

Rekabet Kurumu Başkanlığından;

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-1-037
Karar Sayısı : 23-56/1114-396
Karar Tarihi : 07.12.2023

(Önaraştırma)

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER : Esra KÜÇÜKİKİZ, Uğur Bilgehan BURHAN, Funda SOYLU,
Alp Tuna MERCİMEK, Cihan ARIK, Seda AÇIKGÖZ

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : - Gizlilik Talepli

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILAN : - Sahibinden Bilgi Teknolojileri Sanayi ve Ticaret AŞ
Değirmenyolu Caddesi No:28 Asia Ofis Park A-Blok Kat:2
Ataşehir /İstanbul

(1) **E. DOSYA KONUSU: Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin kurumsal/bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarındaki hâkim durumunu çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmeti pazarında kötüye kullandığı iddiası.**

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 23.08.2023 tarih ve 41832 sayı ile intikal eden gizlilik talepli başvurularda özetle;

- Sahibinden Bilgi ve Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret AŞ'nin (SAHİBİNDEN) kurumsal/bireysel üyelerin araç satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında (çevrim içi ilan listeleme pazarı) hâkim durumda bulunduğu, SAHİBİNDEN'in ilgili pazardaki hâkim durumunu yüksek kullanıcı sayısı, yüksek çevrim içi trafik, yüksek ilan sayısı ve geniş galeri ağı sayesinde devam ettirdiği,
- (.....),
- (.....),
- (.....),
- Çevrim içi ilan listeleme pazarı ile araç tedarik pazarının ilişkili pazarlar olduğu,
- SAHİBİNDEN'in S-Araç Tedarik Sistemi (S-ATS) isimli hizmetiyle, çevrim içi platformlar üzerinden ikinci el binek araç alım-satım hizmeti pazarına Mart 2023 tarihinde girdiği, SAHİBİNDEN'in öncelikle filodan galeriye satış (*business to business* – B2B) ve tüketiciden tedarik edilen araçların oto galeriye satışı (*customer to business* – C2B) iş modelleri ile faaliyete başlayacağı, ancak kısa süre içerisinde filodan tüketiciye satış (*business to customer* – B2C) ve tüketiciden tedarik edilen aracın tüketiciye satış (*customer to customer* – C2C) iş modellerini de devreye alacağı,
- SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme hizmetinde geçit bekçisi konumunda olduğu, SAHİBİNDEN'in buradaki hâkim durumunu diğer alanlara taşımasına izin verilmesi hâlinde araç dikeyinin dijitalleşmesinin SAHİBİNDEN'e teslim edileceği, dolayısıyla araç tedarik pazarındaki rekabetçi ortamın kalıcı şekilde kaybedileceği,

- SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme pazarındaki hâkimiyet unsurlarını kullanarak araç tedarik pazarında kısa sürede önce etkin, ardından ise hâkim konuma geleceği, (.....), böylece SAHİBİNDEN'in fiili tek el konumunun pekişeceği,
- Satışı düşünülen ikinci el araçlara ilişkin ilanların neredeyse tamamının SAHİBİNDEN'de yer aldığı, dolayısıyla ikinci el araç satış pazarındaki verilerin tamamına gerçek zamanlı erişim kabiliyetinin sadece SAHİBİNDEN'de bulunduğu, bu üstünlüğün SAHİBİNDEN'e araç tedarik pazarında yüksek bir çevikliğe sahip olmanın yanında pazar eğilimlerini önceden öngörerek avantajlı konumlanma yeteneğini kazandırdığı,
- SAHİBİNDEN'in çevrim içi araç ilan pazarındaki hâkimiyeti yoluyla ikinci el araç satış pazarındaki ekonomik ilişki ağının merkezinde yer aldığı ve mevcutta ölçeklendirmiş olduğu ilişki ağına dayalı değerleri araç tedarik pazarına taşıdığı,
- SAHİBİNDEN'in her iki pazarda çok geniş bir kullanıcı kitlesi ile ilan veren portföyüne sahip olmasının ve bu iki grubun birbirini besleyen döngüsünün bu pazarlara yeni teşebbüslerin girmesini engelleyeceği,
- SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan verme sürecine yapacağı basit bir ekleme ile ikinci el araçları henüz daha ilanları verilmeden önce kendi tedarik süreçlerine dâhil edebileceği, araçların tedarik pazarına girmeyerek rakip teşebbüslerin rekabetine konu olmayacağı, SAHİBİNDEN'in tüm ikinci el araçlar için ilk teklif verme hakkına sahip olacağı, böylece SAHİBİNDEN'in pazar kapamaya yol açabilecek şekilde rakiplerinin araç tedarik kaynaklarına erişimini sınırlandırabileceği,
- (.....),
- Araç alım tarafı dışında, araç satış (ihale) tarafında da benzer bir uygulama ile SAHİBİNDEN'in ilave bir maliyete katlanmaksızın kendi platformu üzerinden satılacak araçları kendi internet sitesi içerisinde ve arama sonuçlarında öne çıkarabileceği, araç almak isteyen kullanıcıların tercihlerine ilişkin bilgiye hâlihazırda sahip olduğu için bