerine aşağıda yer verilmektedir:
- “4.2.7. ACENTE, EK-4’te belirtilen firmalar hariç olmak üzere BİLETALL sisteminde yer alan firmalar ile sözleşme süresince doğrudan çalışamaz. ACENTE otobüs bileti satış ve rezervasyon hizmetleri kapsamında GDS olarak sadece BİLETALL ile çalışabilir. ACENTE, BİLETALL taşıyıcı firmalarına satış rakamları, çalışma koşulları ve benzeri tüm konular hakkında bilgilendirme yapamaz. Aksi halde ACENTE her bir ihlal için BİLETALL’a 25.000 TL cezai bedel ödeyeceğini kabul eder.”
  - “4.2.8. ACENTE’nin BİLETALL’da olmayan firmalar ile çalışmak istemesi durumunda karşılıklı mutabakat yapılacaktır. Mutabakat sonucu BİLETALL tarafından onay verilen firmalar ile ACENTE doğrudan entegrasyon yapabilecektir.”
  - “4.2.16. ACENTE aksi BİLETALL tarafından bildirilmedikçe BİLETALL sisteminde yer alan taşıyıcı firma marka kelimelerine ve türevlerine, BİLETALL marka kelimelerine ve türevlerine google adwords de reklam vermeyecektir. Ayrıca içerisinde firmaların marka kelimelerinin geçtiği grupların firmalarca tespit edilmesi ve reklamların durdurulmasının

<sup>85</sup> 17.01.2023 tarihi itibarıyla; otobüs firmalarının (.....)’undan % (.....); (.....)’undan ise % (.....) program bedeli alındığı ifade edilmiştir.

<sup>86</sup> Teşebbüs tarafından sunulan taahhüt metninin ekinde yer alan sözleşmelere göre söz konusu bedelin teknik hizmet bedeli olarak tahsil edilmeye başlandığı anlaşılmaktadır.

*firma ya da BİLETAL tarafından istenmesi halinde ACENTE tarafından ilgili reklamın durdurulması için gerekli aksiyonlar en geç 12 saat içerisinde alınacaktır”.*

- (506) OBİLET tarafından sunulan açıklamada; fiiliyatta uygulanmayan ve uygulanması düşünülmeyen ve detaylarına yukarıda yer verilen hükümlerin yürürlükten kaldırılacağı ifade edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüsten anılan teklifin hukuki niteliğine ve bağlayıcılığına ilişkin açıklama talep edilmiş; gönderilen cevabi yazıda (.....) tarafından bahse konu teklife olumsuz dönüş yapılması veya hiç dönüş yapılmaması durumlarında dahi önerilen değişikliklerin gereğinin OBİLET/BİLETALL tarafından yerine getirileceği, hâlihazırda uygulanmayan söz konusu hükümlerin “yok” hükmünde sayılmaya devam edileceği ve bu konuda (.....) yazılı olarak feragatte bulunduğu belirtilmiştir.
- (507) Dosya süreci devam ederken OBİLET tarafından bildirilen bir diğer değişiklik ise; OBİLET ve (.....) arasında (.....) tarihinde akdedilen sözleşmenin feshine ilişkindir. Öneri aşamasında, OBİLET’in (.....) ile akdettiği (.....) tarihli sözleşmenin “*Tarafların Hak ve Yükümlülükleri*” bölümü<sup>87</sup> altında “*Acente, Servis Sağlayıcı sistemine dahil Taşıyıcı Firmalar’a ve/veya Obilet’e ait marka, kelime ve işaretleri içeren arama motoru reklamları veremez. Ayrıca, Sistem kapsamındaki hizmetlere ilişkin olarak yanıltıcı veya haksız rekabet oluşturucu reklam ve tanıtım faaliyetleri yürütemez, beyanlarda bulunamaz. Bu gibi durumlarda, Servis Sağlayıcı’nın yapacağı uyarı sonrasında hizmeti kısmen veya tamamen durdurma hakkı saklıdır. Acente, işbu maddeye aykırı davranması durumunda Servis Sağlayıcı’nın işbu Sözleşme’yi derhal ve tazminatsız olarak fesih hakkı bulunacağını ve Servis Sağlayıcı’nın ve ilgili Taşıyıcı Firma’nın işbu sebeple doğmuş ve doğacak tüm zararını derhal ve nakden tazmin etmekle yükümlü olacağını kabul ve taahhüt eder.*” hükmünün yer aldığı tespit edilmiş ve ilgili hükmün dosya kapsamında incelenmesi gerektiği değerlendirilmiştir. Bununla birlikte OBİLET tarafından; Kuruma iletilen cevabi yazıda bahse konu sözleşmenin feshedildiği ve (.....) ve Obilet Şirketler Grubu adına dağıtım hizmetlerini sağlayan BİLETALL arasında ilgili hükmün yer almadığı yeni bir sözleşme tesis edildiği ifade edilmiştir.

(508)

(.....TİCARİ SIR.....)

### **H.3.6. OBİLET’in Taahhüt Başvurusu ve Başvuruya İlişkin Değerlendirme**

- (509) Soruşturma süreci devam ederken, Kurum kayıtlarına 31.08.2022 tarih ve 30747 sayı ile intikal eden yazı ile OBİLET tarafından taahhüt başvurusunda bulunulmuştur. 02.03.2023 tarih ve 23-12/191-M sayı ile Kurul, OBİLET’in taahhüt sunma talebinin kabul edilerek taahhüt görüşmelerine başlanmasına ve taahhüt hakkında üçüncü tarafların görüşlerinin alınmasına karar vermiştir. Sürecin akabinde OBİLET tarafından 30.05.2023 tarih ve 39157 sayılı yazı ile nihai taahhüt metni sunulmuştur.

#### **H.3.6.1. OBİLET Tarafından Sunulan Nihai Taahhüt Metni**

- (510) OBİLET tarafından 30.05.2023 tarih ve 39157 sayı ile sunulan nihai taahhüt metnine aşağıda yer verilmektedir:

<sup>87</sup> Madde 4.30.



**“1 “OBİLET’in, MYDATA Bilişim Ltd. Şti.’nin (MYDATA) yazılımını kullanan otobüs firmalarının biletlerinin bir süre için obilet.com platformu üzerinden satışına izin vermeyip bir süre sonra komisyon oranlarını yükselterek obilet.com üzerinden bilet satışına açarak ve MYDATA’ya otobüs sefer verilerinin platformlara dağıtım pazarında (B2B pazar) verdiği hizmet kapsamında öncesinde gelir paylaşım modeli çerçevesinde ödediği web servis hizmeti ücretini ödemeyerek, otobüs taşımacılığı için biletleme yazılımı hizmetini fiili olarak otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı hizmetine bağladığı, bu davranışların 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesini ihlal edebileceği” iddiası**

**1.a “Diğer IMS’lere geçen taşıyıcı firmaların Obilet.com platformu üzerindeki B2C satışlarının sonlandırılması veya ancak komisyon oranları yükseltildikten sonra B2C satışlarının açıldığı, bu yolla IMS ve B2C hizmetlerinin bağlandığı” iddiası:**

**1.a: TAAHHÜT:**

• Obilet/Biletal’a ait IMS’ler dışındaki diğer IMS’leri kullanan taşıyıcı firmalar için IMS hizmeti içermeyen yeni bir B2C hizmeti standart sözleşme metni hazırlanmıştır. Böylece, başka bir IMS kullanan veya Obilet/Biletal’a ait IMS’leri kullanmakta iken başka bir IMS’e geçen taşıyıcı firmalar için, söz konusu sözleşmenin imzalanması halinde, sadece B2C hizmetinden faydalanılmasına devam edilmesi için gerekli koşullar belirlenmiş ve standart bir sözleşme metnine bağlanmıştır. Bahse konu standart sözleşme metni, diğer IMS’leri kullanan taşıyıcı firmalarla halihazırda imzalanmaya da başlanmıştır. Dolayısıyla, Obilet/Biletal’dan B2C hizmeti almak için Obilet/Biletal’dan IMS hizmeti alınmasının zorunlu olmadığı hususu, hem bu senaryoya ilişkin koşulları düzenleyen yeni bir standart sözleşme metni hazırlanarak hem de fiili olarak hayata geçirilmiştir.

• Söz konusu IMS hizmeti içermeyen B2C hizmeti standart sözleşme metninde Obilet’in satışdağıtım-pazarlama komisyon bedelinin belirlenmesini düzenleyen 5.2. no’lu madde aşağıdaki gibidir:

“5.2. Satış-Dağıtım-Pazarlama Komisyon Bedeli, Satış Kanalları vasıtası ile satılan ve seferi gerçekleşen biletlerin toplam satış fiyatı ile bu Sözleşme kapsamında belirlenen ve Taraflar arasında sözlü veya yazılı olarak aksi kararlaştırılmadığı sürece Sözleşme süresi boyunca geçerli olacak olan oranların çarpılması ile hesaplanır. Bu kapsamda, Sözleşme Yürürlük Tarihi itibarıyla Satış-DağıtımPazarlama Komisyon Oranı %..... olarak belirlenmiştir. Bahse konu oranın tespitinde, Obilet tarafından -varsa- Taşıyıcı Firma’nın sefer verilerinin API aracılığıyla Obilet’e temin edilmesini sağlayan üçüncü kişi API Hizmet Sağlayıcısı’na Obilet tarafından ödenecek Bağlantı ve Teknik Hizmet Bedeli Oranı da dikkate alınmıştır.”

• Diğer IMS’leri kullanan taşıyıcı firmalar için hazırlanan standart sözleşmenin yanı sıra, Obilet / Biletal IMS’lerini kullanan, bir başka deyişle Obilet/Biletal’ın hem B2C hem de IMS hizmetlerinden faydalanmak isteyen taşıyıcı firmalar için de yeni bir B2C + IMS hizmetleri standart sözleşmesi, yalnız B2C hizmeti içeren sözleşme ile (IMS hizmetine ilişkin kısımlar hariç olmak üzere) benzer koşulları içerecek şekilde hazırlanmış ve halihazırda taşıyıcı firmaların imzasına sunulmaya başlanmıştır.

• Söz konusu B2C + IMS hizmetleri standart sözleşme metninde Obilet’in satış-dağıtım-pazarlama komisyon bedelinin ve teknik hizmet bedelinin belirlenmesini düzenleyen 5.2. no’lu madde aşağıdaki gibidir:

“Komisyon ve Hizmet Bedelleri, Satış Kanalları vasıtası ile satılan ve seferi gerçekleşen biletlerin toplam satış fiyatı ile bu Sözleşme kapsamında belirlenen ve Taraflar arasında sözlü veya yazılı olarak aksi kararlaştırılmadığı sürece Sözleşme süresi boyunca geçerli olacak olan oranların çarpılması ile hesaplanır. Bu kapsamda, Sözleşme Yürürlük Tarihi itibarıyla Satış-Dağıtım-Pazarlama Komisyon Oranı %.....; Teknik Hizmet Bedeli oranı ise %..... olarak belirlenmiştir.”

- *Obilet/Biletal, taşıyıcı firmalara sunmakta olduğu sözleşmeler ile “münhasır” bir dağıtım yetkisi talep etmemekte, dağıtımın “yapılabileceğini” taşıyıcı firmaların onayına bırakmaktadır.*
- *Diğer taraftan, söz konusu taşıyıcı firma standart sözleşmelerinde her türlü şüphenin önüne geçebilmek amacıyla 4.3. no’lu maddelerde Sözleşme’deki temel hizmet ve yükümlülüklerin münhasırlık koşulu veya hakkı olarak yorumlanmayacağı açıkça ifade edilmiş bulunmaktadır.*
- *Bu kapsamda, şehirler arası otobüsle yolcu taşımacılığı yapan taşıyıcı firmaların IMS ve B2C bilet satış hizmetlerinin her ikisini bir arada Obilet/Biletal’den almasını zorunlu kılacak ya da zorunlu hale getirecek fiili ya da sözleşmesel herhangi bir uygulama gerçekleştirilmeyecektir.*
- *Bir taşıyıcı firma tarafından Obilet/Biletal IMS’leri haricinde bir IMS yazılımına geçilmesine karar verilmesi, Obilet’in ilgili firmaya sunduğu B2C satış hizmetinin sonlandırılması için tek başına bir gerekçe olmayacaktır.*
- *Taşıyıcı firmanın, Obilet’in halihazırda API entegrasyonu mevcut olan ve API hizmet sağlayıcılığı veya B2B dağıtım anlaşması bulunan bir IMS firmasına ait başka bir IMS yazılımına geçiş kararı alması halinde: Taşıyıcı firmaya o tarihte geçerli bulunan piyasa koşulları ve Obilet’in genel ticari uygulamaları kapsamında yeni bir sözleşme (IMS hizmeti içermeyen B2C satış hizmeti sözleşmesi) önerilecek, bu kapsamda bir anlaşma imzalanmasını takiben teknik entegrasyonun sağlanabilmesi halinde ilgili taşıyıcı firmaya Obilet/Biletal platformu üzerinden B2C satış hizmeti sunulmasına devam edilecektir. Bu süreç boyunca taşıyıcı firma seferlerinin Obilet platformu üzerinden listelenmeye devam edilebilmesi için taşıyıcı firmanın, Obilet’in ve geçiş yapılacak IMS sağlayıcısı firmanın yapması gereken temel işlemler aşağıda özetlenmektedir. Obilet, konuyla ilgili diğer tarafların aşağıda sayılan teknik ve ticari yükümlülüklerini zamanında ve işleyişi aksatmayacak şekilde eksiksiz olarak yerine getirmesi halinde, “en iyi gayret” ilkesiyle kendi sorumluluklarını yerine getirecek, ilgili taşıyıcı firmanın sefer verilerinin platformunda görünmesini engellemek üzere herhangi bir işlem yapmayacak, kendisine sefer verileri aktarıldığı süre boyunca taşıyıcı firmaya platformunda yer vermeye devam edecektir:*
- *Taşıyıcı firmanın söz konusu IMS’e geçme kararını Obilet’e bildirmesinin ardından, geçiş sonrasındaki ticari koşulların belirlenebilmesi için gerekli olan ve taşıyıcı firma ile Obilet arasında akdedilecek olan “IMS hizmeti içermeyen, yalnız B2C satış hizmeti içeren” sözleşmenin imzalanmasını ve geçiş yapılacak IMS’e ait durak-sefer verilerinin Obilet’e iletilmesini takiben Obilet kendi tarafındaki gerekli hazırlıkları (durak eşlemeleri, satış-iptaliade süreçlerinin test edilmesi, finansal süreçlerin belirlenmesi, fatura-muhasebe sistemlerinin güncellenmesi vb.) en fazla 10 iş günü içinde tamamlayacaktır.*
- *Taşıyıcı firma geçiş süreci esnasında sefer ve bilet verilerini Obilet’e kesintisiz şekilde aktarmaya devam ettiği ve sefer, koltuk müsaitliği ve satış verilerinin doğru bir şekilde senkronizasyonunu sağladığı takdirde, Obilet firmanın seferlerini platformunda listelemeye devam edecektir. Tüm bu koşulların yerine getirilmesi halinde, geçişin gerçekleştiği sırada, Obilet tarafında operasyonel olarak yürütülmesi gereken işlemler (taşıyıcı firmanın yeni firma koduyla tekrar açılması ve bu çalışmaların sonucunun canlı ortama aktarılması) nedeniyle firmanın Obilet B2C platformunda görüntülenememesi durumu birkaç saati geçmeyecektir.*
- *Taşıyıcı firmanın, Obilet’in API entegrasyonu ve dolayısıyla API hizmet sağlayıcılığı veya B2B dağıtım anlaşması bulunmayan bir IMS firmasına ait IMS yazılımına geçiş kararı alması halinde ise: Taşıyıcı firmaya o tarihte geçerli bulunan piyasa koşulları ve Obilet’in genel ticari uygulamaları kapsamında yeni bir sözleşme (IMS hizmeti içermeyen B2C satış hizmeti sözleşmesi), IMS firmasına ise API hizmet sağlayıcılığı veya B2B dağıtım sözleşmesi imzalanması önerilecek, bu kapsamda birer anlaşma imzalanmasını takiben teknik entegrasyonun sağlanabilmesi halinde ilgili taşıyıcı firmaya Obilet/Biletal platformu üzerinden B2C satış hizmeti sunulmasına devam edilecektir. Bu süreç boyunca taşıyıcı firma seferlerinin Obilet platformu üzerinden listelenmeye devam edilebilmesi için taşıyıcı firmanın, Obilet’in ve geçiş yapılacak IMS sağlayıcısı firmanın*

yapması gereken temel işlemler aşağıda özetlenmektedir. Obilet, konuyla ilgili diğer tarafların aşağıda sayılan yükümlülüklerini zamanında ve işleyişi aksatmayacak şekilde eksiksiz olarak yerine getirmesi halinde, “en iyi gayret” ilkesiyle kendi sorumluluklarını yerine getirecek, ilgili taşıyıcı firmanın sefer verilerinin platformunda görünmesini engellemek üzere herhangi bir işlem yapmayacak, kendisine sefer verileri aktarıldığı süre boyunca taşıyıcı firmaya platformunda yer vermeye devam edecektir:

- Taşıyıcı firmanın söz konusu IMS'e geçme kararı Obilet'e bildirmesinin ardından, yeni IMS firmasına ait API dokümantasyonunun ve teknik altyapısının Obilet'in API entegrasyonu gerçekleştirmesine elverişli olması ve gerekli unsurları/süreçleri içermesi (duraklar, rotalar, sefer listeleme, koltuk şeması, ödeme/tahsilat, bilet durumu sorgulama, iptal/iade vb.) halinde Obilet ve yeni IMS firması arasında API hizmet sağlayıcılığı veya B2B dağıtım sözleşmelerinden birinin imzalanması için sözleşme müzakereleri başlatılacaktır.

- Obilet ile IMS firması arasında IMS firmasının teknik gereklilikleri yerine getirmiş olduğunun tespit edilmesi ve sözleşmenin imzalanması halinde, Obilet ile taşıyıcı firma arasında, geçiş sonrasındaki ticari koşulların belirlenebilmesi için gerekli olan ve taşıyıcı firma ile Obilet arasında akdedilecek olan “IMS hizmeti içermeyen, yalnız B2C satış hizmeti içeren” sözleşmenin imzalanması ile ilgili süreç başlatılacaktır.

- Bu adımların tamamlanmasının ardından Obilet, en fazla 2 ay içerisinde yeni IMS firması ile API entegrasyonunu tamamlayacaktır. Yeni IMS firmasının Obilet'in teknik sorularına yanıtları veya süreç içinde ortaya çıkabilecek fonksiyonel gereksinimlere / hata düzeltmelerine ilişkin geliştirme çalışmalarını geciktirmesi veya “mücbir sebep” kapsamına giren gelişmeler olması halinde sürenin uzatılması mümkün olabilecektir.

- API entegrasyonunun tamamlanmasının ardından, geçiş sonrasındaki ticari koşulların belirlenebilmesi için gerekli olan ve taşıyıcı firma ile Obilet arasında akdedilecek olan “IMS hizmeti içermeyen, yalnız B2C satış hizmeti içeren” sözleşmenin imzalanmasını ve geçiş yapılacak IMS'e ait durak-sefer verilerinin Obilet'e iletilmesini takiben Obilet kendi tarafındaki gerekli hazırlıkları (durak eşlemeleri, satış-iptal-iade süreçlerinin test edilmesi, finansal süreçlerin belirlenmesi, fatura-muhasebe sistemlerinin güncellenmesi vb.) en fazla 10 iş günü içinde tamamlayacaktır.

- Taşıyıcı firma geçiş süreci esnasında sefer ve bilet verilerini Obilet'e kesintisiz şekilde aktarmaya devam ettiği ve sefer, koltuk müsaitliği ve satış verilerinin doğru bir şekilde senkronizasyonunu sağladığı takdirde, Obilet firmanın seferlerini platformunda listelemeye devam edecektir. Tüm bu koşulların yerine getirilmesi halinde, geçişin gerçekleştiği sırada, Obilet tarafında operasyonel olarak yürütülmesi gereken işlemler (taşıyıcı firmanın yeni firma koduyla tekrar açılması ve bu çalışmaların sonucunun canlı ortama aktarılması) nedeniyle firmanın Obilet B2C platformunda görüntülenmemesi durumu birkaç saati geçmeyecektir.

• Bir taşıyıcı firmanın Obilet/Biletal haricindeki bir IMS'e geçmesi veya geçme yönünde karar almış olması halinde Obilet tarafından bu firmaya herhangi bir şekilde ayrımcı ya da dışlayıcı bir davranışta bulunulmayacaktır.

• Obilet, hangi IMS'i kullandığından bağımsız olarak (kendi IMS'ini kullananlar ve başka IMS'leri kullananlar dahil olmak ve tüm taşıyıcı firmalar için geçerli olmak üzere), ilgili taşıyıcı firmanın yürürlükteki mevzuat hükümlerini ve/veya esaslı yükümlülüklerini (örn.: müşteri mağduriyetine yol açan uygulamaların sürekli hale getirilmesi, bilet iptal/iade/değişim işlemlerine ilişkin mevzuata ve sektörel düzenlemelere aykırılık, yolculara sözleşmeye veya bilet alımı sırasında duyurulan kurallara aykırı bir şekilde zorluk çıkarılması, Obilet'ten bilet alan yolculara karşı negatif ayrımcılık ve kötü muamele yapılması, sözleşmelerdeki ticari sır ve gizlilik koşullarına uyulmaması, müşteri/yolcu verileriyle ilgili veri sızıntısı risklerine karşı gerekli önlemlerin alınmaması, KVKK düzenlemelerine uyulmaması, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığının fiyat, tarife, durak, kalkış-variş saati, sefer kuralları ve yetki belgesi kapsamı ile ilgili düzenleme, talimat ve onaylarına uyulmaması, Ticaret Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı ve düzenleyici kuruluşlar da dahil olmak üzere ilgili diğer bakanlıkların, kamu kurum ve kuruluşlarının ve yargı mercilerinin karar, talimat ve düzenlemelerinin gereğinin yerine getirilmemesi, bu

düzenleme, talimat, onay ve gerekliliklerin yerine getirilmemesi sonucunda Obilet'in ve/veya müşterilerinin doğrudan veya dolaylı olarak zarara uğratılması veya dava/cezai işlem/idari para cezası/soruşturma işlemine maruz kalması, ödemelerle ilgili banka hesaplarının doğru bir şekilde bildirilmemesi veya bu konuda gerçek dışı beyan verilerek Obilet'in zarara uğratılması, Obilet'in kamuoyu veya sektör oyuncuları nezdinde itibarının haksız ve/veya gerçek dışı ithamlarla zedelenmesi, yetkisiz kişilerce sözleşme ve diğer belgelere imza atıldığına tespit edilmesi, hileli iflas veya mevcudunu eksiltme şüphesinin oluşması, borçlarını ödemede acze düşmesi, vb.) ihlal etmesi durumu haricinde bu firmaya B2C satış hizmetlerini sonlandırmayacak, platformunu bu firmaya kapatmayacaktır.

- Kapatma işlemi,

- İhlalin düzeltilebilir olmaması, yürürlükteki mevzuata göre suç teşkil edebilecek olması, zararların katlanabilir ölçeğin ötesine geçmesi veya telafisi imkansız sonuçlar yaratması halinde derhal yürürlüğe konulabilecek;

- İhlalin düzeltilebilir olması halinde ise Obilet'in uyarı amaçlı ihtarname düzenleyerek düzeltici işlem için en az 48 saatlik bir süre vermesi sonrasında, ilgili süre içerisinde düzeltici işlemin yapılmadığının tespitiyle birlikte sözü edilen sürenin sonunda uygulamaya geçirilebilecektir.

- Obilet platformundaki satışları bu madde kapsamında durdurulan taşıyıcı firmalarla ilgili olarak kapatma gerekçeleriyle birlikte Rekabet Kurumu'na taahhüt geçerlilik süresi boyunca 3 ayda bir düzenli raporlama yapılacaktır.

### **1.b "Diğer API sağlayıcılara web servis hizmet ücreti ödenmeyerek, bu yolla IMS ve B2C hizmetlerinin bağlandığı" iddiası:**

#### **1.b: TAAHHÜT:**

- (.....).

- Obilet ile Obilet'e API bağlantısı ve teknik hizmet sağlayıcılığı bağlamında hizmet veren firmalar arasındaki ilişkileri düzenlemek üzere yeni bir iş modeli ve buna bağlı olarak yeni bir sözleşme kurgusu geliştirilmiştir.

- Bu modele göre, ilgili API Hizmet Sağlayıcısı, Obilet'e herhangi bir B2B dağıtım aracılık hizmeti sunmayacak olup, sunmakla yükümlü olduğu hizmetler aşağıdaki şekilde olacaktır:

- Taşıyıcı Firmalar'ın sefer verilerini, kendisine geldiği şekliyle, aynen, eksiksiz ve kesintisiz olarak (zaruri kesintiler ve arızalar haricinde) Obilet'e API kanalıyla aktarmak,

- API hizmetinin sürekliliğini sağlamak, teknik bağlantı ile ilgili sorunları zamanında gidermek, Obilet tarafından iletilecek teknik talepleri ve sorun bildirimlerini zamanında yanıtlamak,

- Sistem'in kullanımı için Obilet'e, Sözleşme'nin diğer maddelerinde belirtilen istisnalar haricinde her türlü teknik desteği sağlamak; bu kapsamda gerekli olması halinde; kullanılacak yazılımların ve kodların bilgisayarlara veya bulut bilişim sistemlerine yüklenmesi, kurulması, çalıştırılması, verilerin kullanılması, görüntülenmesi, depolanması, yedeklenmesi dahil olmak üzere söz konusu altyapının verimli ve etkili şekilde Obilet Satış Kanalları üzerinde çalışabilmesi için her türlü erişim, eğitim, destek ve bakım ile ilgili bilgi ve çalışmayı sağlamak.

- Bahse konu yeni iş modeli kapsamında, sektörde faaliyet gösteren IMS sağlayıcısı firmalardan 2'si ile yukarıda belirtilen çerçevede birer API Bağlantısı ve Teknik Hizmet Sağlayıcılığı Sözleşmesi imzalanmış ve bu sözleşmeler 01/01/2023 itibarıyla yürürlüğe girmiştir. Bu firmalar haricindeki diğer IMS sağlayıcısı firmalara da, taşıyıcı firmaların IMS firması değişikliklerine ilişkin olarak 1.a'da detaylı bir şekilde yer verilmiş olan ve Obilet'in halihazırda API entegrasyonu ve API hizmet sağlayıcılığı veya B2B dağıtım anlaşması bulunan ve bulunmayan IMS firması geçişleri için ayrı ayrı belirtilen koşulların yerine getirilmesi halinde, kendilerinin B2B dağıtım hizmeti sağlayıcılığı veya API bağlantısı ve teknik hizmet sağlayıcılığı işlevlerinden hangisini üstlenmek istedikleri yönündeki

tercihlerine bağılı olarak bu kapsamdaki sözleşmeler önerilecek ve çözüm ortaklığı yürütülmesi için gerekli çaba sarf edilecektir.

• Obilet/Biletall, API bağlantısı ve teknik hizmet sağlayıcılığı modeli kapsamında ilgili API Hizmet Sağlayıcısı firmalara, kendileriyle imzalanan sözleşme kapsamında öngörülen API bağlantısı ve teknik hizmet bedelini aksatmadan ödeyecek ve API Hizmet Sağlayıcı'nın diğer faaliyetleri kapsamında Taşıyıcı Firmalar'dan elde edebileceği diğer (IMS kullanım bedeli, teknik hizmet bedeli, lisans bedeli vb.) bedellere dair herhangi bir gelir paylaşım talebinde bulunmayacaktır.

**2 “OBİLET'in rakip B2C'ler ile sefer verilerinin teminine yönelik olarak imzaladığı sözleşmelerde yer alan rakipler (OBİLET/BİLETALL ve B2C'ler) arası çevrim içi reklam yasakları bakımından yapılan değerlendirmede dar reklam kısıtlamalarının (sadece tescilli markalar ile sınırlı reklam yasakları) 4054 sayılı Kanun kapsamında yer almadığı ancak geniş reklam kısıtlamalarının (tescilsiz markalar veya tescilli marka+söz öbekleri için getirilen reklam yasakları) etki itibarıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceği, taşıyıcı firmalarının markaları bakımından B2C'lere getirilen dikey çevrimiçi reklam yasaklarının ise etki itibarıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceği” iddiası:**

**2: TAAHHÜT:**

• Obilet'in sektörde faaliyet gösteren bir B2C platform ile imzalamış olduğu ve 2022 yılında karşılıklı olarak feshedilen 2020 tarihli B2B dağıtım hizmeti sözleşmesinde yer alan geniş reklam kısıtlamalarına (tescilsiz markalar veya tescilli marka+söz öbekleri için getirilen reklam yasakları) ilişkin maddeye, Obilet/Biletal Şirketler Grubu adına Biletal ile söz konusu B2C platform arasında imzalanan 2022 tarihli yeni B2B dağıtım sözleşmesinde yer verilmeyerek ilgili hüküm sözleşmesel olarak yürürlükten kaldırılmıştır.

• Biletal ile sektörde faaliyet gösteren bir başka B2C platform arasında imzalanan 2019 tarihli B2B dağıtım hizmeti sözleşmesindeki benzer hükümler içeren madde de, bahse konu B2C platforma gönderilen Kasım 2022 tarihli feragatname yazısı ile Obilet/Biletal açısından geçersiz kılınmıştır.

• Obilet/Biletall'ın B2B dağıtım hizmeti sunduğu diğer B2C platformlarla yaptığı diğer B2B dağıtım sözleşmeleri de incelenmiş olup; Obilet/Biletal tarafından, ilgili sözleşmelerde rekabetçi endişeye sebep olabilecek hükümlerden (geniş reklam kısıtlaması ya da dikey çevrimiçi reklam yasağı olarak değerlendirilebilecek olan hükümlerden oluşanlar da dahil olmak üzere) kaynaklı sözleşmesel haklardan tek taraflı olarak feragat edildiğine dair ilgili B2C platformlara Mayıs 2023'te bildirimde bulunularak bahse konu hükümlerin geçersiz hale getirilmesi sağlanmıştır.

• Obilet/Biletall, diğer B2C platformlara sunacağı B2B dağıtım veya API sağlayıcılığı hizmetlerine ilişkin sözleşmelerinde, geniş reklam kısıtlaması ya da dikey çevrimiçi reklam yasağı olarak değerlendirilebilecek herhangi bir hükme yer vermeyecek ve bu yönde herhangi bir şekilde fiili ve sözleşmesel uygulama da gerçekleştirilmeyecektir.

**3 “OBİLET/BİLETALL ve B2C'ler arasında yer alan sözleşmelerde B2C'lerin otobüs firmaları ile iletişime geçmesini engelleyen iletişim yasağına ilişkin hükmün bir tek elden satın alma hükmü şeklinde değerlendirildiği, ayrıca OBİLET/BİLETALL yazılımlarında B2C'lerin bilet satış miktarının görüntülenememesinin bu kısıtın etkisini desteklediği, OBİLET'in B2B ve B2C pazardaki hakim durumda olduğu düşünüldüğünde bu iki kısıtın/uygulamanın etkisi itibarıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceği” iddiası**

**3.a “Diğer B2C platformların taşıyıcı firmalarla ticari iletişime geçmesinin/sözleşme yapmasının kısıtlandığı” iddiası**

**3.a: TAAHHÜT:**

- Obilet'in sektörde faaliyet gösteren bir B2C platform ile imzalamış olduğu ve 2022 yılında karşılıklı olarak feshedilen 2020 tarihli B2B dağıtım hizmeti sözleşmesinde yer alan "taşıyıcı firmalarla ticari iletişime geçmesini engelleyen" maddeye, Obilet/Biletal Şirketler Grubu adına Biletal ile söz konusu B2C platform arasında imzalanan 2022 tarihli yeni B2B dağıtım sözleşmesinde yer verilmeyerek ilgili hüküm sözleşmesel olarak yürürlükten kaldırılmıştır.
- Biletal ile sektörde faaliyet gösteren bir başka B2C platform arasında imzalanan 2019 tarihli B2B dağıtım hizmeti sözleşmesindeki benzer hükümler içeren madde de, bahse konu B2C platforma gönderilen Kasım 2022 tarihli feragatname yazısı ile Obilet/Biletal açısından geçersiz kılınmıştır.
- Obilet/Biletal'ın B2B dağıtım hizmeti sunduğu diğer B2C platformlarla yaptığı diğer B2B dağıtım sözleşmeleri de incelenmiş olup; Obilet/Biletal tarafından, ilgili sözleşmelerde rekabetçi endişeye sebep olabilecek hükümlerden (ticari iletişim yasağı kapsamına girdiği yönünde rekabetçi endişeler uyandıranlar da dahil olmak üzere) kaynaklı sözleşmesel haklarından tek tarafı olarak feragat edildiğine dair ilgili B2C platformlara Mayıs 2023'te bildirimde bulunularak bahse konu hükümlerin geçersiz hale getirilmesi sağlanmıştır.
- Obilet/Biletal tarafından, oluşan rekabetçi endişeleri giderebilmek amacıyla ayrıca, B2C platformlara sunulmak üzere, güncel piyasa koşullarını yansıtan yeni bir standart B2B dağıtım hizmeti sözleşme metni hazırlanmış ve bu metninde ilgili maddeye yer verilmemiştir. Obilet/Biletal'ın B2B dağıtım hizmetinden faydalanmayı talep eden B2C platformlara bahse konu yeni standart B2B dağıtım hizmeti sözleşme metni gönderilmeye başlanmıştır. Burada ifade etmek isteriz ki, Obilet/Biletal'ın yeni B2B dağıtım hizmeti sözleşmesi ilk defa B2B hizmetinden faydalanmak isteyen B2C platformlara sunulmakta olup, halen daha eski tarihli B2B dağıtım hizmeti sözleşmeleri kapsamında hizmet almakta olan B2C platformlara yeni sözleşme metninin imzalatılması ve eski sözleşmelerin feshine zorlanması gibi bir uygulama bulunmamaktadır. Yeni sözleşme metni B2C platformların lehine değişiklikler içermekle birlikte, bu konuda takdir tamamen B2C platformlara aittir. Obilet/Biletal tarafından yeni standart sözleşme metni hazırlanmış olması, mevcut B2B müşterilerine sunulan ve sunulacak olan hizmetlerde bir kesintiye yol açmayacak, yeni sözleşmenin imzalanmaması Obilet/Biletal ile B2C platform arasındaki mevcut iş ilişkisine herhangi bir hanel getirmeyecektir.
- Diğer yandan, Obilet/Biletal'ın B2B dağıtım hizmeti kapsamında B2C platformlara sunduğu "ön ödemeye dayalı cari hesap limitli model"e ek olarak, tüm B2C platformlara ilettiği Kasım 2022 tarihli duyuruda detayları belirtilen "teminat mektubu tutarına dayalı cari hesap limitli model", bir seçenek olarak Obilet/Biletal'ın yeni standart B2B dağıtım hizmeti sözleşmesine de eklenmiştir. Ayrıca, teminat mektubu üst limit tutarlarının enflasyon oranlarına göre güncelleneceği hususuna da yeni standart B2B dağıtım hizmeti sözleşmesinde yer verilmiştir.
- Obilet/Biletal'ın yeni standart B2B dağıtım hizmeti sözleşmesi halihazırda, sektörde IMS sağlayıcı olarak faaliyet gösteren bir firmaya ait bir B2C platformu için, bu platformun sahibi firma ile imzalanmış bulunmaktadır. Yeni standart B2B dağıtım hizmeti sözleşmesi diğer bazı B2C platformlarla da imza aşamasındadır.
- Obilet/Biletal'ın B2B toptan dağıtım iş modeline ek olarak, aşağıda genel işleyişi özetleneceği üzere, B2C platformların her bir taşıyıcı firma ile kendi ticari koşullarını ve komisyon oranlarını kendi iradeleri dahilinde belirleyebilecekleri ve Obilet/Biletal'dan yalnız API bağlantısı ve teknik hizmeti temin ederek Obilet/Biletal'ı ticari bağlamda ve taşıyıcı firmalarla iletişim konularında "aracı" olmaktan çıkarabilecekleri yeni bir iş modeli de geliştirilmiştir.
- Obilet/Biletal, diğer B2C platformlara sunacağı B2B dağıtım veya API sağlayıcılığı hizmetlerine ilişkin sözleşmelerinde, B2C platformların taşıyıcı firmalar ile iletişime geçmesini engelleyebilecek veya "tek elden satın alma" şeklinde değerlendirilebilecek herhangi bir hükme yer vermeyecek ve fiilen de bu yönde bir uygulamaya gitmeyecektir.

• İlgili taşıyıcı firma ile B2C platformu arasında aşağıda belirtilen şekilde bir anlaşma sağlanması halinde, Obilet/Biletal ilgili B2C platformuna B2B dağıtım hizmeti yerine ilgili taşıyıcı firmanın bilet satış potansiyeline bağlı olarak belirlenecek ticari koşullar çerçevesinde yalnızca API bağlantısı ve teknik hizmet verilmesi seçeneğini ve buna uygun hazırlanmış standart API Bağlantısı ve Teknik Hizmet Sağlayıcılığı sözleşmesini sunacaktır. Bu model kapsamında diğer B2C platformlar taşıyıcı firmalarla kendi ticari koşulları (bilet Satış-Dağıtım-Pazarlama Komisyonu dahil olmak, ancak bununla sınırlı olmamak üzere) üzerinde kendi iradeleriyle anlaşma sağlayabilecek, yazılı veya sözlü anlaşmalarını kendi iradeleriyle akdedebileceklerdir. API Hizmet Sağlayıcı olarak Obilet, Bilet Satış Platformu ile Taşıyıcı Firma arasındaki ticari ilişkilerin koşullarına herhangi bir şekilde müdahil olmayacak, API hizmet sağlayıcılığı faaliyetinin ifası için zaruri olmayan ticari sır niteliğindeki bilgileri söz konusu taraflardan talep etmeyecek, bahse konu taraflar arasında belirlenecek SatışDağıtım-Pazarlama Komisyonu bilgilerine erişim sağlamayacak, bu bilgileri API hizmeti kapsamında sunacağı sistemlere işlemeyecek ve bu bilgilerin sistemde yer almamasını sağlayacaktır. Bahsedilen iş modeli kapsamında B2C platformlarının taşıyıcı firmalardan aldıkları muvafakat yazılarını Obilet/Biletal'a göndermelerinin ardından Obilet/Biletal bu B2C platformlara muvafakat veren taşıyıcı firmalara ilişkin olarak ilgili B2C platforma yalnızca API bağlantısı ile teknik hizmet ve entegrasyonu sağlamak üzere çalışma yapacaktır. Aynı taşıyıcı firma için Obilet/Biletal ilgili B2C platformuna B2B dağıtım hizmeti veya API hizmet sağlayıcılığı hizmetlerinden yalnızca birini sunacaktır. İşbu taahhüdümüz kapsamında belirtmek isteriz ki; taahhüt geçerlilik süresi boyunca B2C platformlara -kendi tercihlerine bağlı olarak- API bağlantısı ve teknik hizmet sağlayıcılığına ek olarak B2B dağıtım hizmeti alternatifi sunulmaya ve bu kapsamda ilgili platformun tercihine bağlı olarak B2B dağıtım hizmeti kapsamındaki mevcut gelir paylaşım modelinin uygulanmasına devam edilecektir.

• Obilet/Biletal'ın B2B dağıtım hizmeti kapsamında ilgili B2C platformlara sunacağı hizmetler genel itibarıyla aşağıdaki şekilde olacaktır:

- Taşıyıcı Firmalar'dan kaynaklı Müşteri talep/şikayetlerinde, operasyonel hata/durum bildirimlerinde ve teknik konularda B2C Platformu'nun karşılaştığı sorunları Taşıyıcı Firmalar nezdinde, kendi yetkisi ve imkanı dahilinde olanlarla sınırlı olmak kaydıyla, çözüme kavuşturmak,

- Kendisi ve B2C Platform arasında tüm Taşıyıcı Firma biletleri için tek ve yalın bir hesaplama, faturalaştırma, ödeme ve tahsilat kurgusu oluşturmak,

- Bilet satış ve dağıtım sözleşmesi ilişkisi bulunduğu her bir Taşıyıcı Firma nezdindeki hesaplama, faturalaştırma, ödeme ve tahsilat ilişkilerini ayrı ayrı yönetmek için gerekli çalışmaları düzenli olarak yürütmek,

- Taşıyıcı Firmalar'ın B2C Platform aracılığıyla gerçekleşen ve B2C Platformu'nun her bir Taşıyıcı Firma adına gerçekleştirdiği bilet satışlarını görüntüleyebileceği bilgi panelini Taşıyıcı Firmalar'a ve B2C Platform'a ayrı ayrı sunmak ve Taşıyıcı Firmalar ile B2C Platformu'nun panellerinde yer alan verilerin eş anlı ve tutarlı olmasını sağlamak.

• Obilet/Biletal'ın, API hizmet sağlayıcılığı faaliyeti çerçevesinde B2C platformlara sunacağı hizmetler ise şunlar olacaktır:

- Taşıyıcı Firmalar'ın sefer verilerini, kendisine geldiği şekliyle, aynen, eksiksiz ve kesintisiz olarak (zaruri kesintiler ve arızalar haricinde) B2C Platformu'na API kanalıyla aktarmak,

- API hizmetinin sürekliliğini sağlamak, teknik bağlantı ile ilgili sorunları zamanında gidermek, B2C Platformu tarafından iletilecek teknik talepleri ve sorun bildirimlerini zamanında yanıtlamak,

- Sistem'in kullanımı için B2C Platformu'na, Sözleşme'nin (Obilet API Bağlantısı ve Teknik Hizmet Sağlayıcılığı Sözleşmesi) diğer maddelerinde belirtilen istisnalar haricinde her türlü teknik desteği sağlamak; bu kapsamda gerekli olması halinde; kullanılacak yazılımların ve kodların bilgisayarlara veya bulut bilişim sistemlerine yüklenmesi, kurulması, çalıştırılması, verilerin kullanılması, görüntülenmesi, depolanması, yedeklenmesi dahil olmak üzere söz konusu altyapının verimli ve etkili şekilde B2C

Platformu'nun Satış Kanalları üzerinde çalışabilmesi için her türlü erişim, eğitim, destek ve bakım ile ilgili bilgi ve çalışmayı sağlamak,

- Taşıyıcı Firmalar'ın Sistem aracılığıyla gerçekleşen ve B2C Platformu'nun her bir Taşıyıcı Firma adına gerçekleştirdiği bilet satışlarını görüntüleyebileceği bilgi panelini Taşıyıcı Firmalar'a ve B2C Platformu'na ayrı ayrı sunmak ve Taşıyıcı Firmalar ile B2C Platformu'nun panellerinde yer alan verilerin eş anlı ve tutarlı olmasını sağlamak.

• B2B dağıtım modeli kapsamında ilgili B2C platformu tarafından gerçekleştirilen otobüs bileti satışlarına karşılık olarak taşıyıcı firma nezdinde oluşan ve taşıyıcı firma ile Obilet/Biletal arasındaki anlaşma kapsamında belirlenen Satış-Dağıtım-Pazarlama Komisyonu üzerinden B2C platformu "Platform Payı"na, Obilet/Biletal ise "Servis Sağlayıcı Payı"na hak kazanacak ve söz konusu paylar ilgili taraflar arasındaki B2B dağıtım sözleşmesi kapsamında belirlenen "gelir paylaşım modeli" dahilinde paylaşılacaktır.

• API hizmet sağlayıcılığı modeli kapsamında ise, Obilet/Biletal, mevcut B2B dağıtım modelinden farklı olarak, ilgili taşıyıcı firmalar için kendisinden API hizmeti alan B2C platformdan B2B dağıtım sözleşmesinde öngörülen gelir paylaşım modeli kapsamındaki servis sağlayıcı (B2B dağıtıcı) payını talep etmeyecek; bunun yerine söz konusu B2C platformdan tahsil edeceği geliri, API bağlantı ve teknik hizmet bedelinden ibaret olacaktır. B2C platformu, bu model kapsamında bilet satışlarını gerçekleştirdiği taşıyıcı firma nezdinde oluşan ve kendisiyle taşıyıcı firma arasında akdedilecek anlaşma kapsamında belirlenen satış-dağıtım-pazarlama komisyonunu; Obilet ise taşıyıcı firmaya sunduğu IMS sağlayıcılığı, teknik destek vb. hizmet bedellerini taşıyıcı firmadan doğrudan kendisi hak edecektir.

• Obilet/Biletal, B2C platformlara sunacağı API sağlayıcılığı hizmetinin kalitesini ve sürekliliğini koruyacak; API sağlayıcılığı hizmetinden faydalanan B2C platformlar ile B2B dağıtım hizmetinden faydalanan B2C platformlar arasında, hizmetin kapsamıyla ilgili farklılıklar haricinde, herhangi bir ayrımcı uygulamaya gitmeyecek; aynı şekilde, B2C platformlara sefer verilerini API sağlayıcılığı modeli üzerinden aktardığı taşıyıcı firmalar ile B2B dağıtım modeli üzerinden aktardığı taşıyıcı firmalar arasında da herhangi bir ayrımcılık ya da dışlayıcılık yapmayacaktır.

• Obilet/Biletal'in B2C platformlara B2B dağıtım hizmeti kapsamında sağlayacağı taşıyıcı firma envanteri, B2B dağıtım ile ilgili yazılı veya sözlü onay vermiş olan tüm taşıyıcı firmaları içerecek; Obilet/Biletal'in ilgili taşıyıcı firmaya kendi B2C satış kanallarında yer verip vermemesine bağlı olmayacaktır.

### **3.b "OBİLET/BİLETALL yazılımlarında B2C'lerin bilet satış miktarının görüntülenememesinin bu kısıtın etkisini desteklediği" iddiası**

#### **3.b: TAAHHÜT:**

• Obilet/Biletal'dan B2B dağıtım veya API bağlantı hizmeti alan B2C platformların satışlarının ilgili taşıyıcı firmalarca görüntülenebilmesi amacıyla, Obilet/Biletal'in IMS'lerine, taşıyıcı firmaların her bir B2C platformun satış verilerini anlık olarak raporlayabilecekleri bir rapor ekranı eklenmiştir. Bu hizmet karşılığında taşıyıcı firmalardan veya online acentelerden herhangi bir bedel talep edilmeyecektir.

• İşbu taahhütümüzün kabul edilmesinin ardından 15 gün içinde Obilet/Biletal IMS'lerini kullanan tüm taşıyıcı firmalara bir duyuru yapılarak yeni API hizmet sağlayıcılığı iş modelimizle ilgili bilgi verilecektir.

Bahse konu duyuruda, taahhütlerimize paralel olarak;

- Obilet/Biletal'in B2B dağıtım hizmetine yönelik olarak taşıyıcı firmalardan herhangi bir şekilde münhasırlık talebi olmayacağına,

- Obilet/Biletal taşıyıcı firma sözleşmelerinde satış-dağıtım-pazarlama komisyonu ile teknik hizmet bedellerinin ayrı olarak gösterileceğine,

- Diğer B2C platformların taşıyıcı firmalarla kendi ticari şartlarını kendilerinin belirleyebileceği, kendi sözleşmesel ilişkilerini kendilerinin kurabileceği, hesaplaşma-faturalama-ödeme işlemlerini kendilerinin bire bir yürütebileceği, operasyonel sorunları



ve müşteri talep/şikayetlerini firmalar nezdinde kendilerinin takip edeceği ve Obilet/Biletal'ın bu konulara dahil olmayacağı bir iş modeli geliştirildiğine, bu iş modeli kapsamında Obilet/Biletal'la anlaşma sağlayan ve ilgili taşıyıcı firmadan muvafakat alan B2C platformlar için Obilet/Biletal'ın API Hizmet Sağlayıcılığı işlevini üstlenerek taşıyıcı firma verilerini ilgili B2C platforma aktarmaya devam edeceğine,

- API Hizmet Sağlayıcılığı iş modelinin gerek taşıyıcı firmalar, gerekse B2C platformlar için opsiyonel olduğuna; yukarıda sayılan konularda Obilet/Biletal'ın taşıyıcı firmalar ile B2C platformlar arasında aracılık görevi üstlendiği mevcut B2B dağıtım modelinin yürürlükte kalmasına devam edileceğine,

- Bir taşıyıcı firmanın sefer verilerinin, ilgili iş modeli kapsamında Obilet/Biletal ile anlaşması ve bağlantısı bulunan belli bir B2C platforma B2B dağıtım ve API hizmet sağlayıcılığı modellerinden yalnızca biri üzerinden aktarılabilmesine, bu konudaki tercih hakkının ilgili taşıyıcı firmaya ait olacağına,

- Her bir taşıyıcı firmanın, sefer verilerini hangi iş modeli üzerinden dağıttığından bağımsız olarak, her bir B2C platformun satışlarını ayrı ayrı, özet ve detay bazda görüntülemesine olanak sağlayan raporlama ekranlarının Obilet/Biletal IMS'lerine eklendiğine, taşıyıcı firmaların B2C platformların satışlarını bu raporlama aracılığıyla anlık olarak takip etmesinin mümkün olduğuna dair açıklamalar yer alacaktır.

İşbu taahhüt metnimizdeki tüm terim ve ifadeler Türkiye şehirler arası otobüsle yolcu taşımacılığı sektörüne yönelik IMS, B2B dağıtım, API sağlayıcılığı ve B2C platform/satış faaliyetlerimize (ilgisine göre hizmet alan veya veren taraf olarak) ilişkin olup, Türkiye haricindeki pazarlara ilişkin faaliyetlerimizi ve otobüs sektörüne yönelik olmayan diğer faaliyetlerimizi kapsamamaktadır. Verilen taahhütlerin hayata geçirilmesi ve taahhüt geçerlilik süresi boyunca uygulamasına devam edilmesi, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı başta olmak üzere ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının ilgili düzenlemelerine uyumlu olması halinde mümkün olabilecek olup, taahhütün uygulanmasını engelleyebilecek ve Obilet'ten kaynaklanmayan bu gibi durumlarda Rekabet Kurumu'na 10 iş günü içinde bildirimde bulunulacaktır.

Bu taahhütlerimiz, taahhütlerin kabulüne dair kısa kararın tebliğinden itibaren 3 yıl süreyle geçerli olacaktır.

Takdir ve değerlendirmelerinize saygılarımızla arz ederiz.”

### H.3.6.2. Nihai Taahhüt Metnine İlişkin Değerlendirme

(511) 16.06.2020 tarihinde kabul edilen 7246 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesine ek fıkralarla (üçüncü ve dördüncü fıkralar) taahhüt usulü getirilmiştir. 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin üçüncü fıkrasında taahhüde ilişkin usul ve esasların Kurul tarafından çıkarılan tebliğ ile belirleneceği hüküm altına alınmıştır. Kurul tarafından 11.02.2021 tarihinde kabul edilen 2021/2 sayılı Tebliğ, 16.03.2021 tarihli ve 31425 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

(512) 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Kapsam" başlıklı 2. maddesinde;

"Bu Tebliğ; açık ve ağır ihlaller hariç olmak üzere, 4054 sayılı Kanunun 4 üncü veya 6 ncı maddesi kapsamında ortaya çıkan rekabet sorunlarının giderilmesine yönelik olarak ilgili teşebbüslerce ya da teşebbüs birliklerince sunulan taahhütleri kapsamaktadır."

(513) hükmüne yer verilmiştir. Aynı Tebliğ'in 4. maddesinde ise açık ve ağır ihlaller; "Bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabeti doğrudan ya da dolaylı olarak engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan; 1) Rakip teşebbüsler arasında fiyat tespiti, müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da ticaret kanallarının paylaşılması, arz miktarının kısıtlanması veya kotalar konması, ihalelerde danışıklı hareket, gelecekte uygulanması planlanan fiyat, üretim

ya da satış miktarı gibi rekabete duyarlı bilgilerin paylaşılması, 2) Üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arası ilişkide alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi, konularında gerçekleşen anlaşma ve/veya uyumlu eylemler ile bu konulara ilişkin teşebbüs birliği karar ve eylemlerini” kapsayacak şekilde düzenlenmektedir.

(514) Ayrıca, 2021/2 sayılı Tebliğ’in “Taahhüt Sürecinin Başlatılması” başlıklı 5. maddesinde;

*“(1) Haklarında yürütülen bir incelemeye taahhütle son verilmesini isteyen taraflar, önaraştırma veya soruşturma sürecinde taahhüt sunma talebinde bulunabilirler. Soruşturma sürecindeki taahhüt sunma talepleri Kanununun 43 üncü maddesinin ikinci fıkrası kapsamında yapılan soruşturma bildiriminin tebliğinden itibaren üç ay içinde Kuruma iletilir. Bu süre geçtikten sonra Kuruma iletilen taahhüt sunma talepleri dikkate alınmaz.*

*(2) Taraflar, taahhüt sunma taleplerini yazılı şekilde Kuruma ileterek taahhüt sürecini başlatır.”*

hükmü yer almaktadır.

(515) 2021/2 sayılı Tebliğ’in yukarıda yer verilen ilgili maddeleri uyarınca taahhüt sürecinin başlatılması talepli başvuru, süresi içinde Kurum kayıtlarına girmiştir. Bununla birlikte OBİLET’in 4054 sayılı Kanun’un 4. ve 6. maddesi kapsamında ele alınan soruşturmaya konu eylemleri Tebliğ’de sayılan açık ve ağır ihlallerden olmadığı görülmüş ve Kurul 02.03.2023 tarih ve 23-12/191-M sayı ile taahhüt görüşmelerinin başlatılmasına karar vermiştir.

(516) 2021/2 sayılı Tebliğ’in “Taahhüt görüşmeleri” başlıklı 6. maddesinin birinci fıkrasında ise;

*“Tarafların taahhüt sunma taleplerini Kuruma iletmelerinin ardından Kurul ilgili anlaşma, karar veya uygulamanın açık ve ağır ihlal niteliğini ve gerekli gördüğü diğer hususları değerlendirerek taahhüt görüşmelerinin başlatılmasına ya da taahhüt sunma talebinin reddine ve taahhüt sürecinin sonlandırılmasına karar verir.”*

hükmü yer almaktadır.

(517) İlgili hüküm çerçevesinde, OBİLET’in taahhüt sunma talebi 02.03.2023 tarihli Kurul gündeminde görüşülmüş ve OBİLET ile taahhüt görüşmelerine başlanmasına ve taahhüt hakkında üçüncü tarafların görüşlerinin alınmasına 23-12/191-M sayı ile karar verilmiştir.

(518) 2021/2 sayılı Tebliğ’in “Taahhüdün niteliği” başlıklı 9. maddesinin ikinci fıkrası ise, sunulan taahhüdün değerlendirilmesi bakımından yol göstericidir:

*“Taahhüt rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olmalıdır ...”*

### **H.3.6.2.1. Yazılım Hizmetinin B2C Hizmetine Bağlanmasına İlişkin Rekabet Sorunları Bakımından Sunulan Taahhütlerin Değerlendirilmesi**

(519) Bu başlık altında rekabet sorunu oluşturan iki farklı uygulama ayrı ayrı değerlendirilecektir.

#### **H.3.6.2.1.1. Rakip IMS Kullanan Otobüs Firmalarının Platform Satışlarının Kapatılması Bakımından Değerlendirme**

(520) Dosya kapsamında OBİLET’in, MYDATA yazılımını kullanan otobüs firmalarının biletlerinin bir süre için obilet.com platformu üzerinden satışına izin vermeyip bir süre sonra komisyon oranlarını yükselterek obilet.com üzerinden bilet satışına açarak

biletleme yazılımı hizmetini fiili olarak B2C hizmetine bağladığı tespit edilmiştir. İlgili uygulama sonucu ortaya çıkan bağlama davranışı ile OBİLET'in 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edebileceği değerlendirilmiştir.

- (521) 1.a numaralı taahhüt maddesi incelendiğinde, “şehirler arası otobüsle yolcu taşımacılığı yapan taşıyıcı firmaların IMS ve B2C bilet satış hizmetlerinin her ikisini bir arada Obilet/Biletall'dan almasını zorunlu kılacak ya da zorunlu hale getirecek fiili ya da sözleşmesel herhangi bir uygulama gerçekleştirilmeyeceği” beyan edilmekte olup bu kapsamda bazı uygulamalar gerçekleştirileceği bildirilmektedir.
- (522) Söz konusu taahhüt kapsamında; OBİLET/BİLETALL'a ait IMS'ler dışındaki diğer IMS'leri kullanan taşıyıcı firmalar için IMS hizmeti içermeyen yeni bir B2C hizmeti standart sözleşme metni hazırlanmış ve bu sözleşme hâlihazırda rakip IMS kullanan otobüs firmaları ile imzalanmaya başlanmıştır. İlgili sözleşmede başka bir IMS kullanan veya OBİLET/BİLETALL'a ait IMS'i kullanmakta iken başka bir IMS'e geçen taşıyıcı firmalar bakımından sadece B2C hizmetinden faydalanılmasına devam edilmesi için gerekli koşullar belirlenmiş ve bu koşullar standart bir sözleşme metnine bağlanmıştır. Sözleşme kapsamında ayrıca otobüs firmasından hizmet kapsamına uygun olarak sadece *Satış-Dağıtım-Pazarlama Komisyon Bedeli* (SDP komisyonu) talep edileceği görülmektedir.
- (523) İlgili sözleşmeyi imzalayan otobüs firmaları bulunmakta olup sözleşmeden dolayı şikâyetçi olunan bir husus Kurum kayıtlarına intikal etmiş değildir. Böyle bir sözleşmenin varlığı, OBİLET/BİLETALL'ın sadece bilet satış platformu hizmeti için bile sözleşme imzalamaya hazır olduğunu göstermekte, taşıyıcı firmalara, OBİLET ile sadece B2C hizmeti bakımından çalışma imkânları bulunduğu yönünde bir sinyal vermektedir.
- (524) Bahse konu sözleşmenin yanı sıra OBİLET/BİLETALL'ın hem B2C hem de IMS hizmetinden faydalanmak isteyen taşıyıcı firmalar için de yeni bir B2C+IMS hizmetleri standart sözleşmesi hazırlanmış ve hâlihazırda taşıyıcı firmaların imzasına sunulmaya başlanmıştır. Bu sözleşme ve yukarıdaki sözleşme benzer koşulları içerecek şekilde düzenlenmiş olup IMS hizmetini içeren sözleşmenin sadece bu hizmete ilişkin kısımları diğer sözleşmeden farklılaşmaktadır. Zira ilk sözleşmede otobüs firması bu hizmeti başka IMS sağlayıcısından almaktadır. B2C+IMS hizmetlerini içeren sözleşmede platform üzerinden satılan biletlere karşılık alınacak bedel (*SDP komisyonu*) ile sunulan IMS hizmeti karşılığında alınacak bedel (*teknik hizmet bedeli*) ayrı olarak düzenlenmiştir. Bu sözleşmede alınan her iki hizmet için ayrı bir bedel öngörülmesi, yukarıda da bahsedilen sektörde otobüs firmalarının OBİLET'in yazılımı ücretsiz verdiği şeklindeki algısının ortadan kalkması için faydalıdır. Ayrı fiyatlandırma, yazılımın bedelsiz olmadığını göstererek otobüs firmalarına fiyat bakımından rakip IMS'leri değerlendirme imkânı da sunmaktadır.
- (525) Bu doğrultuda ilgili taahhüt kapsamında sunulan, yalnızca B2C hizmetini/B2C+IMS hizmetlerini içeren iki ayrı sözleşmenin bulunması, OBİLET/BİLETALL'dan B2C hizmeti alınması için IMS hizmetinin alınmasının zorunlu olmadığına açıkça ortaya konulması ve her iki çalışma şeklinde de OBİLET'in sözleşme imzalaması bakımından önem arz ettiği değerlendirilmektedir. Zira taşıyıcı firmalara sunulan iki ayrı sözleşme ile bahse konu iki hizmet birbirine bağlanmamakta ve hizmetlerin her ikisinin de OBİLET'ten alınması taşıyıcı firmanın tercihine bırakılmakta ve her bir hizmet için ayrı bir fiyat öngörülmektedir.
- (526) Bunun yanı sıra, dosya kapsamında elde edilen bilgilere göre söz konusu sektörde ticari ilişkiler genel olarak sözel olarak yürütülmekte, anlaşmaya varılan/zaman

içerisinde değiştirilen koşullar sözlü akdedilen anlaşmalar ile belirlenmekte, yazılı sözleşmelere çok sık rastlanmamaktadır. OBİLET tarafından çerçeve sözleşmelerin oluşturulmasıyla birlikte, taşıyıcı firmaların hakları güvence altına alınmış olup özellikle OBİLET/BİLETALL IMS'ini kullanmayan ancak teşebbüsten B2C hizmeti almak isteyen taşıyıcı firmalar bakımından genel koşulların da netleştirilmesi sağlanmıştır.

- (527) Bu noktadaki rekabetçi endişelerin giderilmesinde bir diğer taahhüt de OBİLET yazılımından rakip yazılıma geçen otobüs firmalarının OBİLET/BİLETALL platformunda satış sürecinin rekabetçi bir endişeye yer vermeyecek şekilde sekteye uğramamasını sağlamak üzere geçiş süreçlerinin aşamalarının detaylandırılmasıdır. Zira *“Obilet/Biletal IMS’leri haricinde bir IMS yazılımına geçilmesine karar verilmesi, Obilet’in ilgili firmaya sunduğu B2C satış hizmetinin sonlandırılması için tek başına bir gerekçe olmayacak”* beyanında bulunmuş olup bu durumda B2C hizmetinin nasıl devam edeceğinin aşamalarına taahhüt metninde yer verilmiştir.
- (528) İlgili detaylandırma ilk olarak otobüs firmasının OBİLET’in hâlihazırda API entegrasyonu mevcut olan ve API hizmet sağlayıcılığı veya B2B dağıtım anlaşması bulunan bir IMS firmasına ait başka bir IMS yazılımına geçiş kararı alması bakımından yapılmıştır. Bu nitelikteki IMS’lerin (.....) ile (.....) yazılımları olduğu ifade edilmiştir. (.....).
- (529) Detaylandırmada sürecin ne şekilde işleyeceğine, süreç boyunca taşıyıcı firma seferlerinin OBİLET platformu üzerinden listelenmeye devam edilebilmesi için taşıyıcı firmanın, OBİLET’in ve geçiş yapılacak IMS sağlayıcısı firmanın yapması gereken temel işlemlerin neler olduğuna ayrıntılı bir şekilde yer verilmiş ve ilgili işlemlerde belirli süreler de öngörülmüştür. OBİLET bu durumda ilk olarak ilgili otobüs firmasına sadece B2C hizmeti içeren yukarıdaki sözleşmeyi sunacaktır. *“...sözleşmenin imzalanmasını ve geçiş yapılacak IMS’e ait durak-sefer verilerinin Obilet’e iletilmesini takiben Obilet kendi tarafındaki gerekli hazırlıkları (durak eşlemeleri, satış-iptaliade süreçlerinin test edilmesi, finansal süreçlerin belirlenmesi, fatura-muhasebe sistemlerinin güncellenmesi vb.) en fazla 10 iş günü içinde tamamlayacak Tüm bu koşulların yerine getirilmesi halinde, geçişin gerçekleştiği sırada, Obilet tarafında operasyonel olarak yürütülmesi gereken işlemler (taşıyıcı firmanın yeni firma koduyla tekrar açılması ve bu çalışmaların sonucunun canlı ortama aktarılması) nedeniyle firmanın Obilet B2C platformunda görüntülenememesi durumu birkaç saati geçmeyecektir”* denilerek mevcutta API entegrasyonu bulunan IMS’lere geçiş yapan teşebbüslerin platformda görüntülenememesi durumu ancak birkaç saati geçmeyecek şekilde planlanmaktadır.
- (530) Benzer şekilde bir taşıyıcı firmanın, OBİLET’in API entegrasyonu ve dolayısıyla API hizmet sağlayıcılığı veya B2B dağıtım anlaşması bulunmayan bir IMS firmasına ait IMS yazılımına geçiş kararı alması halinde de sürecin ayrıntılarına yer verilmiştir. Bu iki durumun ayrı şekilde detaylandırılması ikinci durumda OBİLET ve IMS arasında mevcutta bir entegrasyon olmamasından kaynaklanmaktadır. OBİLET, IMS hizmeti pazarında bu nitelikteki firmaların (.....) olduğunu ifade etmektedir. Ancak dosya kapsamında (.....) bilgisi elde edilmiş olup diğer yazılımlar hakkında bir bilgi bulunmamaktadır. OBİLET bu şekilde bir detaylandırma yaparak pazara girecek olası teşebbüsler bakımından- rekabet hukuku terminolojisi ile potansiyel girişler bakımından- da bir süreç öngörmüş bulunmaktadır. Bu bakımdan hâlihazırda OBİLET’e ait yazılım ile çalışan otobüs firmasının kendi yazılımını kullanmaya başlaması ya da pazara yeni giren bir yazılım kullanması durumunda OBİLET platformunda satışın devamının sağlanmasına yönelik süreç de açıklığa kavuşturulmuş bulunmaktadır.

- (531) Bu durumda yukarıda yer verilenden farklı olarak, IMS firması ile *API hizmet sağlayıcılığı veya B2B dağıtım sözleşmelerinden birinin imzalanması için sözleşme müzakereleri yürütülecek, sözleşmelerin imzalanması sonrası Obilet, en fazla 2 ay içerisinde yeni IMS firması ile API entegrasyonunu tamamlayacaktır.* Entegrasyon sonrası süreç ve süreler ise yukarıdaki ile aynıdır.
- (532) OBİLET ayrıca *“Bir taşıyıcı firmanın Obilet/Biletal haricindeki bir IMS’e geçmesi veya geçme yönünde karar almış olması halinde Obilet tarafından bu firmaya herhangi bir şekilde ayrımcı ya da dışlayıcı bir davranışta bulunulmayacaktır.”* taahhüdünde bulunmaktadır. Bu kapsamda *“hangi IMS’i kullandığından bağımsız olarak (kendi IMS’ini kullananlar ve başka IMS’leri kullananlar dahil olmak ve tüm taşıyıcı firmalar için geçerli olmak üzere)”* B2C satış hizmetlerini hangi hallerde sonlandıracağını sıralamaktadır.
- (533) Bu hallerden sonra OBİLET, taşıyıcı firma tarafından platformda satışa kapatma gerektirecek bir ihlal gerçekleştirilirse, kapatma işlemi ihlalin düzeltilebilir olmaması halinde derhal yerine getireceğini ifade etmektedir. Düzeltilebilir olmayan ihlal *“yürürlükteki mevzuata göre suç teşkil edebilecek olması, zararların katlanabilir ölçeğin ötesine geçmesi veya telafisi imkânsız sonuçlar yaratması”* şeklinde tanımlanmaktadır. Bunun dışındaki durumlar düzeltilebilir ihlal olarak adlandırılmakta ve bu durumda 48 saatlik bir süre içinde gerçekleştirilecek düzeltici işlem talep edilmekte, düzeltme olmazsa kapatma işlemi uygulanmaktadır.
- (534) Dolayısıyla ilgili taahhüt maddesi ile hangi IMS’i kullandığından bağımsız olarak bir taşıyıcı firmanın OBİLET platformunda kapatılmasının hangi koşulların gerçekleşmesi halinde söz konusu olacağı, sayılan koşullar dışında firmaya B2C hizmetinin verilmeye devam edileceği, bu koşullardan birinin gerçekleşmesi halinde kapatma sürecinin nasıl yürütüleceği netleştirilmiş bulunmaktadır. Söz konusu koşullar incelenmiş, ilgili koşulların kabul edilebilir olduğu ve bu koşulların belirlenmesi ile taşıyıcı firma açısından oluşabilecek belirsizliğin önüne geçilebileceği değerlendirilmiştir.
- (535) Son olarak OBİLET tarafından; platformda bu koşullara dayanılarak satışa kapatılan her bir firma, kapatmanın gerekçeleriyle birlikte taahhüt geçerlilik süresi boyunca üç ayda bir düzenli raporlama yolu ile Kuruma bildirilecektir. Bu raporlama ile kapatma işlemi Kurumun bilgisi dahilinde olacak ve sürecin denetlemesi yapılabilecektir.

#### **H.3.6.2.1.2. MYDATA’ya Web Servis Hizmeti Ödemesi Yapılmaması Bakımından Değerlendirme**

- (536) Dosya kapsamında ikinci olarak OBİLET’in MYDATA’dan toptan (B2B) pazarda aldığı hizmet kapsamında öncesinde gelir paylaşım modeli çerçevesinde ödediği web servis hizmeti ücretini ödemeyerek biletleme yazılımı hizmetini fiili olarak B2C hizmetine bağladığı tespit edilmiştir. İlgili uygulaması sonucu ortaya çıkan bağlama davranışı ile OBİLET’in 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesini ihlal edebileceği kanaatine varılmış olup, OBİLET’in ilgili rekabet sorunlarını çözmeye yönelik olarak sunduğu taahhütler bu başlık altında değerlendirilmektedir.
- (537) Anılan rekabet sorunu bakımından OBİLET tarafından sunulan 1.b numaralı taahhüt maddesi incelendiğinde, (.....).
- (538) Taahhütte bahsedilen firma MYDATA olup (.....).
- (539) Buna ek olarak ilgili taahhüt kapsamında; OBİLET ile OBİLET’e API bağlantısı ve teknik hizmet sağlayıcılığı bağlamında hizmet veren firmalar arasındaki ilişkileri düzenlemek üzere yeni bir iş modeli geliştirilmiş ve buna bağlı olarak yeni bir sözleşme

düzenlenmiştir. Geliştirilen yeni model ile B2B dağıtım aracılık hizmeti ile API bağlantısı sağlayıcılığı hizmeti birbirinden ayrıştırılmış, bu iki hizmetin kapsamlarının sınırları çizilmiş ve taraflar arasındaki ilişkide API hizmet sağlayıcısının yükümlü olduğu hizmetler açıkça belirlenmiştir.

- (540) Söz konusu model kapsamında sektörde faaliyet gösteren iki IMS sağlayıcısı (.....) ve (.....) ile 01.01.2023 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmek üzere sırasıyla (.....) ve (.....) tarihinde sözleşme imzalanmıştır. Bu firmalar haricindeki diğer IMS sağlayıcısı firmalara da, taşıyıcı firmaların IMS firması değişikliklerine ilişkin olarak taahhüt kapsamında detaylı bir şekilde yer verilmiş olan ve OBİLET'in hâlihazırda API entegrasyonu ve API hizmet sağlayıcılığı veya B2B dağıtım anlaşması bulunan ve bulunmayan IMS firması geçişleri için ayrı ayrı belirtilen koşulların yerine getirilmesi halinde, kendilerinin B2B dağıtım hizmeti sağlayıcılığı veya API bağlantısı ve teknik hizmet sağlayıcılığı işlevlerinden hangisini üstlenmek istedikleri yönündeki tercihlerine bağlı olarak bu kapsamdaki sözleşmeler önerilmiştir.
- (541) Ayrıca ilgili API hizmet sağlayıcısı firmalara, OBİLET/BİLETALL'ın, kendileriyle imzalanan sözleşme kapsamında öngörülen API bağlantısı ve teknik hizmet bedelini aksatmadan ödeyeceği ve API hizmet sağlayıcısının diğer faaliyetleri kapsamında taşıyıcı firmalardan elde edebileceği diğer bedellere (IMS kullanım bedeli, teknik hizmet bedeli, lisans bedeli vb.) dair herhangi bir gelir paylaşım talebinde bulunmayacağı ifade edilmiştir. Bu çerçevede OBİLET'in sunmuş olduğu 1.b numaralı taahhüt maddesi, diğer servis sağlayıcısının web servis hizmeti için ödeme yapılmaması dolayısıyla oluşan dosya konusu rekabet sorunlarını geçmişe (ödeme yaparak) ve geleceğe yönelik olarak (sözleşme imzalayarak) giderme konusunda yeterli olacaktır.
- (542) Sonuç olarak OBİLET tarafından bağlama iddiasına yönelik olarak sunulan taahhütlerin dosya kapsamında tespit edilen rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu kanaatine varılmaktadır.

### **H.3.6.2.2. OBİLET ile B2C'ler Arasında Akdedilen Sözleşmelerdeki Çevrim İçi Reklam Yasağına İlişkin Hükme Yönelik Sunulan Taahhütlerin Değerlendirilmesi**

- (543) Dosya sürecinde OBİLET ile B2C'ler arasında akdedilen sözleşmeler incelenmiş ve bazı sözleşmelerde 4054 sayılı Kanun'u etkisi itibarı ile ihlal edebilecek çeşitli çevrim içi reklam kısıtlamalarının bulunduğu değerlendirilmiştir.
- (544) OBİLET tarafından sunulan 2 numaralı taahhüt maddesi; OBİLET ile (.....) arasında imzalanan ve (.....) B2B dağıtım hizmeti sözleşmesinde yer alan geniş reklam kısıtlamalarını (tescilsiz markalar veya tescilli marka+söz öbekleri için getirilen reklam yasakları) içeren maddeye, 2022 tarihli yeni B2B dağıtım sözleşmesinde yer verilmemesi şeklindedir. Böylelikle rekabetçi endişe doğuran ilgili hüküm, yürürlükten kaldırılmıştır.
- (545) Aynı şekilde BİLETALL ile (.....) arasında imzalanan (.....) tarihli B2B dağıtım hizmeti sözleşmesindeki benzer hükümler içeren madde, (.....) gönderilen (.....) ayındaki feragatname yazısı ile OBİLET/BİLETALL bakımından geçersiz kılınmıştır.
- (546) Bunun yanı sıra teşebbüs tarafından OBİLETALL/BİLETALL'ın B2B dağıtım hizmeti sunduğu diğer platformlarla yaptığı sözleşmeler incelenmiş, rekabetçi endişeye sebep olabilecek hükümlerden kaynaklanan sözleşmesel haklardan tek taraflı olarak feragat edildiğine dair bildirim 2023 yılı Mayıs ayında ilgili diğer B2C'lere gönderilmiş ve anılan hükümler geçersiz kılınmıştır.

- (547) 2 numaralı taahhüt maddesi ile son olarak; OBİLET'in diğer B2C platformlara sunacağı B2B dağıtımını veya API sağlayıcılığı hizmetlerine ilişkin sözleşmelerinde geniş reklam kısıtlaması ya da dikey çevrim içi reklam yasağı olarak değerlendirilebilecek herhangi bir hükme yer vermeyeceği ve buna ek olarak bu yönde herhangi bir fiili ya da sözleşmesel uygulamada bulunmayacağı taahhüt edilmiştir.
- (548) Sonuç olarak OBİLET tarafından sunulan ilgili taahhüt maddesi ile söz konusu rekabetçi endişelerin giderildiği kanaatine varılmaktadır.

### **H.3.6.2.3. OBİLET ile B2C'ler Arasındaki Sözleşmelerdeki İletişim Yasağı Hükümüne İlişkin Sunulan Taahhütlerin Değerlendirilmesi**

- (549) OBİLET/BİLETALL ile B2C'ler arasında imzalanan sözleşmelerde yer alan ve B2C'lerin otobüs firması ile iletişime geçmesini yasaklayan hükümlerin tek elden satın alma hükmü niteliği taşıdığı ve etki itibarıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceği, OBİLET/BİLETALL yazılımlarında rakip platformların bilet satış miktarının görüntülenememesinin bu kısıtın etkisini desteklediği kanaatine ulaşılmış bulunmaktadır.
- (550) OBİLET tarafından sunulan 3.a numaralı taahhüt maddesi ise ilgili sözleşme maddelerine yönelik alınan aksiyonları içermektedir. Buna göre; 2020 tarihli B2B dağıtım hizmeti sözleşmesinde yer alan ilgili hükme, 2022 tarihli yeni B2B dağıtım sözleşmesinde yer verilmemiş, (.....) tarihinde BİLETALL ile (.....) arasında akdedilen sözleşmedeki hüküm ise (.....) ayında (.....) feragatname gönderilerek geçersiz kılınmıştır. Ayrıca OBİLET/BİLETALL'ın hizmet sunduğu diğer tüm B2C platformlarla yaptığı B2B dağıtım sözleşmeleri de incelenmiş ve ilgili sözleşmelerde rekabetçi endişeye sebep olabilecek hükümlerden (ticari iletişim yasağı kapsamına girdiği yönünde rekabetçi endişeler uyandıranlar da dahil olmak üzere) kaynaklı sözleşmesel haklardan tek taraflı olarak feragat edildiğine dair ilgili B2C platformlara 2023 yılı Mayıs ayında bildirimde bulunularak bahse konu hükümlerin geçersiz hale getirilmesi sağlanmıştır.
- (551) OBİLET mevcut sözleşmeleri tadil ederek ilgili yasağı kaldırmasının dışında "*Obilet/Biletall, diğer B2C platformlara sunacağı B2B dağıtım veya API sağlayıcılığı hizmetlerine ilişkin sözleşmelerinde, B2C platformların taşıyıcı firmalar ile iletişime geçmesini engelleyebilecek veya "tek elden satın alma" şeklinde değerlendirilebilecek herhangi bir hükme yer vermeyecek ve fiilen de bu yönde bir uygulamaya gitmeyecektir.*" beyanında bulunmaktadır. Böylelikle bu yasağın sözleşmesel ve fiili olarak uygulanmayacağı taahhüt olarak sunulmuştur. Bu genel taahhüt belirli araçlarla da detaylandırılmış bulunmaktadır.
- (552) 3.a numaralı taahhüt maddesi ile OBİLET/BİLETALL tarafından, dosya kapsamında ele alınan rekabet sorunlarını giderme amacıyla yeni B2B dağıtım hizmeti sözleşme metni hazırlandığı ve bu metinde ilgili maddeye yer verilmeyerek OBİLET/BİLETALL'dan ilk defa B2B hizmeti almak isteyen B2C'lere bu sözleşmenin sunulduğu ifade edilmektedir. Ayrıca ilgili taahhüde göre; eski tarihli B2B dağıtım hizmeti sözleşmeleri kapsamında hizmet almakta olan B2C platformlara yeni sözleşme metninin imzalatılması ve eski sözleşmelerin feshine zorlanması gibi bir uygulamada bulunulmayacak, ilgili B2C'ler kendi istekleri doğrultusunda yeni sözleşmeyi imzalayacak, bu B2C'lere sunulan ve sunulacak olan hizmetlerde bir kesintiye yol açılmayacaktır. İlgili yeni B2B dağıtım hizmeti sözleşmesi (.....) için imzalanmış bulunmaktadır.

- (553) Böylece söz konusu taahhütler ile birlikte B2C platformların otobüs firmaları ile doğrudan iletişime geçmesinin önünde sözleşmesel herhangi bir engel bulunmayacağı anlaşılmaktadır. Nitekim eski sözleşmelerden ilgili hükümler kaldırılmış, yeni sözleşmelerde tek elden satın almaya yol açacak bir hüküm eklenmemiştir. Hatta yukarıda yer verilen 1.a kapsamındaki taahhütlerde *“Obilet/Biletal, taşıyıcı firmalara sunmakta olduğu sözleşmeler ile “münhasır” bir dağıtım yetkisi talep etmemekte, dağıtımın “yapılabileceğini” taşıyıcı firmaların onayına bırakmaktadır.”*, *“Diğer taraftan, söz konusu taşıyıcı firma standart sözleşmelerinde her türlü şüphenin önüne geçebilmek maksadıyla 4.3. no’lu maddelerde Sözleşme’deki temel hizmet ve yükümlülüklerin münhasırlık koşulu veya hakkı olarak yorumlanmayacağı açıkça ifade edilmiş bulunmaktadır.”* denilmesi de bu noktada önem arz etmektedir. Bu madde sayesinde taşıyıcı firma dağıtım yetkisini OBİLET’e vermesinin bir münhasır yetki olmadığını görmekte, dağıtımın yapılabileceği durumlar kendi onayına bağlanmaktadır.
- (554) Buna ek olarak 3.a numaralı taahhüt kapsamında; OBİLET/BİLETALL’ın B2B toptan dağıtım iş modeline ek olarak, B2C platformların her bir taşıyıcı firma ile kendi ticari koşullarını ve komisyon oranlarını kendi iradeleri dahilinde belirleyebilecekleri ve OBİLET/BİLETALL’dan yalnız API bağlantısı ve teknik hizmeti temin ederek OBİLET/BİLETALL’ı ticari bağlamda ve taşıyıcı firmalarla iletişim konularında aracı olmaktan çıkarabilecekleri yeni bir iş modeli de geliştirilmiştir. Geliştirilen yeni modele göre; ilgili taşıyıcı firma ile B2C platformu arasında bir anlaşma sağlanması halinde, OBİLET/BİLETALL ilgili B2C platformuna B2B dağıtım hizmeti yerine ilgili taşıyıcı firmanın bilet satış potansiyeline bağlı olarak belirlenecek ticari koşullar çerçevesinde yalnızca API bağlantısı ve teknik hizmet verilmesi seçeneğini ve buna uygun hazırlanmış standart API Bağlantısı ve Teknik Hizmet Sağlayıcılığı sözleşmesini sunacaktır.
- (555) Bu model kapsamında diğer B2C platformlar taşıyıcı firmalarla kendi ticari koşulları (bilet SDP komisyonu dahil olmak, ancak bununla sınırlı olmamak üzere) üzerinde kendi iradeleriyle anlaşma sağlayabilecek, yazılı veya sözlü anlaşmalarını kendi iradeleriyle akdedebileceklerdir. API hizmet sağlayıcı olarak OBİLET, B2C ile taşıyıcı firma arasındaki ticari ilişkilerin koşullarına herhangi bir şekilde müdahil olmayacak, API hizmet sağlayıcılığı faaliyetinin ifası için zaruri olmayan ticari sır niteliğindeki bilgileri söz konusu taraflardan talep etmeyecek, bahse konu taraflar arasında belirlenecek SDP komisyonu bilgilerine erişim sağlamayacak, bu bilgileri API hizmeti kapsamında sunacağı sistemlere işlemeyecek ve bu bilgilerin sistemde yer almamasını sağlayacaktır.
- (556) Bahsedilen iş modeli kapsamında B2C platformlarının taşıyıcı firmalardan aldıkları muvafakat yazılarını OBİLET/BİLETALL’a göndermelerinin ardından OBİLET/BİLETAL bu B2C platformlara muvafakat veren taşıyıcı firmalara ilişkin olarak ilgili B2C platforma yalnızca API bağlantısı ile teknik hizmet ve entegrasyonu sağlamak üzere çalışma yapacaktır. Öte yandan OBİLET/BİLETALL, aynı taşıyıcı firma için ilgili B2C platformuna B2B dağıtım hizmeti veya API hizmet sağlayıcılığı hizmetlerinden yalnızca birini sunacaktır.
- (557) Ayrıca geliştirilen bu model çerçevesinde; B2C platformu, bilet satışlarını gerçekleştirdiği taşıyıcı firma nezdinde oluşan ve kendisiyle taşıyıcı firma arasında akdedilecek anlaşma kapsamında belirlenen SDP komisyonunu; OBİLET ise taşıyıcı firmaya sunduğu IMS sağlayıcılığı, teknik destek vb. hizmet bedellerini taşıyıcı firmadan doğrudan kendisi hak edecektir. Bu modelin bir sonucu olarak; taşıyıcı firma ile doğrudan anlaşma sağlayan ve OBİLET’ten yalnızca API hizmeti alan B2C’ler bilet



satışı faaliyeti dolayısıyla taşıyıcı firma tarafından kendilerine ödenen komisyonun tamamını elde edebileceklerdir.

- (558) Öte yandan 3.a numaralı taahhüt maddesi kapsamında geliştirilen yeni model ile B2C platformların taşıyıcı firmalarla doğrudan iş ilişkisi kurmasının ve komisyon oranlarını karşılıklı pazarlık yoluyla belirleyebilmesinin önünün açıldığı anlaşılmaktadır. Komisyon oranlarının doğrudan taşıyıcı firma ile B2C arasında belirlenmesiyle birlikte OBİLET ile rakip B2C'lerin fiyat rekabetine girebilecekleri bir alan ortaya çıkacaktır. Ayrıca taşıyıcı firmalarla doğrudan iletişim kuran B2C'ler iş planlarını etkin bir biçimde taşıyıcı firmalara aktarabilecek, hatta promosyon kampanyaları dahi gündeme gelebilecektir.
- (559) İlgili taahhüt ile, B2B dağıtım aracılık hizmeti ve API bağlantısı sağlayıcılığı hizmetinin birbirinden ayrıştırılmasının ve bu iki hizmet bakımından OBİLET/BİLETALL'ın sunacağı hizmetlerin genel çerçevesinin çizilmesinin, B2C'lerin taşıyıcı firmalarla doğrudan iş ilişkisi kurması halinde uygulamada karşılaşılabilecek sorunların ve belirsizliklerin ortadan kaldırılmasına da olanak sağlayacağı değerlendirilmektedir.
- (560) 3.a numaralı taahhüt maddesi ile son olarak OBİLET/BİLETALL tarafından B2C platformlara sunulan API sağlayıcılığı hizmetinin kalitesi ve sürekliliğinin korunacağı, API sağlayıcılığı hizmeti alan B2C platformlar ile B2B dağıtım hizmeti alan B2C platformlar arasında hizmetin doğası gereği ortaya çıkan farklılıklar dışında herhangi bir ayrımcı uygulamada bulunulmayacağı, aynı şekilde ilgili platforma sefer verilerini API sağlayıcılığı ile ilettiği otobüs firmaları ile B2B dağıtımını üzerinden aktardığı otobüs firmaları arasında da herhangi bir ayrımcı uygulamada bulunulmayacağı taahhüt edilmiştir. Sunulan bu taahhüt ile B2C'lerin taşıyıcı firmalar ile doğrudan iletişime geçmesi ve iş ilişkisi kurmasını engellemeye yönelik fiili herhangi bir davranışta ve yönlendirmede bulunulmayacağına da netleştirildiği değerlendirilmektedir.
- (561) Bu noktada B2B envanterinin kapsamı da netleştirilmiştir. Buna göre *“Obilet/Biletal’in B2C platformlara B2B dağıtım hizmeti kapsamında sağlayacağı taşıyıcı firma envanteri, B2B dağıtım ile ilgili yazılı veya sözlü onay vermiş olan tüm taşıyıcı firmaları içerecek; Obilet/Biletal’in ilgili taşıyıcı firmaya kendi B2C satış kanallarında yer verip vermemesine bağlı olmayacaktır.”* Görüldüğü üzere B2C'lere açılan B2B envanterinde taşıyıcı firmanın onayı belirleyici olmaktadır.
- (562) Dosya kapsamında OBİLET/BİLETALL IMS'ini kullanan taşıyıcı firmaların, yazılımlarında rakip platformların bilet satış miktarını görüntüleyemedikleri tespit edilmiş ve bu hususun bu başlıkta yer verilen iletişim yasağının kısıtlayıcı etkilerini desteklediği değerlendirilmiştir.
- (563) Konuya ilişkin olarak sunulan 3.b numaralı taahhüt maddesi kapsamında; OBİLET/BİLETALL'dan B2B dağıtım veya API bağlantı hizmeti alan B2C platformların satışlarının ilgili taşıyıcı firmalarca görüntülenebilmesi amacıyla, yazılım sistemlerine taşıyıcı firmaların her bir B2C platformun satış verilerini anlık olarak raporlayabilecekleri bir rapor ekranı eklenmiştir. İlgili taahhüt ile bu hizmet karşılığında taşıyıcı firmalardan veya B2C platformlardan herhangi bir bedel talep edilmeyeceği öngörülmektedir. Söz konusu taahhüdün gerçekleştirilmesi ile birlikte; taşıyıcı firmaların rakip B2C'lerin ne kadar satış yaptıkları yönünde bilgi edinme imkânlarının doğabileceği, böylece rakip B2C'lerin satış hacimlerini bir pazarlık aracı olarak kullanabilecekleri değerlendirilmektedir.

- (564) Sonuç olarak, OBİLET tarafından iletişim yasağına ilişkin olarak sunulan tüm taahhütlerin tespit edilen rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu kanaatine varılmaktadır.

#### **H.3.6.2.4. Sunulan Diğer Taahhütlerin Değerlendirilmesi**

- (565) Önceki başlıklar altında yer verilen taahhütlerin yanı sıra taahhüt metninin kabul edilmesinin ardından 15 gün içinde OBİLET/BİLETALL IMS'lerini kullanan tüm otobüs firmalarına duyuru yapılacağı, ilgili duyuruda yeni API hizmet sağlayıcılığı iş modeli ile ilgili bilginin yanı sıra taahhütlere ve mevcut yapıdaki bazı değişikliklere ilişkin açıklamaların yer alacağı belirtilmektedir. Söz konusu duyuru, sektördeki mevcut yapının önemli paydaşlarından biri olan taşıyıcı firmaların bilgilendirilmesini sağlayacak olup hâlihazırda bazı taşıyıcı firmalar bakımından söz konusu olan bilgi asimetrisinin ortadan kaldırılması adına olumlu sonuçlar doğuracaktır.
- (566) Bunun yanı sıra taahhütlerin, hayata geçirilmesi ve taahhüt geçerlilik süresi boyunca uygulamasına devam edilmesinin, Bakanlık başta olmak üzere ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının düzenlemelerine uyumlu olması halinde mümkün olabileceği, taahhüdün uygulanmasını engelleyebilecek ve OBİLET'ten kaynaklanmayan bu gibi durumlarda Kuruma 10 iş günü içinde bildirimde bulunulacağı taahhüt edilmiştir. Sunulan bu taahhüdün sektördeki gelişmelerin ve taahhütlere uyulup uyulmadığının takibi bakımından önemli ve uygun olduğu değerlendirilmiştir.
- (567) Nihai metinde belirtildiği üzere taahhütler, taahhütlerin kabulüne dair kısa kararın tebliğinden itibaren üç yıl süreyle geçerli olacaktır. Bu kapsamda sunulan sürenin kısa sürede yerine getirilebilir ve makul görüldüğü ifade edilmelidir.

#### **H.3.6.2.5. Nihai Taahhüt Metni Hakkında Üçüncü Kişilerin Görüşleri ve Değerlendirilmesi**

- (568) Üçüncü kişi görüşleri; taşıyıcı firma görüşleri, altyapı/API hizmeti sağlayıcıları ile bilet satış platformları olarak üç farklı grup bakımından ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

##### **H.3.6.2.5.1. Taşıyıcı Firma Görüşleri ve Değerlendirilmesi**

- (569) Dosya kapsamında hem OBİLET altyapısını kullanan hem de rakip altyapıyı kullanan otobüs firmalarından görüş alınmıştır.
- (570) MYDATA yazılımını kullanan (.....) tarafından gönderilen yazıda, OBİLET tarafından sunulan taahhütlere uyulması durumunda dosya konusu sorunların çözüme kavuşacağı ifade edilmiştir.
- (571) MYDATA yazılımını kullanan (.....) tarafından gönderilen yazıda, şikâyet hakları saklı kalmak kaydıyla mevcut durumda OBİLET ile herhangi bir anlaşmazlıklarının olmadığı, tarafın görüşüne sunulan taahhüt metnine ilişkin kendi ticari faaliyetlerine yönelik herhangi bir olumsuz durumun bulunmadığı belirtilmiştir.
- (572) MYDATA yazılımını kullanan (.....) tarafından gönderilen yazıda, şikâyet hakları saklı kalmak kaydıyla OBİLET tarafından sunulan taahhüt metninin kendileri için herhangi bir olumsuz durum arz etmediği, hâlihazırda OBİLET ile herhangi bir anlaşmazlıklarının bulunmadığı ifade edilmiştir.
- (573) MYDATA yazılımını kullanan (.....) tarafından gönderilen yazıda, şikâyet hakları saklı kalmak kaydıyla, OBİLET tarafından yürütülen ticari faaliyetler hususunda herhangi bir anlaşmazlık, problem ya da olumsuzluk arz edecek bir durumun bulunmadığı ifade edilmiştir.
- (574) MYDATA yazılımını kullanan (.....) tarafından gönderilen yazıda,

- OBİLET ile ticari ilişkilerinin uzun bir sürece dayandığı, taraflar arasında ticari ilişkinin ilk başladığı dönemde OBİLET'in sektörde yapıcı ve geliştirici bir rol üstlendiği, ancak daha sonra rakipler ile girilen yıkıcı rekabet sonucu sahip olduğu satış gücünü taşıyıcı firmalar üzerinde bir baskı unsuru olarak kullandığı, ancak günümüzde anılan tavrı terk ederek yapıcı bir tutum içerisinde olduğu,
- Bahsi geçen dönemde OBİLET tarafından IMS hizmeti veren sağlayıcılar ile komisyon anlaşmasının bozulduğu, ardından farklı IMS'lerden hizmet alan taşıyıcı firmaların OBİLET platformu üzerinden satışa kapatılacağına ilişkin tehditlerde bulunulduğu, (.....) da bu durumdan etkilenerek iki sene süresince IMS hizmeti sağlayıcısını değiştiremediği, fakat günümüzde taşıyıcı firmaların tercihlerine göre IMS sağlayıcısını değiştirebileceğinin OBİLET tarafından kendilerine iletildiği,
- OBİLET tarafından IMS'e ilişkin bilgilendirmenin ardından, (.....) bu durumun OBİLET platformunda bilet satışlarında herhangi bir soruna yol açmadığı, (.....) OBİLET platformu üzerinden satışlarda çeşitli teknik sorunlar ile karşılaşıldığı fakat OBİLET'in iyi niyetli olduğu ve sorunu kısa sürede çözüme kavuşturmak için iletişim halinde oldukları,
- Sektörde faaliyet gösteren B2C'lerin 2023 senesine kadar kendileri ile doğrudan iletişime geçemediği, ilk defa sene başında (.....) kendileri ile iletişime geçerek satış istatistiklerini ve bilet satışlarına ilişkin olarak komisyon oranını paylaştığı,
- Mevcut durumda yaşanan ufak sorunların OBİLET tarafından çözüme kavuşturulacağına inandıkları,
- Geline nokta OBİLET'in sektörü şekillendirecek güce sahip olduğu, Kurumun yakın takibi sonucunda sektörde faaliyet gösteren oyunculara yaklaşım tarzını değiştirdikleri, bu durumun kalıcı olmasının oldukça önemli olduğu

ifade edilmiştir.

- (575) (.....)'ın görüşleri incelendiğinde; geçmiş dönemde yaşanan sorunların OBİLET'in taahhüt metni kapsamında da sunduğu bazı adımları ile henüz taahhüt bağlayıcı hale gelmemişken önden aşıldığı anlaşılmaktadır. Zira özellikle (.....)'ın (.....) böylelikle OBİLET'in taahhüt metninde yer alan "*Bir taşıyıcı firmanın Obilet/Biletal haricindeki bir IMS'e geçmesi veya geçme yönünde karar almış olması halinde Obilet tarafından bu firmaya herhangi bir şekilde ayrımcı ya da dışlayıcı bir davranışta bulunulmayacaktır.*" taahhüdüne uygun davranmaya başladığı görülmektedir.
- (576) (.....)'ın görüşünde ifade ettiği ve dikkat çeken bir diğer husus ise, 2023 senesine kadar kendileri ile doğrudan iletişime geçemeyen B2C'lerden biri olan (.....) ilk defa sene başında kendileri ile iletişime geçerek satış istatistiklerini ve bilet satışlarına ilişkin olarak komisyon oranını paylaşmasıdır. Bu noktada MYDATA altyapısını kullanan bu taşıyıcı firma bakımından B2C'lerin yukarıda ifade edildiği üzere herhangi bir iletişim yasağı bulunmamaktadır. MYDATA kendi altyapısındaki otobüs firmaları ile B2C'lerin doğrudan sözleşme imzalayabileceğini kendi sözleşmesinde ifade etmektedir. Bununla birlikte (.....) bu hakkını 2023 senesine kadar kullanmamış, ilk kez şimdi kullanmaya başlamıştır.
- (577) MYDATA altyapısını kullanan (.....) tarafından gönderilen yazıda, mevcut durumda OBİLET ile herhangi bir anlaşmazlıklarının bulunmadığı ve sunulan taahhüt metnine yönelik olarak olumsuz herhangi bir durumun olmadığı ifade edilmiştir. (.....) taahhütlere ilişkin görüşü olumludur.

- (578) MYDATA yazılımını kullanan otobüs firmalarının tamamı taahhütler bakımından olumlu görüşlerini iletmıştır. Dosya kapsamında ayrıca OBİLET yazılımını kullanan otobüs firmalarından da görüş talep edilmiştir. Zira bu teşebbüsler bakımından OBİLET taahhüt kapsamında B2C+IMS sözleşmesi imzalamayı planlamakta ve verilen iki ayrı hizmet için sırasıyla SDP komisyonu ve teknik hizmet bedeli alacağını ifade etmektedir.
- (579) (.....) tarafından gönderilen yazıda, OBİLET'in çalışma şartlarından ve teşebbüsten alınan hizmetten memnun oldukları ve herhangi bir sorun yaşamadıkları belirtilmiştir.
- (580) (.....) tarafından gönderilen yazıda, (.....) tarihinde komisyonlara ilişkin olarak OBİLET ile anlaşma sağlandığı, o tarihten itibaren taraflar arasındaki işbirliğinin en yüksek seviyede olduğu ifade edilmiştir.
- (581) (.....) tarafından gönderilen yazıda, OBİLET tarafından sunulan taahhüt metninin sektördeki rekabet sorunlarını gidermeye yönelik, kısa sürede yerine getirilebilir ve uygulanabilir olduğu ifade edilmiştir.
- (582) (.....) tarafından gönderilen yazıda, OBİLET hakkında şikâyet hakları saklı kalmak kaydıyla, sunulan taahhütleri olumlu olarak değerlendirdikleri belirtilmiştir.
- (583) (.....) tarafından gönderilen yazıda, mevcut durumda OBİLET ile akdedilen sözleşme gereği %(.....) komisyon karşılığında çalışıldığı ve satılan bilet bedellerini her ayın 15'ini takip eden ilk iş günü ve ay sonunu takip eden iş gününde mahsuplaşarak aldıkları, sunulan yeni taahhütler ile birlikte çalışmalarına devam edecekleri belirtilmiştir.
- (584) Görüşleri alınan tüm taşıyıcı firmaların, sunulan taahhütler hakkında olumlu görüş ilettikleri görülmektedir. Ayrıca rakip yazılımı kullanan bazı taşıyıcı firmalar ile OBİLET yazılımını kullanan bir taşıyıcı firmanın şikâyet hakkını saklı tutarak görüş bildirmesi, taahhütlerin sektör paydaşlarının denetiminde olması bakımından önemlidir.

#### **H.3.6.2.5.2. Altyapı/API Hizmeti Sağlayıcıları Görüşleri ve Değerlendirilmesi**

- (585) Dosya kapsamında nihai taahhüt metni hakkında MYDATA ve ECE YAZILIM'ın görüşleri alınmıştır. Biletleme yazılımı hizmetinin fiili uygulamalar yoluyla B2C hizmetine bağlandığına yönelik rekabetçi endişe yaratan iki uygulama da MYDATA'ya yönelmiş olup ayrıca bu teşebbüs sektörde OBİLET hariç her üç pazarda dikey bütünleşik diğer firmadır.
- (586) Taahhüt kapsamında belirtilen API hizmeti sözleşmesi (.....) ve (.....) ile 01.01.2023 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmek üzere sırasıyla (.....) tarihinde "API Bağlantısı ve Teknik Hizmet Sağlayıcılığı Sözleşmesi" olarak imzalanmış bulunmaktadır. İlgili sözleşmede API sağlayıcısı söz konusu teşebbüsler olup OBİLET bu sağlayıcılardan sefer verisi temin eden B2C niteliğindedir. OBİLET/BİLETALL ilgili sözleşmede söz konusu sağlayıcılara API bağlantısı ve teknik hizmet bedelini aksatmadan ödeyeceğini hükme bağlamaktadır. İlgili sözleşmeler incelendiğinde OBİLET tarafından ödenecek olan API hizmet bedelinin otobüs firması bazında bilet satış potansiyeline bağlı olarak satış adedi arttıkça azalan oranda olacak şekilde %(.....) arasında belirlendiği görülmektedir. Ayrıca yukarıda ifade edildiği üzere, (.....).
- (587) (.....) tarafından gönderilen yazıda, kendi faaliyetleri bakımından taahhüt metnine ilişkin görüşlerinin olumlu yönde olduğu, taahhüt metnine uyumlu şekilde OBİLET ile (.....) tarihinde yeni bir sözleşme akdedildiği, sözleşme tarihinden bu yana OBİLET'in taahhütlere uyduğu ve taahhütleri yerine getireceğini düşündükleri ifade edilmiştir. Ayrıca ilerleyen süreçte yaşanabilecek ihlallerde gerekli kurum ve kuruluşlara itiraz haklarının saklı olduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla (.....) taahhüt metnine ilişkin görüşlerinin olumlu olduğu anlaşılmaktadır.

- (588) (.....) tarafından gönderilen yazıda, OBİLET'in BİLETALL'ı devralması sonrasında OBİLET ile akdedilen sözleşmeler vasıtasıyla ticari ilişkilerinin güçlendiği, (.....), taahhüt metninin uygulanabilirliği, etkinliği ve yerine getirilebilirliği konusunda bir şikâyetlerinin bulunmadığı, kendilerine sunulan sözleşmelerin ticari faaliyetlerinin gelişmesi ve teşebbüsün büyümesi hususunda fayda sağladığı belirtilmiştir. Ayrıca şikâyet hakları saklı kalmak kaydıyla hâlihazırda OBİLET ile herhangi bir sorunlarının bulunmadığı ifade edilmiştir.
- (589) Bu kapsamda her iki teşebbüsün de taahhütlere ilişkin olumlu görüş sunduğu görülmektedir. Her iki teşebbüs de bağlama iddiaları çerçevesinde oluşan rekabetçi endişelere yönelik sunulan taahhütler bakımından herhangi olumsuz bir görüş iletmemiştir. Bununla birlikte bu teşebbüsler OBİLET'in taahhüdü kapsamında altyapı sağlayıcıları ile imzalamayı planladığı API hizmet sözleşmesini taahhüt bağlayıcı hale gelmeden önden imzalamış olup taahhüdün bu bölümü söz konusu iki teşebbüs için OBİLET tarafından uygulamaya konulmuş durumdadır.

### H.3.6.2.5.3. Bilet Satış Platformları Görüşleri ve Değerlendirilmesi

- (590) B2C pazarındaki teşebbüslere yönelik dosya kapsamında oluşan rekabetçi endişeler çevrim içi reklam kısıtlamaları ve sefer verilerinin sadece OBİLET'ten teminine yol açan iletişim yasağıdır.

#### H.3.6.2.5.3.1. (.....)

- (591) (.....) tarafından gönderilen yazıda,
- OBİLET'in MYDATA ve diğer firmalar ile ticari ilişkileri hakkında bilgilerinin bulunmadığı, buna karşın verilen taahhütlerin taşıyıcı firmalar açısından yararlı olacağını değerlendirdikleri,
  - OBİLET'in Mayıs ayında, çevrim içi reklamlara ilişkin olarak haksız rekabet oluşturucu reklam ve faaliyetlerin sözleşmenin feshi ile sonuçlanacağına yönelik sözleşmesel düzenlemeyi kendilerine bildirdiği,
  - BİLETALL ile geçmiş tarihli sözleşmelerinde BİLETALL bünyesindeki taşıyıcı firmalar ile iletişim yasağına ilişkin hükmün bulunduğu, öte yandan taşıyıcı firmalar ile doğrudan iletişime geçilecek ticari güce ulaşamadıklarından ötürü dosya konusu yaptırımlar ile karşılaşmadıkları, KAMİL KOÇ'un devralma öncesi yalnızca BİLETALL'da yönlendirme yöntemiyle satıldığı, ancak devralma sonrası OBİLET'te *exclusive* olarak satıldığı, anılan hususun çevrim içi bilet satış platformlarının rekabeti açısından hassas olduğu, konuya ilişkin olarak KAMİL KOÇ'a talep ilettikleri, ancak iletilen taleplerin cevapsız kaldığı, OBİLET'e iletilen taleplerde ise dağıtım anlaşmasının yapılmasının beklendiğinin söylendiği, taahhüt ile KAMİL KOÇ'un B2C'lere B2B dağıtım hizmeti kapsamında sunulacağına yönelik beklentilerinin olduğu,
  - B2B ile B2C arasındaki ödemelere ilişkin olarak BİLETALL'ın geçmişte kendilerini baskı ile teminat mektubu gerektiren ön ödemeli modele geçirdiği, bu durumun ilgili dönemde kendileri için ekonomik açıdan büyük bir sorun oluşturduğu, bu bakımdan OBİLET tarafından taraflar arasındaki ödemelere ilişkin olarak OBİLET sanal posunun kullanılmasının alternatif olarak sunulmasının oldukça önemli olduğu, zira B2C'ler açısından sanal pos maliyeti ve teminat mektubunun sunulmasına yönelik maliyetlerin önemli gider kalemleri oluşturduğu,
  - OBİLET'in BİLETALL devralması öncesinde BİLETALL'dan API hizmeti aldıkları ve devralma sonrası ilgili hizmeti OBİLET'ten almaya başladıkları, OBİLET

tarafından 2023 senesi itibarıyla API hizmetinin yalnızca BİLETALL üzerinden verileceğinin kendilerine bildirildiği, OBİLET'in sahip olduğu API hizmetini sorunsuz bir şekilde servis etmesini temenni ettikleri ancak bu durumda servisi mecburi olarak BİLETALL üzerinden almaları gerektiği,

- Geçmişte yaşanan rekabetçi sorunların sunulan taahhütler ile azalacağını değerlendirdikleri

ifade edilmiştir.

- (592) (.....)'in taahhütlere ilişkin genel görüşünün olumlu olduğu ve taahhütlerin sektördeki rekabetçi sorunların azalmasına katkıda bulunmasını beklediği anlaşılmaktadır. Ayrıca (.....), OBİLET'in sözleşmedeki reklam yasaklarını kaldırdığını da doğrulamaktadır.
- (593) Bu noktada teşebbüs tarafından dile getirilen bir hususa da özel olarak değinilmesi gerekmektedir. Teşebbüs tarafından KAMİL KOÇ biletlerinin yalnızca OBİLET'te satıldığı ifade edilmiş ve teşebbüsün biletlerinin tüm B2C'lere B2B dağıtım hizmeti kapsamında sunulacağına yönelik olarak da taahhüt sunulması gerektiği belirtilmiştir. "OBİLET'in Devralma Kararındaki Taahhütlerine Uymadığı İddiası ve Geçici Tedbir Talebi" başlığı altında açıklandığı üzere, OBİLET'in otobüs bileti satış faaliyetlerini münhasıran gerçekleştirmesi dolayısıyla otobüs bileti satış pazarındaki rakiplerini pazardan dışladığına yönelik iddialar ayrı bir önaraştırma kapsamında incelenmiştir. İlgili dosya kapsamında 29.09.2022 tarihli, 22-44/649-280 sayılı Kurul kararı ile bağlayıcı hale getirilen taahhütler ile, OBİLET tarafından başta KAMİL KOÇ olmak üzere tüm taşıyıcı firmalarla akdedilen sözleşmelerde münhasırlık hükümlerine yer verilmeyecek, münhasırlık etkisi doğurabilecek fiili herhangi bir davranışta ve yönlendirmede bulunulmayacak ve sunulan bu taahhütler üç yıl boyunca geçerli olacaktır.
- (594) Dolayısıyla (.....)'in görüşünün KAMİL KOÇ ile ilgili olan bölümü, farklı bir dosya kapsamında değerlendirilmiştir ve mevcut dosyanın kapsamı dışında kalmaktadır. Ancak taahhüt kapsamında imzalanması planlanan B2C ve B2C+IMS sözleşmelerinin 4.3. no'lu maddelerinde, sözleşmedeki temel hizmet ve yükümlülüklerin münhasırlık koşulu veya hakkı olarak yorumlanmayacağı açıkça ifade edilmiştir. Bu bakımdan taşıyıcı firma sözleşmelerinde bir münhasırlık hükmü bulunmayacağı mevcut dosya kapsamındaki taahhütlerde de dile getirilmektedir.

#### **H.3.6.2.5.3.2. (.....)**

- (595) (.....) tarafından gönderilen yazıda,
- Revize edilen B2B dağıtım sözleşmesi, API Bağlantısı ve Teknik Hizmet Sağlayıcılığı Sözleşmesi, IMS İçermeyen B2C Hizmet Standart Sözleşmesi ile B2C ve IMS hizmetleri standart sözleşmelerini henüz tam olarak inceleyemedikleri,
  - Taahhüt metninde bahsi geçen B2C platformlar için B2B dağıtım ve API bağlantısı, taşıyıcı firmalar için IMS içeren ve IMS içermeyen iş modellerine ilişkin belirlenen ücretlerin söz konusu iş modellerine göre değişmemesi, her iş modeli için OBİLET tarafından talep edilecek oranların birbirine yakın ve adil olması gerektiği, diğer bir deyişle aynı hizmeti taşıyıcı firmalara sunan diğer B2C platformlara veya IMS'lere OBİLET ile rekabet edebileceği bir ortamın sunulması gerektiği,
  - OBİLET'in B2C platformlar ile akdedeceği API Bağlantısı ve Teknik Hizmet Sağlayıcılığı Sözleşmesi'nde ifade edilen API bağlantı ve teknik hizmet bedelinin

“ilgili firmanın bilet satış potansiyeline bağlı olarak belirlenecek ticari koşullar çerçevesinde” belirlenmesinin açık olmadığı, söz konusu ifadenin açık olmamasından dolayı OBİLET tarafından talep edilecek bedelin B2B dağıtım hizmetinde alınacak komisyon bedelinin üzerine çıkabileceği, dolayısıyla satış potansiyeline bağlı olarak ticari koşulların belirlenmesi hususunda alt ve üst sınırlarının çizilmesinin B2C platformlar aleyhine gelişebilecek durumların önüne geçebileceği, bunun yanı sıra ilgili bedelin tahsiline ilişkin usulün de belirlenmesi gerektiği,

- Sektörde KAMİL KOÇ'un yalnızca OBİLET tarafından çevrim içi satışının gerçekleşmesinin taraflar arasındaki münhasırlığa dayalı bir anlaşma kaynaklı olduğunun konuşulduğu, taraflar arasında böyle bir anlaşma yer almasa dahi KAMİL KOÇ'un farklı bir B2C'de satışa açılması durumunda OBİLET'in kendi platformunda taşıyıcı firmayı satışa kapatacağı veya mevcut satış koşullarını değiştireceğinin konuşulduğu, zira OBİLET'in BİLETALL'ı devralması öncesinde (.....) KAMİL KOÇ'un biletlerini BİLETALL aracılığıyla satabildiği, ancak OBİLET ile KAMİL KOÇ'un anlaşması sonrasında bilet satış hizmetlerinin kapandığı,
- BİLETALL ve OBİLET IMS'lerinden diğer B2C platformlara satış için sunulan taşıyıcı firmaların farklılık gösterdiği, OBİLET'in BİLETALL devralmasının sonrasında bütün firmaların BİLETALL B2B dağıtım hizmeti kapsamında taraflarına açılacağına iletilerek OBİLET ile ekstra entegrasyon yapılmasına gerek olmadığı belirtilen, ancak hala birçok firmanın sadece BİLETALL'dan hizmet alan B2C'lere kapalı olduğu,
- (.....) ve (.....) gibi daha önce (.....) üzerinden satış yapılan taşıyıcı firmaların OBİLET sistemine geçtikten sonra satışlarının kesildiği ve (.....) üzerinden satış yapmak isteyen firmalar ile çeşitli dönemlerde tekrar satış yapılması için görüşmelerin olduğu, ancak ilgili firmaların satışa açılmasının ardından OBİLET tarafından uygulanacak yüksek komisyon oranlarından çekindikleri ve OBİLET ile olan ilişkilerini bozmak istemedikleri için (.....) üzerinden satışlarının yapılmasını istemediklerini belirttikleri, sunulan taahhütten sonra ise anılan firmalar ile görüşme yapılmadığı ancak işin doğası gereği daha fazla müşteriye ulaşabilecek taşıyıcı firmaların farklı B2C platformlarda satış yapılmasını hemen isteyeceğini düşündükleri, buna rağmen mevcut durumda hala yalnızca OBİLET üzerinden satış yapılan birçok taşıyıcı firmanın bulunduğu, buna karşılık (.....) gibi bazı firmaların direkt OBİLET'ten hizmet alan (.....) satışa açık olduğu,
- Taahhüt metninde geçen “sözlü anlaşma” veya “sözlü onay” ifadelerinin suistimale açık olduğu ve kötüye kullanılabilirliği,
- OBİLET'in B2C platformlarında tüketicilerin tek tuşla bilet değişikliği ve açığa alma gibi işlemleri gerçekleştirebildiği ancak B2B dağıtım hizmetinde B2C'lere bu iznin verilmediği ve bundan dolayı tüketicilerin tercihinin OBİLET'e yöneldiği,
- OBİLET'in BİLETALL'ı devralması öncesinde firmaları bünyesine katabilmek adına otobüslerin üzerine reklam vererek büyük ölçekte transfer ücreti ödendiği, ilgili dönemde BİLETALL'ın da benzer bir uygulaması bulunduğu, sektörde anılan uygulamalara ilişkin olarak OBİLET ve BİLETALL tarafından verilen yüksek ücretlerin otobüs firmalarından talep edilen komisyon oranlarının artırılması suretiyle tahsil edilğine yönelik bir söylenti bulunduğu, anılan hususun hala uygulandığının düşünüldüğü ve bu tür anlaşmaların taşıyıcı firmaların IMS ve/veya B2C tercihlerine bağlanabilme ihtimalinin sektördeki rekabeti tekrar uygulanamaz hale getirebileceği,

- OBİLET'in taşıyıcı firmaları ile uyguladığı "indirim", "bir sonraki seyahate belli oranda indirim" gibi kampanyaların B2B platform veya API üzerinden de teknik olarak desteklenmesi gerektiği, zira bu tür uygulamaların diğer B2C platformları üzerinden de yapılabileceği ifade edilse de IMS'in destek vermediği bu tip faaliyetlerin uygulamada çeşitli sorunlara neden olabileceği,
- Taahhütleri olumlu karşıladıkları, öte yandan sektördeki rekabeti iyileştirme açısından verilen taahhütler kadar taahhütlerin nasıl uygulanacağı hususunun da fazlasıyla önemli olduğu

ifade edilmiştir.

- (596) (.....) tarafından, taahhütlerin olumlu olarak değerlendirildiği görülmekle birlikte taahhütlerin yerine getirilmesi hususuna yapılan vurgu dikkat çekmektedir. Ayrıca teşebbüs tarafından bazı endişeler dile getirilmektedir. Bunlardan ilki KAMİL KOÇ'a ilişkin olup KAMİL KOÇ özelinde ifade edilen münhasırlık iddiası, yukarıda izah edildiği üzere ayrı bir dosyanın konusunu oluşturmuş ve ilgili dosya kapsamında incelenmiştir. Dolayısıyla teşebbüsün görüş yazısının KAMİL KOÇ'a ilişkin bölümü, mevcut dosya kapsamında sunulan taahhütlere ilişkin değildir. Öte yandan, mevcut taahhüt kapsamında taşıyıcı firmalar ile imzalanacak sözleşmelerde de B2C hizmeti için bir münhasırlık koşulu bulunmadığı hususu yer almaktadır.
- (597) İkinci olarak ise; OBİLET'in, hangi iş modeli ile (B2C'ler bakımından B2B hizmeti veya API bağlantısı hizmetinin alındığı model; taşıyıcı firmalar bakımından yalnızca B2C hizmetinin/B2C+IMS hizmetlerinin alındığı model) çalıştığından bağımsız olarak taşıyıcı firmalara, rakip B2C'lere ve IMS'lere rekabet edebilecekleri bir ortam sunması gerektiği ifade edilmiştir. OBİLET tarafından sunulan "Obilet/Biletal, ... API sağlayıcılığı hizmetinden faydalanan B2C platformlar ile B2B dağıtım hizmetinden faydalanan B2C platformlar arasında, hizmetin kapsamıyla ilgili farklılıklar haricinde, herhangi bir ayırıcı uygulamaya gitmeyecek; aynı şekilde, B2C platformlara sefer verilerini API sağlayıcılığı modeli üzerinden aktardığı taşıyıcı firmalar ile B2B dağıtım modeli üzerinden aktardığı taşıyıcı firmalar arasında da herhangi bir ayırıcılık ya da dışlayıcılık yapmayacaktır." şeklindeki taahhüt bu endişeyi giderebilecek niteliktedir. Buna ilaveten OBİLET tarafından taşıyıcı firmalar ve B2C'lere verilen hizmetler kapsamında alınan bedellerin OBİLET ile rekabet edecek bir şekilde olması gerektiği görüşü için de ifade edilmelidir ki, OBİLET dosya kapsamında ortaya çıkan rekabetçi endişeleri gidermekte bu endişelere yol açacak fiili uygulamalarda bulunmayacağını da taahhüt etmektedir. Bu anlamda OBİLET'in IMS, API ya da B2C gibi hizmetleri için fiyat politikasının da fiili olarak dosya kapsamındaki rekabetçi endişelerin oluşmasına neden olmayacak şekilde belirlenmesi gerekmekte, aksi durum taahhütlere aykırı davranışı gündeme getirebilmektedir.
- (598) (.....) yine fiyatlama politikası ile ilgili olarak API bağlantı ve teknik hizmet bedelinin "ilgili firmanın bilet satış potansiyeline bağlı olarak belirlenecek ticari koşullar çerçevesinde" belirlenmesinin açık olmadığını ifade etmektedir. Ancak ilgili taahhütte bir fiyatlama modeli verilmiş olup halihazırda MYDATA ve ECE YAZILIM da OBİLET'e verecekleri API hizmeti için aynı model kapsamında fiyatlama yapmış bulunmaktadır. Ancak yukarıda ifade edildiği üzere OBİLET kendi API hizmeti için alacağı bedeli fiili olarak dosya kapsamındaki rekabetçi endişeleri gündeme getirmeyecek şekilde belirlemelidir. Fiyatın belirlenmesi taraflar arasında müzakere konusu olabilecek olup bu noktada fiili bir tek elden satın alma etkisi yaratmayacak olması da beklenmektedir.
- (599) OBİLET tarafından B2C'lere sunulan B2B portföyünde obilet.com platformunda listelenen teşebbüslerin olmaması hususu da görüş kapsamında dikkate



sunulmaktadır. Yukarıda ifade edildiği üzere B2B envanterinin kapsamı da taahhütte netleştirilmiştir. Buna göre “*Obilet/Biletal’ın B2C platformlara B2B dağıtım hizmeti kapsamında sağlayacağı taşıyıcı firma envanteri, B2B dağıtım ile ilgili yazılı veya sözlü onay vermiş olan tüm taşıyıcı firmaları içerecek; Obilet/Biletal’ın ilgili taşıyıcı firmaya kendi B2C satış kanallarında yer verip vermemesine bağlı olmayacaktır.*” Görüldüğü üzere B2C’lere açılan B2B envanterinde taşıyıcı firmanın onayı belirleyicidir. Sefer verisi, taşıyıcı firmanın kendi ticari faaliyetinin bir ürünü olup sefer verisi kullanılarak yapılan bilet satışından taşıyıcı firma komisyonlar sonrası kalan bilet bedelini almaktadır. Bu noktada taşıyıcı firma pazarda mümkün olduğunca çok platformda görünmek istemekte, ancak bilet bedelinin sonradan kendine ödenecek olması dolayısıyla ticari güvenilirlik, platformun tüketiciler nezdindeki algısı gibi birçok parametreye göre ilgili platformda satış yapma kararını değerlendirmektedir. Dolayısıyla OBİLET’in B2B portföyünde yer alma kararının otobüs firmasında olması işin doğasına uygun gözükmektedir.

- (600) (.....) yukarıdaki envanter çekincesine ek olarak (.....) gibi bazı firmaların direkt OBİLET’ten hizmet alan (.....) ve OBİLET’te satışa açık olduğunu, ancak kendi platformunda olmadığını da dile getirmektedir. Bu noktada dosya kapsamında OBİLET’ten başka bir konuda talep edilen belgelerden elde edilen iki yazışmaya ve taşıyıcı firma sözleşmelerine de değinmek gerekmektedir.
- (601) OBİLET bu hususa, diğer bir deyişle B2B envanterinde yer almak için otobüs firması onayının gerektiği hususuna taşıyıcı firmalarla imzaladığı/imzalayacağı sözleşmelerde yer verdiği gibi taahhüt öncesi dönemde de OBİLET’in bu uygulamasını gösterir bir belge dosya kapsamında elde edilmiştir. Aşağıda OBİLET’in bazı taşıyıcı firmalara iletildiği 14.03.2023 tarihli e-postada firmaların sefer verilerinin dağıtılmasında; (i) tüm platformlara onay verebilecekleri, (ii) dağıtımın bazılarını yapılmasını isteyebilecekleri, (iii) dağıtım yapılmasını istemeyebilecekleri hususu hatırlatılarak tercihlerinin ne olduğu sorulmuştur:

Online Dağıtım Onayınız

00 obilet operasyon <operasyon@obilet.com> Unsubscribe  
Cc: law@biletall.com; law@obilet.com

14 March 2023 Tuesday 12:37

To protect your privacy, some external images in this message were not downloaded. [Download external images](#) [Go to Settings](#)

Sayın İlgili,

Bildiğiniz üzere, taşıyıcı firmalarla aramızdaki sözleşme ilişkisi çerçevesinde onayı bulunan firmalara ait sefer verileri diğer biletleme platformlarına da dağıtılabilir.

Firmanıza ait sefer verilerinin diğer biletleme platformlarına da dağıtılabilmesi ve seferlerinizin ilgili platformlarda listelenmesi için nihai kanaatinizi teyit edebilmek amacıyla onayınızı sormaktayız.

Bu çerçevede;

- Sefer verilerinizin tüm platformlara dağıtılması için onay verebilir,
- Sefer verilerinizin tarafınızca belirlenecek belirli platformlara açılması ve yine tarafınızca belirlenecek belirli platformlara açılmaması konusunda bildirimde bulunabilir veya
- Sefer verilerinizin diğer platformlara hiçbir şekilde dağıtılmasını istemiyorsanız, bu yönde görüş belirtebilirsiniz.

Sefer verilerinizin dağıtılması veya dağıtılmaması konusundaki takdir tamamen firmanıza ait olup, görüş ve talepleriniz doğrultusunda tarafımızca gereği yerine getirilecektir.

Bilginize sunar, iyi çalışmalar dileriz.

-----  
oBilet Bilişim Sistemleri A.Ş.

(602) Aynı tarihte ENUYGUN'a da KEP üzerinden aşağıdaki bildirim yapılmıştır:

Gönderici	biletal@hs01.kep.tr
Alıcı(lar)	enuygun.com@hs02.kep.tr (+)
Konu	Re: Enuygun'a Biletal tarafından gönderilmeyen firmalar hakkında
Tarih	14/03/2023 18:31:59
KEP Id	<2018.894822377.43888.1678807919992.5cad5f80-c27d-11ed-9594-3973cc69ef1a.pttkeppmail@hs01.kep.tr>
Mesaj Id	<482862479.325860.1678346844590.JavaMail.javamailuser@localhost>
Boyut	~27.71 KB

Sayın İlgili,

Bildiğiniz üzere, Biletal ile olan sözleşmeniz kapsamında Biletal yazılımı kullanan firmalarla ilgili sefer verilerine ulaşılırken, devralma sonrasında herhangi bir zorunluluk bulunmaksızın Obilet yazılımını kullanan firmalar da platformunuza dağıtım açılmış, karşılığında herhangi bir sözleşmesel revizyon veya ticari getiri beklenmemiştir.

Diğer taraftan, Taşıyıcı Firmalar'ın sefer verileri, ilgili Taşıyıcı Firma'nın onayı olup olmadığına göre dağıtılmaktadır. (Bu aşamada, tarafınızca firmalarla doğrudan iletişim kurularak dağıtım hizmetinin açılması talep edilen firmalarla ilgili açma işleminin tarafımızca önceliklendirilmiş olduğu, tarafımızca yapılan "onay alma" çalışmalarının yanı sıra şirketinizden veya şirketinizin iletişimi sonucunda Taşıyıcı Firmalar'dan gelen taleplerin ivedilikle karşılanmış olduğu ve bundan sonra da bu şekilde alınan muvafakatlerin tarafımıza ulaşması halinde gerekli işlemin yapılacağı açıktır.) Bu kapsamda, sefer verilerinin diğer platformlardan hiçbirine veya belirli platformlara dağıtılmasını istemeyen ya da sonradan kendi iradesi dahilinde bu onayını geri çeken firmalar ile diğer firmaların aksine bu yönde bir girişimde bulunmaması nedeniyle muvafakati olup olmadığı konusunda şüphe bulunan çok az sayıda firmanın sefer verilerinin dağıtımını tarafımızca yapılamamaktadır. Ancak, her türlü soru işaretini ortadan kaldırmak ve firmaların nihai kanaatlerini bir kez daha teyit etmek maksadıyla, listenizde belirtilen tüm firmalara (daha önce açık olarak "dağıtımın durdurulmasını" talep edenler dahil) dağıtım onayı için tekrar görüşleri sorulmuştur.

İlgili firmalardan onay gelmesi halinde, bahse konu firmaların sefer verileri derhal platformunuza açılacaktır.

Bilginize sunar, iyi çalışmalar dileriz.

**Obilet-Biletal Şirketler Grubu**

(603) İlgili bildirimden anlaşıldığı üzere ENUYGUN bazı taşıyıcı firmaların sefer verilerinin kendilerine sağlanmaması dolayısıyla OBİLET ile iletişime geçmiş OBİLET de ENUYGUN'un iletişime geçtiği firmalara sefer verilerinin dağıtımı için ilgili e-postayı göndermiştir. Bu bakımdan B2B envanterinde otobüs firmasının onayının belirleyici olduğu anlaşılmakta, ENUYGUN bu konuda OBİLET ile iletişime geçince, OBİLET taşıyıcı firmalara bu durumu tekrar hatırlatmaktadır. Bu bakımdan B2B envanterde yer alma kararının otobüs firmasının onayına bağlı olması ve onay vermeyenlerin satışa açılmaması makul görülmekte, OBİLET'in bu konuda otobüs firmasına sözleşmeden bağımsız olarak bu konuyu ayrıca iletmesi ise önemli bulunmaktadır.

(604) (.....) ayrıca taahhüt metninde geçen “sözlü anlaşma” veya “sözlü onay” ifadelerinin suistimale açık olduğunu ve OBİLET tarafından kötüye kullanılabileceğini dile getirmektedir. İlgili hususu değerlendirmek için nihai taahhüt metninde bu iki ifadenin geçtiği bölümlere yer vermek gerekmektedir:

*“İlgili taşıyıcı firma ile B2C platformu arasında aşağıda belirtilen şekilde bir anlaşma sağlanması halinde, Obilet/Biletal ilgili B2C platformuna B2B dağıtım hizmeti yerine ilgili taşıyıcı firmanın bilet satış potansiyeline bağlı olarak belirlenecek ticari koşullar çerçevesinde yalnızca API bağlantısı ve teknik hizmet verilmesi seçeneğini ve buna uygun hazırlanmış standart API Bağlantısı ve Teknik Hizmet Sağlayıcılığı sözleşmesini sunacaktır. Bu model kapsamında diğer B2C platformlar taşıyıcı firmalarla kendi ticari koşulları (bilet Satış-Dağıtım-Pazarlama Komisyonu dahil olmak, ancak bununla sınırlı olmamak üzere) üzerinde kendi iradeleriyle anlaşma sağlayabilecek, yazılı veya sözlü anlaşmalarını kendi iradeleriyle akdedebileceklerdir.”*

(605) Sözlü anlaşma ifadesinin geçtiği bu bölümde OBİLET taşıyıcı firmanın B2C ile doğrudan çalıştığı durumda B2C ve taşıyıcının yazılı ya da sözlü anlaşma yapabileceğinden bahsetmektedir. Burada OBİLET ilgili anlaşmanın tarafı olmayıp bu sektörde anlaşmaların daha çok sözlü olarak yürüdüğü düşünüldüğünde OBİLET'in her iki durumu kapsayacak, taraflar arasındaki ilişkinin nasıl şekilleneceğine karışmayan bir yaklaşım sergilediği değerlendirilmektedir. (.....) doğrudan sözleşme ile çalışmak istediğinde bunu kendisi yazılı yapmayı tercih ederse yazılı; aksi durumda sözlü yapabilecek, OBİLET ise her iki durumda da (.....)'ye API hizmeti sağlayacaktır. Belki de OBİLET burada sadece yazılı olma şartı arasa (.....) için kısıtlayıcı bir şart getirmiş olacak, yazılı anlaşma yapmak istemeyen otobüs firmaları için API hizmeti vermeyeceği bir senaryo ortaya çıkacaktır. Bu sebeple buradaki ifadenin (.....)'nin iddia ettiği gibi suistimale açık kötüye kullanılabilecek bir durum teşkil etmediği, kendileri açısından sınırlayıcı olmayan aksine faydalı olan bir yaklaşım olduğu değerlendirilmektedir.

(606) Bunun yanı sıra ikinci ifade ise şu bölümde geçmektedir:

*“Obilet/Biletal'in B2C platformlara B2B dağıtım hizmeti kapsamında sağlayacağı taşıyıcı firma envanteri, B2B dağıtım ile ilgili yazılı veya sözlü onay vermiş olan tüm taşıyıcı firmaları içerecek; Obilet/Biletal'in ilgili taşıyıcı firmaya kendi B2C satış kanallarında yer verip vermemesine bağlı olmayacaktır.”*

(607) Bu kısım da B2C'lere açılacak envanterle ilgili olup otobüs firmasının yazılı ya da sözlü olarak onaylaması halinde B2C'lere sefer verisi temini OBİLET tarafından yapılmaktadır. Yukarıdaki bölümde olduğu gibi burada da OBİLET'in durumu sadece yazılı olma hali ile sınırlamaması, B2B envanterinde yer alma koşulunu daraltmanın ötesinde olup sözlü onay ifadesi kapsamı genişletmektedir. Bu sebeple buradaki ifade de, (.....)'nin iddia ettiği gibi suistimale açık kötüye kullanılabilecek bir durum değil; kendileri açısından sınırlayıcı olmayan faydalı bir yaklaşım teşkil etmektedir.

- (608) (.....), OBİLET'in B2C platformlarında tüketicilerin tek tuşla bilet değişikliği ve açığa alma gibi işlemleri gerçekleştirebildiği ancak B2B dağıtım hizmetinde B2C'lere bu iznin verilmediğini dile getirmektedir. İkinci olarak (.....), OBİLET'in taşıyıcı firmaları ile uyguladığı "indirim", "bir sonraki seyahate belli oranda indirim" gibi kampanyaların B2B platform veya API üzerinden de teknik olarak desteklenmesi gerektiği, zira bu tür uygulamaların diğer B2C platformları üzerinden de yapılabileceği ifade edilse de IMS'in destek vermediği bu tip faaliyetlerin uygulamada çeşitli sorunlara neden olabileceğini de belirtmektedir. Bu iki husus soruşturma kapsamında yer almamakta olup nihai taahhüt metni, Kurul kararları ile kapsamı belirlenen soruşturma konusu iddiaların değerlendirilmesi sonrası ortaya çıkan rekabetçi endişelere yönelik olarak sunulmuştur. Dolayısıyla soruşturma kapsamında olmayan bu iddialar mevcut taahhüdü eksik kılmayacaktır.
- (609) Son olarak OBİLET'in BİLETALL'ı devralması öncesinde firmaları bünyesine katabilmek adına otobüslerin üzerine reklam vererek büyük ölçekte transfer ücreti ödendiği, ilgili dönemde BİLETALL'ın da benzer bir uygulaması bulunduğu, sektörde anılan uygulamalara ilişkin olarak OBİLET ve BİLETALL tarafından verilen yüksek ücretlerin otobüs firmalarından talep edilen komisyon oranlarının artırılması suretiyle tahsil edilmesine yönelik bir söylenti bulunduğu, anılan hususun hala uygulandığının düşünüldüğü ve bu tür anlaşmaların taşıyıcı firmaların IMS ve/veya B2C tercihlerine bağlanabilme ihtimalinin sektördeki rekabeti tekrar uygulanamaz hale getirebileceği görüşü bulunmaktadır. İlk olarak burada (.....) bir söylentiden bahsetmekte, söylentiye dayalı bu iddiasını da ilk kez görüş kapsamında sunmaktadır. Ancak bu noktada dosya konusunda yer almayan bu hususun da mevcut taahhüdü yetersiz kılmadığı değerlendirilmektedir.
- (610) Sonuç olarak (.....) tarafından, taahhütlerin olumlu olarak değerlendirildiği görülmekle birlikte, görüş kapsamında dikkate sunulan hususlar taahhütlerin yeterliliğini olumsuz etkilememektedir.

#### **H.3.6.2.5.3.3. (.....)**

- (611) (.....) tarafından gönderilen yazıda, taahhüt metnine ilişkin görüşlerinin olumlu olduğu, öte yandan kendilerini ilgilendiren kısımlara ilişkin olarak bazı hususların ifade edildiği görülmektedir.
- (612) (.....) tarafından ilk olarak, Türkiye'deki şehirler arası yolcu taşımacılığı sektörünün yeni iş modellerine uyum sağlamadaki direnci, ticari alışkanlıklarını muhafaza etme eğilimi ve hâlihazırda OBİLET tarafından sunulan üçüncü parti altyapı sağlayıcı modelindeki pazar hâkimiyeti dikkate alındığında taahhütlere ilişkin verilen üç yıllık sürenin yetersiz olduğu, bu çerçevede rekabetçi endişelerin giderilebilmesi açısından süresiz taahhüt verilmesi gerektiği dile getirilmektedir.
- (613) Bu şekilde süresiz bir taahhüt verilmesi dijital platformlarda makul olmayıp bu sektörlerin dinamik yapısı, inovasyona açık olması gibi hususlar yıldıan yıla yapılacak değerlendirmeleri etkilemektedir. Ayrıca dosya kapsamındaki rekabetçi endişeler fiili bağlama dolayısıyla 6. maddeyi ve etki itibarıyla 4. maddeyi ihlal edebilecek rekabeti sınırlayıcı davranışlardır. 6. maddede yapılan değerlendirmeler ve dosya kapsamındaki olası 4. madde ihlalleri, etki temelli bir değerlendirme gerektirmektedir. Etki temelli değerlendirmeler pazar yapısına dayalı olduğundan böylesi uzun süreler dijital platformları konu edinen bir taahhütte gerekli değildir.
- (614) (.....) tarafından ikinci olarak, taahhüt metninde taşıyıcı firmalar ile B2C'lerin doğrudan iletişime geçmesinin önündeki engellerin kaldırıldığı ifade edilse de, KAMİL KOÇ gibi

sektördeki büyük ve geniş yolcu taşıma ağına sahip firmaların B2C'ler ile görüşme yapmasının fiilen engellendiği, KAMİL KOÇ firmasının sefer verileri OBİLET envanterinde bulunmasına rağmen B2C'ler ile paylaşılmadığı, sefer verilerinin B2C'lerce defalarca talep edilmesine karşılık OBİLET'in taşıyıcı firmanın sefer verisi paylaşımına izin vermediğini ileri sürdüğü, buna yönelik olarak taahhüt metnine OBİLET'te listelenen tüm taşıyıcı firmaların B2C'ler ile paylaşılmasının ve OBİLET'in buna ilişkin taşıyıcı firmalar ile münhasır anlaşmalara imza atmayacağını eklenmesi gerektiği dile getirilmektedir. KAMİL KOÇ ile ilgili bu husus yukarıda ele alınmış olup mevcut taahhüt bakımından yapılan değerlendirmeyi etkilemeyecektir.

- (615) Üçüncü olarak; OBİLET tarafından sözleşme ile sağlanan taşıyıcı firmaların bilet satış yetkisinin (.....) gibi hem B2B hem de B2C platformlar için alt acentelik yetkisini içermesi gerektiği, zira OBİLET sözleşmelerindeki alt acentelik yetkisinin doğrudan kısıtlandığı, buna karşın yeterli şartları sağlayan ve alt acenteler ağı olan B2B firmalar için, sorumlulukları kendisinde kalma kaydıyla alt acentelere de içerik sağlayabilme ve taşıyıcı firma bileti satabilme yetkisinin de verilmesi gerektiği, dolayısıyla taahhüt metninde B2B ve B2C platformlarının alt acentelere de dağıtım hakkının olduğu ve bunun önünde bir engel koyulmayacağına dair ayrı bir taahhüt sunulması gerektiği dile getirilmektedir.
- (616) Yukarıda (.....) başlığında ifade edilen son üç hususla benzer olarak, bu iddia da dosya kapsamında yer almamaktadır. Dolayısıyla da soruşturma kapsamında olmayan bu iddia mevcut taahhüdü eksik kılmayacaktır.
- (617) Sonuç olarak (.....) tarafından, taahhütlerin olumlu olarak değerlendirdiği görülmekle birlikte, görüş kapsamında dikkate sunulan hususlar taahhütlerin yeterliliğini olumsuz etkilememektedir.

#### **H.3.6.2.5.3.4. (.....)**

- (618) (.....) tarafından gönderilen yazıda, taahhütlere ilişkin genel görüş taahhütlerin pazardaki rekabetçi endişeleri gidermek için yetersiz kalacağı ve uygulamada sorunlar çıkaracağı yönündedir.
- (619) Görüş kapsamında ilk olarak OBİLET/BİLETALL devralmasına ilişkin 01.07.2021 tarih ve 21-33/449-224 sayılı Kurul kararının Ankara 7. İdare Mahkemesi tarafından iptaline karar verildiği, OBİLET'in iptal edilen bir işlem sonucunda kazanmış olduğu pazar gücünü kullanarak gerçekleştirdiği dosya konusu rekabete aykırı faaliyetlerini derhal sonlandırması gerektiği, anılan mahkeme kararının OBİLET tarafından gerçekleştirilen ilgili faaliyetlerin taahhüt mekanizmasıyla giderilemeyeceğine işaret ettiği, hukuken geçersiz bir işlem sonucunda oluşturulan dikey bütünleşik yapı ile gerçekleştirilen rekabete aykırı davranışlara ilişkin taahhüt sunulmasının hukuki geçerliliğinin bulunmadığı, zira sunulan taahhütlerde OBİLET'in kendi bünyesinde bulunmaması gereken BİLETALL'in varlıklarını kullanarak hizmet vermeye devam edeceğinin anlaşıldığı, dikey entegre bir teşebbüs olarak pazarda faaliyetlerine devam etmesine izin verilmesi durumunda rekabeti geri döndürülemez bir biçimde ortadan kaldıracığı, anılan tüm bu nedenlerden ötürü devralma işleminin tarafları olan OBİLET ve BİLETALL'in fiilen ayrıştırılmasına yönelik bir tedbir kararının alınması gerektiğinin değerlendirildiği ifade edilmektedir.
- (620) Mahkemenin iptal kararı neticesinde OBİLET'in BİLETALL'ı devralması işleminin ayrı bir süreç olarak nihai inceleme prosedürü çerçevesinde incelenmesini teminen Kurul, 07.06.2023 tarih ve 23-26/487-M sayılı kararı ile işlemi nihai incelemeye almıştır. Dolayısıyla (.....) yoğunlaşma bakımından ortaya çıkan endişeleri mevcut dosyanın

konusu değildir. Dosyanın konusu “3.1. Dosya Konusu İddialar” bölümündeki iddialardan oluşmakta ve bu iddialar bakımından oluşan rekabetçi endişeler dolayısıyla taahhüt sunulması beklenmektedir.

- (621) Bunun yanı sıra, yoğunlaşma analizi ve 6. madde değerlendirmeleri sistematik olarak birbirinden farklı olup rekabet hukukunun farklı müdahale araçlarıdır. Yoğunlaşmalar ex-ante olarak incelenmekte ve pazardaki yapısal değişikliğin yarattığı rekabetçi sorunlar engellenmeye çalışılmaktadır. Diğer yandan hâkim durum dosyalarında ex-post bir inceleme yapılmakta, rekabeti engellediği iddia edilen bir davranış/uygulama incelemeye konu edilmektedir. Dikey bütünleşik yapı bir kötüye kullanma davranışı olmayıp tek başına ihlal teşkil etmemekte ancak yoğunlaşmalarda pazarın yapısını rekabeti kısıtlayıcı anlamda etkilediğinin ortaya konulması halinde dikey entegrasyona müdahale edilebilmektedir. Bu sebeple tarafın OBİLET/BİLETALL devralmasından kaynaklı endişeleri bu dosyanın konusu olmayıp dosya konusu rekabetçi endişeler bakımından sunulan taahhütlerin değerlendirilmesinde dikkate alınamayacaktır.
- (622) (.....) ayrıca anılan mahkeme kararı akabinde mevcut soruşturma kapsamında OBİLET'in BİLETALL ve varlıklarını bağlayan taahhütler sunmasının hukuksuz bir işlemin fiilen sürdürülmesi anlamına geleceğini ifade etmektedir. İlgili işlemin nasıl inceleneceği nihai incelemenin konusudur. Ancak dosya kapsamında sunulan taahhütlerin BİLETALL tüzel kişiliği bakımından da geçerli olması gerekmektedir. Bu bakımdan nihai incelemede Kurul tarafından benimsenecek her türlü yaklaşımda hem OBİLET hem de BİLETALL tüzel kişilikleri, Kurul devralma hakkında tekrar karar verinceye kadar taahhütleri uygulamak durumunda bulunacaktır.
- (623) Bir sonraki görüşünde (.....) devralma sonrası her iki pazarda da hâkim duruma ulaşan dikey bütünleşik yapının sunduğu taahhütler ile pazarı rakiplere kapama güdüsünün ve yetisinin engellenemeyeceğini dile getirmiştir. Ancak devralma dolayısıyla ortaya çıkan dikey bütünleşik yapının gücü bu dosyanın ihlal yönüyle konusunu oluşturmayıp hâkim durum analizi bakımından dikkate alınan bir unsurdur. Yukarıda ifade edildiği üzere dikey bütünleşik yapı tek başına bir kötüye kullanma hali değildir. İlgili yapının elde ettiği pazar gücünün rekabeti sınırlayıp sınırlamadığı nihai inceleme kapsamında incelenebilecektir.
- (624) Dile getirilen bir başka husus davranışsal taahhütlerin genellikle pazarın yalnız bir seviyesinde pazar gücüne sahip teşebbüsün bulunduğu durumlarda uygulanmakta olduğu ve detaylı düzenlemelere bağlı olarak gerçekleştiği, ancak somut olay bakımından yüksek pazar gücüne sahip iki teşebbüsün bir araya gelmesi sonucu davranışsal taahhütlerin etkin bir şekilde uygulanmasının ve takip edilmesinin birçok problemi beraberinde getireceği ve sunulan taahhütlerin pazarda etki doğurma gücünü azaltacağıdır. Bu husus da nihai incelemenin konusunu oluşturmaktadır.
- (625) (.....) tarafından, taahhüt metninde otobüs firmalarının talebi üzerine XML kodlarının doğrudan B2C'lere aktarılması için gerekli API'nin sağlanacağını belirtildiği ancak ilgili API'nin oldukça düşük bir maliyetle sağlanabilmesine karşın API'nin süreç içerisinde sağlanmamasının rakiplerin otobüs firmaları ile daha düşük komisyon ile çalışmasının ve son tüketiciye daha düşük fiyattan otobüs bileti sağlanmasının önüne geçilmesine neden olduğu ve tüketici zararına yol açtığı ifade edilmektedir. Bu kapsamda OBİLET tarafından sunulan API hizmet sağlayıcılığının B2C'lere sunulmasında adil ve makul olunması, ayrımcılığa neden olunmaması, hizmetin geliştirilmesine devam edilmesi ve geliştirme harcamalarının azaltılmaması gerektiği belirtilmektedir.
- (626) OBİLET taahhütlerinde fiili ve sözleşmesel olarak otobüs firmaları ile B2C'lerin doğrudan sözleşme yapmasını engelleyecek bir eylemde bulunmayacağını ifade

etmektedir. Bu anlamda taahhüdünü detaylandırmış ve API hizmeti kapsamında sunacağı hizmetleri sıralamıştır. Şöyle ki,

- *Obilet/Biletal'ın, API hizmet sağlayıcılığı faaliyeti çerçevesinde B2C platformlara sunacağı hizmetler ise şunlar olacaktır:*
  - *Taşıyıcı Firmalar'ın sefer verilerini, kendisine geldiği şekliyle, aynen, eksiksiz ve kesintisiz olarak (zaruri kesintiler ve arızalar haricinde) B2C Platformu'na API kanalıyla aktarmak,*
  - *API hizmetinin sürekliliğini sağlamak, teknik bağlantı ile ilgili sorunları zamanında gidermek, B2C Platformu tarafından iletilecek teknik talepleri ve sorun bildirimlerini zamanında yanıtlamak,*
  - *Sistem'in kullanımı için B2C Platformu'na, Sözleşme'nin (Obilet API Bağlantısı ve Teknik Hizmet Sağlayıcılığı Sözleşmesi) diğer maddelerinde belirtilen istisnalar haricinde her türlü teknik desteği sağlamak; bu kapsamda gerekli olması halinde; kullanılacak yazılımların ve kodların bilgisayarlara veya bulut bilişim sistemlerine yüklenmesi, kurulması, çalıştırılması, verilerin kullanılması, görüntülenmesi, depolanması, yedeklenmesi dahil olmak üzere söz konusu altyapının verimli ve etkili şekilde B2C Platformu'nun Satış Kanalları üzerinde çalışabilmesi için her türlü erişim, eğitim, destek ve bakım ile ilgili bilgi ve çalışmayı sağlamak,*
  - *Taşıyıcı Firmalar'ın Sistem aracılığıyla gerçekleşen ve B2C Platformu'nun her bir Taşıyıcı Firma adına gerçekleştirdiği bilet satışlarını görüntüleyebileceği bilgi panelini Taşıyıcı Firmalar'a ve B2C Platformu'na ayrı ayrı sunmak ve Taşıyıcı Firmalar ile B2C Platformu'nun panellerinde yer alan verilerin eş anlı ve tutarlı olmasını sağlamak.*

(627) Buna ilaveten taahhütte şu hususa da yer verilmektedir:

- *Obilet/Biletal, B2C platformlara sunacağı API sağlayıcılığı hizmetinin kalitesini ve sürekliliğini koruyacak; API sağlayıcılığı hizmetinden faydalanan B2C platformlar ile B2B dağıtım hizmetinden faydalanan B2C platformlar arasında, hizmetin kapsamıyla ilgili farklılıklar haricinde, herhangi bir ayrımcı uygulamaya gitmeyecek; aynı şekilde, B2C platformlara sefer verilerini API sağlayıcılığı modeli üzerinden aktardığı taşıyıcı firmalar ile B2B dağıtım modeli üzerinden aktardığı taşıyıcı firmalar arasında da herhangi bir ayrımcılık ya da dışlayıcılık yapmayacaktır.*

(628) Görüldüğü üzere OBİLET, (.....) ifade ettiği ilkeleri kapsayan bir taahhüt sunmuş bulunmaktadır.

(629) (.....) tarafından bir sonraki görüşünde alt pazarda rekabet eden B2C'ler açısından otobüs firmalarının sefer verilerinin etkin bir şekilde gösterilmesinin pazardaki rekabet açısından oldukça önemli olduğu, bu nedenle B2C seviyesinde OBİLET'e sağlanan teknik yeterliliklerin rakip B2C'lere de eşit şekilde sağlanması gerektiği, bu hususa ilişkin olarak Avrupa Komisyonu'nun *London Stock Exchange Group/Refinitiv Business* kararı olduğu ve ilgili kararda rakiplerin dışlanmamasına yönelik olarak altyapı hizmetinin sunulmasında rekabet karşıtı davranışlardan kaçınılması yönünde taahhütler bulunduğu dile getirilmiştir.

(630) Ancak dosya kapsamında "*Altyapı Hizmetindeki Teknik Sorunlar ile Rakip Platform Faaliyetlerinin Zorlaştırıldığı İddiasına İlişkin Değerlendirme*" başlıklı bölümde de detaylarına yer verildiği üzere, OBİLET'in altyapı hizmetindeki uygulamaları bakımından bir ihlal tespiti yapılmamıştır. Dolayısıyla rekabetçi endişe oluşmayan bir konuda OBİLET'in taahhüt sunması beklenmemektedir.

(631) Öte yandan OBİLET'in API hizmet sağlayıcılığı kapsamında belirlenecek altyapı hizmet bedelinin ilgili hizmetin fiili olarak sağlanmaması sonucunu doğuracak şekilde yüksek belirlenmemesi gerektiği, OBİLET'in hak edişinin belirlenmesinde karşılaştırılabilir hizmetlerde sağlayıcıların elde ettiği komisyon oranlarının dikkate

alınabileceği, mevcut durumda OBİLET tarafından uygulanan gelir paylaşım modelinin adil olmamasından ötürü uygulanması planlanan API hizmetinin fiyatlandırılmasında bağımsız bir denetleyici firma desteğinin Kurumun onayının alınarak gerçekleştirilmesinin gerekli olduğu da dile getirilen bir başka görüştür.

(632) Fiyatlamaya ilişkin endişeler (.....) tarafından da dile getirilmiş olup ilgili bölümde ifade edildiği üzere fiyatlama yoluyla fiili olarak tek elden satın alma yaratacak bir durumun oluşması taahhütlere aykırılık teşkil edecektir. Öte yandan fiyatların Kurum tarafından onaylanması veya oluşturulması ise piyasada regülatör gibi hareket edilmesine sebep olacak olup rekabet hukuku uygulamasında fiyatın piyasa koşulları tarafından piyasa aktörlerince rekabeti kısıtlayıcı olmayacak şekilde belirlenmesi gerekmektedir. 4054 sayılı Kanun kapsamında fiyatlama davranışları belirli zarar teorilerinde (yıkıcı fiyat, aşırı fiyat, fiyat sıkıştırması gibi) kabul edilen standartlar çerçevesinde incelenmektedir. Rekabet otoritelerinin eylemi denetlemenin ötesine geçerek fiyatları belirlemesi gibi bir sorumluluğu üstlenmesi halinde pazarda en etkin fiyatın oluşmayacağı açıktır. Bu sebeple tarafın fiyatın Kurumun onayı alınarak belirlenmesi yönündeki görüşüne katılmak mümkün değildir.

(633) (.....) görüşlerine, OBİLET'in altyapı hizmeti sunumunda alt pazardaki rakiplerin hassas bilgilerine erişim imkânının bulunduğu, dolayısıyla bu bilgilerin OBİLET tarafından rekabet açısından üstünlük sağlanmasında kullanılmasının engellenmesine yönelik tedbirlerin alınması gerektiği, iki pazardaki faaliyetleri arasında bilgi akışının etkin bir biçimde kurulacak Çin Duvarı gibi bir sistem vasıtasıyla operasyonel personelin ayrıştırılarak engellenmesinin önem arz ettiğini belirterek devam etmektedir. Mevcut dosya kapsamında rakiplere ait rekabete duyarlı bilgilerin OBİLET tarafından kullanılması dolayısıyla oluşan bir rekabetçi endişe bulunmamaktadır. Ancak yukarıda geçici tedbir talebin değerlendirildiği bölümde de ifade edildiği üzere taahhüt kapsamında bir Çin Duvarı oluşturulmaması olmakla birlikte şu hususa yer verilmiştir:

*"...API Hizmet Sağlayıcı olarak Obilet, Bilet Satış Platformu ile Taşıyıcı Firma arasındaki ticari ilişkilerin koşullarına herhangi bir şekilde müdahil olmayacak, API hizmet sağlayıcılığı faaliyetinin ifası için zaruri olmayan ticari sır niteliğindeki bilgileri söz konusu taraflardan talep etmeyecek, bahse konu taraflar arasında belirlenecek Satış-Dağıtım-Pazarlama Komisyonu bilgilerine erişim sağlamayacak, bu bilgileri API hizmeti kapsamında sunulacak sistemlere işlemeyecek ve bu bilgilerin sistemde yer almamasını sağlayacaktır..."*

(634) B2C pazarda en önemli rekabete duyarlı bilgi, otobüs firmalarına uygulanan komisyon oranları olup bu bilgi doğrudan sözleşme imzalanması durumunda B2C ve otobüs firması arasındaki müzakerede oluşacaktır. OBİLET bu bilgiye hiçbir şekilde ulaşmaya çalışmayacağını ve API hizmeti kapsamında sunulacak sistemlere işlemeyeceğini taahhüt etmiştir. Rakip B2C'lerin doğrudan sözleşme durumunda anlaştıkları komisyon oranlarının OBİLET/BİLETALL tarafından elde edilmeyecek olması, B2C pazardaki fiyat rekabeti için önemli olup bu taahhüt kapsamında güvence altına alınmıştır. Bu nedenle (.....) talebi, Çin Duvarı ile olmasa da verilen taahhüt ile karşılanmaktadır.

(635) (.....) bir diğer görüşü de, OBİLET tarafından sunulacak altyapı sunumuna ilişkin getirilecek tedbirlerin uygulanmasında ilgili pazarın dinamik yapısı gereği bağımsız bir üçüncü tarafça etkin bir biçimde denetlenmesinin önem arz ettiğine, bu doğrultuda tedbirlerin denetiminin yalnızca finansal veya hukuki açıdan gerçekleştirilmemesinin, tedbirlere uyum konusunda yeterli teknik bilgiye sahip bir üçüncü tarafça gerçekleştirilmesinin veya teknik denetim için ayrı bir mekanizmanın öngörülmesinin gerektiğine ilişkindir.



- (636) Taahhüt kapsamında bir bağımsız denetim öngörülmemiştir. Ancak taahhüdün uygulanmasını denetlemek üzere bağımsız denetlemeden başka da mekanizmalar bulunmaktadır. Bu noktada taahhüt kapsamında bağlama davranışı dolayısıyla oluşan ihlal şüphesini bertaraf etmek üzere, diğer taahhütlerle birlikte, OBİLET/BİLETALL platformlarında herhangi bir otobüs firmasının satışa kapanması durumunda Kuruma taahhüt geçerlilik süresi boyunca üç ayda bir düzenli raporlama yapılacağı beyan edilmektedir. Bahse konu raporlama tarafın ifade ettiği öneriler arasında olmamakla birlikte dosya kapsamındaki ihlal şüphelerinden birine ilişkin Kurum denetimini sağlayacak bir denetim mekanizması olarak öngörülmüştür. Bunun dışında taahhüt, OBİLET/BİLETALL IMS'lerini kullanan tüm taşıyıcı firmalara bildirilecek olup bu sayede otobüs firmalarının taahhüt hakkında bilgilendirilmeleri sağlanacaktır. Ayrıca taahhütler bu başlıkta değerlendirilen üçüncü kişilerin görüşlerine sunulmuş olup her üç pazarda da önemli sayıda teşebbüsü içeren kapsayıcı bir görüş alma süreci yürütülmüştür. Bu bakımdan taahhütlerin varlığı hakkında sektör genelinde önemli bir bilgilendirme yapılmış/yapılacak olup taahhütlere uyulmaması halinde rakip B2C'lerin, biletleme yazılımı firmalarının ve otobüs firmalarının şikâyetinde bulunması mümkündür. Bu tespiti doğrular şekilde birçok teşebbüs taahhüde ilişkin verdiği görüşte mevcut taahhütlerden memnuniyetini dile getirirken şikâyetinde bulunma hakkının saklı olduğunu da ifade etmektedir. Nitekim tüm dosya sürecinde pazarın farklı seviyesinde faaliyet gösteren birden fazla tarafın birçok farklı şikâyeti bulunmakta olup sektördeki paydaşların rekabet ihlali dolayısıyla şikâyetinde bulunma motivasyonlarının yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla OBİLET'in taahhütlere uygun davranıp davranmadığı sektördeki tüm paydaşların denetimi altındadır ve bu denetimden beklenen fayda ile bağımsız bir denetim mekanizmasından beklenen faydanın farklılaşmadığı değerlendirilmektedir. Bu çerçevede ilgili talep, bağımsız bir denetçi atayarak olmasa da; sektör genelinde taahhüt hakkında geniş bir bilgilendirme yapılarak ve taahhüt kapsamında sunulacak raporlamalar çerçevesinde karşılanacaktır.
- (637) Öte yandan (.....), taahhütlerin süresini yeterli görmemektedir. Bu kapsamda; Kurul tarafından OBİLET'in devralma yoluyla rakiplerin çevrim içi bilet satış pazarına girmesini engelleme güdüsü ve yetisine sahip olacağına öngörüldüğü ve üç yıl süre ile taahhütlerin uygulanmasına karar verildiği, mevcut durumda OBİLET'in iki yıldır yükümlü olduğu taahhütleri yerine getirmediği, dolayısıyla soruşturma neticesinde taahhütlerin ilgili pazarda tekrar rekabetin etkin bir şekilde tesisi için pazar koşullarında bir değişiklik olmadığı sürece herhangi bir süre ile sınırlandırılmaması gerektiği belirtilmektedir.
- (638) OBİLET'in devralma kararındaki taahhütlerine uymadığı yönündeki iddialar yukarıda değerlendirilmiş olup dosya kapsamında bu iddiayı doğrular herhangi bir tespitte bulunulmamıştır. Süre konusunda (.....) görüşünün değerlendirildiği bölümde ifade edildiği üzere, üç yıllık dönem rekabetçi endişelerin giderilmesi bakımından yeterli görülmektedir.
- (639) (.....), OBİLET tarafından yalnızca taahhüt metninin sunulmasının yeterli olmadığını, taahhütlerin etkin bir biçimde uygulanabilmesi için açıklamalar içermesi gerektiğini, taahhüt metninin bu haliyle pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesinde yetersiz olacağını dile getirmektedir. Ancak (.....) yukarıda tamamına yer verilen nihai taahhüt metninin açıklama ihtiyacı duyulan bölümlerinin hangileri olduğunu ortaya koymamıştır.
- (640) (.....) ayrıca sunulan taahhüt metninin muğlak ifadedeler içerdiğini, 3.a başlığı altında "API hizmetinin sürekliliğini sağlamak, teknik bağlantı ile ilgili sorunları zamanında gidermek, B2C Platformu tarafından iletilecek teknik talepleri ve sorun bildirimlerini

*zamanında yanıtlamak*” ifadelerine yer verildiğini ancak *“zamanında yanıtlamak”* ifadesinin muğlak olduğunu, aynı şekilde 1.a başlığı altındaki *“yeni IMS firmasına ait API dokümantasyonun ve teknik altyapısının Obilet’e API entegrasyonu gerçekleştirmeye elverişli olması ve gerekli unsurlar/süreçleri içermesi halinde”* ifadesi gibi muğlak ifadelerin yer aldığını dile getirmektedir.

- (641) Bu noktada ilgili bölümlerde muğlak olarak görülen ifadelerin dosya kapsamındaki rekabetçi endişeleri gidermede nasıl bir sorun yarattığı açıklanmamıştır. Ayrıca 1.a bölümünde alıntılanan taahhüde ilişkin rekabetçi endişe IMS firmalarına yönelik eylemleri konu edinmekte olup görüşüne başvurulmuş iki IMS firması da taahhüdün bu kısmı ile ilgili herhangi bir olumsuz görüş iletmemiştir. Burada API entegrasyonunun tarafları OBİLET ve IMS firması olup B2C’ler ilgili süreçte yer almamaktadır. Nitekim (.....) da ilgili kısmın rekabetçi endişeleri nasıl gideremediğini açıklamamaktadır.
- (642) (.....) devamında, benzer muğlak ifadelerin süreler için de kullanıldığı, zira 1.a başlığı altında yeni IMS firması ile API entegrasyonunun en fazla iki ay içerisinde tamamlanacağını ifade edildiği ve yeni IMS firmasının OBİLET’in teknik sorulara yanıtları veya süreç içerisinde ortaya çıkabilecek fonksiyonel gereksinimlere ve hata düzeltmelerine ilişkin geliştirme çalışmaları geciktirmesi veya mücbir sebep kapsamında giren gelişmeler olması halinde sürenin uzatılmasının mümkün olabileceğinin ifade edildiği görülmektedir.
- (643) Yukarıda ifade edildiği üzere, taahhüdün ilgili kısmı IMS’lere yönelik rekabeti kısıtlayıcı olduğu değerlendirilen eylemler bakımından verilen taahhütleri konu edinmektedir ve (.....) ile (.....) olumsuz bir görüşü bulunmamaktadır. Bu sebeple entegrasyon sürecinde yer almayan ve bu ifadelerin rekabetçi endişeleri neden gidermediğini açıklamayan (.....) görüşüne katılmak mümkün görünmemektedir.
- (644) (.....) tarafından ayrıca, taahhüt metninin 3.a bölümünde açıklanan API hizmet sağlayıcılığı modeli kapsamında OBİLET tarafından sağlanacak olan API bağlantısı ile teknik hizmet entegrasyonu hizmetlerine ilişkin olarak B2C’lere sağlanması gereken teknik yeterliliklerin önceden objektif olarak belirlenmesi gerektiği, bu hususların asgari düzeyi aşmaması ve taraflar açısından kolay gerçekleştirilebilir düzenlemeler içermesi gerektiği dile getirilmektedir.
- (645) (.....), taahhüt kapsamında API hizmeti bakımından sunulan hususların neden objektif olmadığını, hangi objektif gerekçelerin getirilmesi gerektiğini ortaya koymadığından, taahhüdün bu konuda nasıl geliştirilmesi gerektiğini anlamak ve değerlendirmek mümkün olmamıştır.
- (646) (.....) anılan başlıkta, OBİLET’in B2B dağıtım modeli veya API dağıtım modelini tercih eden B2C platformlar arasında kalite ve sürekliliğe ilişkin ayrımcılığın yapılmayacağını belirttiğini, ancak taahhüdün yetersiz olduğunu, zira kalite ve süreklilik bakımından ayrımcılık yapılmayacağına dair söz konusu taahhüdün OBİLET’in kendi B2C platformuna sağladığı API entegrasyonu hizmetlerini de kapsamı gerektiğini ifade etmiştir.
- (647) OBİLET, BİLETALL devralması öncesi B2B hizmeti pazarında (.....). OBİLET/BİLETALL devralması sonrasında OBİLET ve BİLETALL’da ayrı ayrı listelenen firmaların hem OBİLET hem de BİLETALL’ın portföyüne erişim sağlayan diğer platformlarda listelenebilmesi için OBİLET tarafından bir çalışma yürütülmüş, 2021 yılının Eylül ayından başlanarak devralma öncesinde yalnızca OBİLET ve acentelerinde listelenen firmalar BİLETALL ve acentelerine, BİLETALL ve acentelerinde listelenen firmalar ise OBİLET ve acentelerine açılmaya başlanmıştır. Bu

çalışmalar 2022 yılı Mart ayı ortalarında tamamlanmış böylece rakip platformların satışını gerçekleştirdiği firma sayısında bir artış söz konusu olmuştur. Bu husus dosya kapsamında yapılan görüşmelerde B2C'lerce listeledikleri firma sayısının devralma sonrası arttığı şeklinde dile getirilmiştir. Dolayısıyla OBİLET/BİLETALL portföyü, sefer verisinin platformlara sağlanması konusunda onay veren otobüs firmaları bakımından denk olup onay vermeyen otobüs firmalarının sefer verilerinin B2C'lere verilmemesi yukarıda da açıklandığı üzere makul görülmektedir. Bu sebeple (.....) istediği entegrasyon aslında OBİLET tarafından her iki portföy birleştirilerek gerçekleştirilmiş durumdadır.

- (648) API bağlantı ve teknik hizmet bedeline ilişkin olarak ilgili bedelin nasıl belirleneceğinin sınırlarının net biçimde ifade edilmediği, taahhüt metninin 3.a bölümünde bu bedelin "(...) *Obilet/Biletall ilgili B2C platformuna B2B dağıtım hizmeti yerine ilgili taşıyıcı firmanın bilet satış potansiyeline bağlı olarak belirlenecek ticari koşullar çerçevesinde*" belirleneceğinin anlaşıldığı, teknik bir hizmet olan API bağlantısı sağlanmasının taşıyıcı firmanın değişken bir parametre olacağı anlaşılan satış potansiyeline bağlanmasının işin doğasına aykırı ve belirsiz olduğu dile getirilen bir başka husustur.
- (649) Taahhütte bir fiyatlama modeline yer verilmiş, halihazırda MYDATA ve ECE YAZILIM da OBİLET'e verecekleri API hizmeti için aynı model kapsamında fiyatlama yapmış bulunmaktadır. İlgili sözleşmeler incelendiğinde, OBİLET tarafından ödenecek olan API hizmet bedelinin, otobüs firması bazında bilet satış potansiyeline bağlı olarak satış adedi arttıkça azalan oranda olacak şekilde %(.....) arasında belirlendiği görülmektedir. Dolayısıyla satış potansiyeline bağlı ödemeyi (.....) işin doğasına aykırı ve belirsiz bulsa da OBİLET'e API hizmeti verecek her iki teşebbüs bu fiyatlamayı içeren sözleşmeleri OBİLET ile imzalamıştır. Bu konu hakkında da (.....) aşağıda yer verilen bir görüşü bulunmaktadır.
- (650) (.....), taahhüt metninin 1.b bölümü altında IMS sağlayıcı firmalarından ikisinin API bağlantısı ve teknik hizmet sağlayıcılığı sözleşmesi imzaladığının ifade edildiği, bu kapsamda 3.a bölümü altında açıklanan API hizmet sağlayıcılığı iş modelinden elde ettiği bedelin de burada belirlenen hizmet ücretine benzer olacağını değerlendirildiği, ancak mevcut pazar bakımından, bu ücretlerin pazarın rekabete açık olduğu ilk dönemde alınmadığı, tam tersi yönde ücret ödendiği dikkate alındığında ilgili ücretlerin ödenmesinde pazarın rekabetçi döneminin veya benzer olan fakat rekabetin mevcut olduğu pazarlardaki ücretlerin temel alınabileceği görüşünü sunmaktadır.
- (651) Ancak IMS sağlayıcı firmalardan biri olan (.....), kendilerine sunulan sözleşmelerin ticari faaliyetlerinin gelişmesi ve teşebbüsün büyümesi hususunda fayda sağladığını belirtmiştir.
- (652) (.....) taahhütler sonucunda OBİLET tarafından sunulan hizmetlere ilişkin alınması tasarlanan ücretlere yönelik düzenlemelerin, taahhütlerin tabi olması gereken genel açıklık ve netlik ilkesinden en çok faydalanması gereken kısımlar olduğunu dile getirmektedir.
- (653) Ancak yukarıda ifade edildiği üzere, OBİLET kendi API hizmeti için alacağı bedeli fiili olarak dosya kapsamındaki rekabetçi endişeleri gündeme getirmeyecek şekilde belirlemelidir. Fiyatın belirlenmesi taraflar arasında müzakere konusu olabilecek olup bu noktada fiili bir tek elden satın alma etkisi yaratılmaması beklenmektedir.
- (654) Taahhüt metninin 1.a bölümünde açıklanan OBİLET/BİLETALL altyapı sağlayıcıları dışındaki sağlayıcıların yerine getirmesi gereken teknik ve ticari yükümlülüklerin benzerlerinin OBİLET tarafından da sağlanması gerektiği, öte yandan B2C

platformlara sunulacak API hizmetinde API bağlantısının kalitesi ve sürekliliğinin OBİLET'in kendi erişimi ile eşit düzeyde olması gerektiği dile getirilmektedir. Ayrıca OBİLET tarafından API hizmetinin sunulmasında altyapıya erişimin sürekli ve kaliteli sağlanabilmesi ve OBİLET tarafından sağlanacak hizmetlerde yaşanacak bir sorunun hızlıca çözülebilmesi adına ilgili sözleşmenin eki olarak hazırlanabilecek matbu bir "Şikâyet Başvuru Formu" nun bağlayıcı hale getirilmiş taahhüt metnine eklenmesi gerektiği, ayrıca ilgili sözleşmeye, OBİLET'in ilgili şikâyet başvuru formuna en kısa sürede ancak her halükarda yazılı bir mazeret bildirilmeden en geç iki gün içerisinde dönüş yaparak sorunu çözeceğine veya çözülmesi için gereken adımların açıklanacağına ilişkin bir hükmün konulması gerektiği belirtilmektedir.

- (655) *"Altyapı Hizmetindeki Teknik Sorunlar ile Rakip Platform Faaliyetlerinin Zorlaştırıldığı İddiasına İlişkin Değerlendirme"* bölümünde altyapıya erişim anlamında bir ihlal tespit edilmemiş olup bu anlamda OBİLET'in bir taahhüt sunması beklenmemektedir.
- (656) Taahhüt metninin 3.b bölümü altında taahhütlerin OBİLET'ten altyapı hizmeti alan taşıyıcı firmalara duyurulmasına ilişkin olarak *"(...) işbu taahhüdün kabul edilmesinin ardından 15 gün içinde Obilet/Biletal IMS'lerini kullanan tüm taşıyıcı firmalara bir duyuru yapılarak yeni API hizmet sağlayıcılığı iş modelimizle ilgili bilgi verilecektir. Bahse konu duyuruda, taahhütlerimize paralel olarak; (...)"* ifadelerine yer verildiği ancak devamında *"taşıyıcı firmaların farklı bir B2C platformu ile çalışması haline Obilet'ten tedarik ettikleri altyapı hizmetinin sözleşmesel veya fiili olarak sona erdirilmeyeceği ve/veya kötüleştirilmeyeceğinin"* ifadelerine yer verilmediği, bu durumun taşıyıcı firmalar açısından yıllar içerisinde oluşturulan algının kırılması ve pazarda rekabetin tesis edildiğinin duyurulması açısından önem arz ettiği ve ilgili duyuru metninin, taahhüt metninin bir parçası olması gerektiği ifade edilmiştir.
- (657) Taahhütlerin üçüncü kişi görüşlerine açılması, duyuru yapılması hatta mevcut dosyanın yürütülmesi sektörde tüm paydaşlar bakımından bir bilinçlenme sağlamış olup taşıyıcı firmalar görüşlerinde şikâyet haklarını saklı tuttıklarını ifade etmektedir. Bu sebeple taahhütte öngörülen duyurunun kapsam bakımından yeterli olduğu değerlendirilmektedir.
- (658) *(.....)*, taahhüt metninde API hizmet sağlayıcılığı iş modelinde OBİLET hakedişinin taşıyıcı firmaya sunduğu altyapı hizmet sağlayıcılığı, teknik destek vb. hizmet bedelleri olduğunun ve anılan bedellerin doğrudan taşıyıcı firmalardan elde edileceğinin belirtildiğini, ancak bu düzenlemenin sunulacak hizmetin doğasına uymadığını, zira bu bedelin B2C platformlardan alınması gerektiğini, aksi takdirde taşıyıcı firmaların OBİLET dışındaki rakip B2C platformları ile çalışma güdülerinin olumsuz etkileneceğini dile getirmektedir.
- (659) İlgili bedeller IMS hizmeti kapsamında taşıyıcı firmadan alınan teknik hizmet bedelini ifade etmektedir. IMS hizmetinin faydalananı/talep tarafı dosya kapsamında ifade edildiği üzere taşıyıcı firma olup sektörün olduğu dönemden bu yana taşıyıcı firmalardan ücret alınmaktadır. Kaldı ki B2C+IMS sözleşmesinde taşıyıcı firmadan bir B2C münhasırlığı beklenmediği de açıkça ifade edilmektedir.
- (660) *(.....)* tarafından, taahhüt metninin geneline bakıldığında OBİLET'in hizmet aldığı ve hizmet sağladığı farklı seviyelerdeki teşebbüslerle yeni veya tadil ve revize edildiği ifade edilen farklı iş modelleri çerçevesinde ilişkiler kurmayı planladığı ve bunlardan bazılarının hâlihazırda yürürlüğe girdiğini beyan ettiği, bu çerçevede sunulan taahhüt metninin tam olarak anlaşılabilmesi adına genellikle tip sözleşmeler olduğu düşünülen sözleşmelerin birer nüshasının da yine taahhüt metni kapsamında Kuruma sunulacak üçüncü kişilerin görüşünün alınması gerektiği de ifade edilmiştir.

- (661) Söz konusu sözleşmeler taraflar arasında rekabet hukuku ile ilgili olmayan birçok farklı ilişkiyi (hukuki/ticari) düzenleyen hükümler içermektedir. Sözleşmelerin üçüncü kişilerin görüşüne sunulması ise, sözleşme müzakerelerinde Kurumun bir araç olarak kullanılması kaygısı yarattığından tercih edilmemiştir. Bu sebeple tarafın bu görüşüne katılmak mümkün değildir.
- (662) Sonuç olarak, (.....) tarafından mevcut taahhütlerin rekabetçi endişeleri gidermede yetersiz bulunmasını gerektirecek bir görüş sunulmadığı değerlendirilmiştir.

#### **H.3.6.2.5.3.5. (.....)**

- (663) (.....) tarafından gönderilen yazıda, taahhütlerin taşıyıcı firmalar, IMS'ler ve B2C'ler için rekabetin tesis edilmesi bakımından gerekli şartları sağlamadığı ve OBİLET'in sektördeki tekel konumunu koruyacağına, bu çerçevede taahhüt metninin yetersiz olduğunun değerlendirildiği ifade edilmiş ve sunulan taahhütlerin ilgili pazarlarda rekabetin etkin bir şekilde tesis edilmesini sağlaması için üç temel prensibe dayanan bir model benimsenmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu kapsamda;

- OBİLET tarafından IMS ve B2C hizmetlerinin birbirinden tamamen ayrı ve bağımsız olarak verilmesi gerektiği, bahse konu her iki hizmet için ayrı sözleşme imzalanması gerektiği, sunulan taahhütlerde bu ayrımın yapılmadığı,
- Anılan ayrımın uygulanması halinde taşıyıcı firmalar açısından IMS hizmetinin hangi teşebbüsten alınacağına önemsiz olacağı, bağımsız bir şekilde istenilen B2C ile B2B anlaşması imzalanabileceği, taşıyıcı firmanın sefer verilerinin B2C'ye iletimi için IMS'e ek bir ücret ödemeyeceği ve komisyon oranlarının IMS'ten bağımsız olarak B2C ve taşıyıcı firma arasında belirleneceği, nihai olarak taşıyıcı firmaların biletlerinin birden çok B2C üzerinden satılabileceği, benzer şekilde taşıyıcı firmaların hangi B2C ile çalıştığı fark etmeksizin bağımsız bir şekilde istenilen IMS ile anlaşma sağlayabileceği, anılan süreçte IMS firmalarının, taşıyıcı firmalarının B2C üzerinden satışı için ayrıca bir komisyon veya hizmet bedeli talep edemeyeceği,
- B2C platformların bilet satışları için doğrudan taşıyıcı firma ile muhatap olacağı ve B2B sözleşmesi akdedeceği, mevcut durumda OBİLET ile çalışan taşıyıcı firmaların zaman içerisinde B2C platformlarla doğrudan çalışarak bu modele geçebileceği, IMS sağlayıcılarının sefer verilerinin B2C platformlara temini için taşıyıcı firma ya da B2C'lerden ayrıca bir komisyon ya da hizmet bedeli talep edemeyeceği,
- B2C platformların taşıyıcı firmalara veya taşıyıcı firmaların IMS hizmet sağlayıcılarına serbest rekabeti engelleyici herhangi bir kısıtlama getiremeyeceği, bu vesile ile taşıyıcı firmaların biletlerini IMS'ten bağımsız olarak istenilen B2C platformda satabileceği, B2C platformların taşıyıcı firma ya da IMS'lerden herhangi bir ücret talep etmeden web servis/API taleplerini en fazla altı ay gibi sürede gerçekleştirip tamamlayacağı,
- OBİLET gibi dikey bütünleşik yapıya sahip bir teşebbüsün verdiği taahhütlerin bu haliyle yeterli olmadığı, taahhütlerin anılan üç temel prensibe uyması gerektiği

ifade edilmiştir.

- (664) Her ne kadar OBİLET'in IMS ve B2C hizmetlerinin birbirinden tamamen ayrı ve bağımsız olarak verilmesi gerektiği, her iki hizmet için ayrı sözleşme imzalanması gerektiği, sunulan taahhütlerde bu ayrımın yapılmadığı iddia edilse de taahhütlerde tam olarak bu ayrım yapılmıştır. Sunulan taahhütlere göre; taşıyıcı firmalar sadece B2C

hizmeti alırsa B2C sözleşmesini, IMS hizmeti de alırsa B2C+IMS sözleşmesini imzalamakta ve her hizmet için ayrı bedeller ödenmektedir.

- (665) Anılan ayrımın uygulanması halinde taşıyıcı firmanın sefer verilerinin B2C'ye iletimi için IMS'e ek bir ücret ödemeyeceğini ifade eden (.....) görüşü bakımından taahhüt kapsamında taşıyıcı firmanın IMS'e B2C'ye sefer verisi temini için bir bedel ödemediği, burada bedelin API hizmet bedeli olarak B2C'den alındığı ifade edilmelidir.
- (666) (.....), komisyon oranlarının IMS'ten bağımsız olarak B2C ve taşıyıcı firma arasında belirleneceğini, nihai olarak taşıyıcı firmaların biletlerinin birden çok B2C üzerinden satılabileceğini, benzer şekilde taşıyıcı firmaların hangi B2C ile çalıştığı fark etmeksizin bağımsız bir şekilde istenilen IMS ile anlaşma sağlayabileceğini de ifade etmektedir. Taahhüt kapsamında doğrudan sözleşme imzalanması halinde komisyon oranı, B2C ve taşıyıcı firma arasında belirlenecek olup OBİLET rekabete duyarlı bu bilgiye erişmeyecektir. Bunun yanı sıra sözleşmelerde OBİLET tarafından sunulan satış ve dağıtım hizmetleri için bir münhasırlık hakkı bulunmadığı da ifade edilmektedir. Nitekim taahhüt metninin bağlamaya ilişkin bölümünde, hangi IMS ile çalıştığından bağımsız olarak taşıyıcı firmanın OBİLET platformunda listelenmesinin teminine yönelik taahhütler yer almaktadır. Bu bakımdan taahhütlerin (.....)'un görüşlerini karşıladığı değerlendirilmektedir.
- (667) Görüş kapsamında ayrıca IMS firmalarının, taşıyıcı firmalarının B2C üzerinden satışı için ayrıca bir komisyon veya hizmet bedeli istememeleri de talep edilmektedir. Ancak MYDATA ve ECE YAZILIM da bu hizmet kapsamında OBİLET'ten bir API hizmet bedeli talep etmekte olup dosya kapsamında MYDATA yazılımını kullanan taşıyıcı firmalar ile doğrudan sözleşme imzalandığında MYDATA'ya ödeme yapan B2C ((.....)) bulunmaktadır. Bu bakımdan bu hizmet sadece OBİLET tarafından değil sektördeki diğer oyuncular tarafından da fiyatlandırılmaktadır.
- (668) (.....) tarafından B2C platformların bilet satışları için doğrudan taşıyıcı firma ile muhatap olacağı, mevcut durumda OBİLET ile çalışan taşıyıcı firmaların zaman içerisinde B2C platformlarla doğrudan çalışarak bu modele geçebileceği ifade edilmiştir. Zaten taahhüt kapsamında da doğrudan çalışma modeli sunulmakta ve detaylandırılmaktadır. Bu bakımdan teşebbüsün bu görüşü de taahhüt kapsamında karşılığını bulmuş durumdadır.
- (669) Sonuç olarak her ne kadar (.....) tarafından taahhüde ilişkin olumsuz görüş iletirse de görüşte sıralanan çoğu hususun sunulan taahhüt metni ile karşılandığı değerlendirilmektedir.

### H.3.6.3. OBİLET'in Taahhütlerine İlişkin Genel Değerlendirme

- (670) OBİLET tarafından sunulan taahhüdün dosya konusu rekabetçi endişelerin giderilmesinde; rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## I. SONUÇ

- (671) Rekabet Kurulunun 16.06.2022 tarih ve 22-27/433-M sayılı, 13.10.2022 tarih ve 22-47/683-M sayılı kararları uyarınca yürütülmekte olan soruşturma kapsamında;
1. Dosya kapsamında belirlenen "otobüs taşımacılığı için biletleme yazılımı hizmeti pazarı", "otobüs sefer verilerinin platformlara dağıtımı (B2B) hizmeti pazarı" ve "otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı (B2C) hizmeti pazarı"nda Obilet Bilişim Sistemleri AŞ'nin hâkim durumda bulunabileceğine,

2. Otobüs firmalarına bilet satışına aracılık hizmeti için Obilet Bilişim Sistemleri AŞ tarafından uygulanan bilet satışı komisyon oranlarının aşırı olduğu iddiası bakımından bir ihlal tespiti yapılamayacağına,
3. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ'nin, Mydata Bilişim Ltd. Şti. yazılımını kullanan otobüs firmalarının biletlerinin bir süre için obilet.com platformu üzerinden satışına izin vermeyip bir süre sonra komisyon oranlarını yükselterek obilet.com üzerinden bilet satışına açarak ve Mydata Bilişim Ltd. Şti.'ye B2B hizmeti pazarında verdiği hizmet kapsamında öncesinde gelir paylaşım modeli çerçevesinde ödediği web servis hizmeti ücretini ödemeyerek otobüs taşımacılığı için biletleme yazılımı hizmetini fiili olarak otobüs biletlerinin platformlar üzerinden satışı hizmetine bağladığına, teşebbüsün bu fiili uygulamaları ile 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edebileceğine,
4. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ'nin teminat mektubu modelinde teminat tutarının artırılmasına ilişkin taleplere cevap vermeyerek rekabeti engellediği iddiası bakımından bir ihlal tespiti yapılamayacağına,
5. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ'nin altyapı hizmetindeki teknik sorunlar ile rakip platform faaliyetlerini zorlaştırarak hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiası bakımından bir ihlal tespiti yapılamayacağına,
6. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ ve B2C'ler arasındaki sözleşmelerde yer alan çevrim içi reklam kısıtlamalarında;
  - a. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ tescilli markaları bakımından getirilen dar reklam yasaklarının 4054 sayılı Kanun kapsamında olmadığına,
  - b. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ markaları bakımından getirilen rakipler arası geniş reklam yasaklarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceğine,
  - c. Otobüs firmaları bakımından getirilen dikey nitelikli reklam yasaklarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceğine,
7. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ ve B2C'ler arasındaki sözleşmelerde yer alan iletişim yasağının;
  - a. Tek elden satın alma hükmü niteliğinde olduğuna ve 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edebileceğine,
  - b. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ ile sadece gelir paylaşım modeli çerçevesinde çalışan B2C'ler için uygulanan komisyon paylaşım oranlarında alt ve üst pazar arasında fiyat sıkıştırması ihlaline yol açan bir marj oluşturmadığına,
8. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ'nin 01.07.2021 tarih ve 21-33/449-224 sayılı karar kapsamında sunduğu taahhütlere uymadığı iddiasının reddine,
9. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ'nin şikâyetlere konu olan davranışlarını sonlandırması ve rekabetçi ortamın yeniden tesis edilmesi adına belirli önlemlerin alınması için 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin birinci fıkrası uyarınca iletilen geçici tedbir talebinin reddine,
10. Obilet Bilişim Sistemleri AŞ'nin 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal edebileceği değerlendirilen davranışları bakımından, Rekabet Kurumu kayıtlarına 30.05.2023 tarihli ve 39157 sayılı yazı ile giren nihai taahhüt metni kapsamında sunduğu nihai taahhütlerin, dosya kapsamında tespit edilen rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olması nedeniyle kabul edilmesine,

11. Nihai taahhüt metni kapsamında sunulan taahhütlerin, fiili durumda Obilet Bilişim Sistemleri AŞ'nin kontrolü altında bulunan Biletal İç ve Dış Ticaret AŞ bakımından da uygulanmasına,
12. Nihai taahhüt metnindeki taahhütlerin Obilet Bilişim Sistemleri AŞ açısından bağlayıcı hâle getirilmesine ve Rekabet Kurulunun 16.06.2022 tarih ve 22-27/433-M sayılı, 13.10.2022 tarih ve 22-47/683-M sayılı kararları uyarınca Obilet Bilişim Sistemleri AŞ hakkında yürütülmekte olan soruşturmanın sonlandırılmasına

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere, OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.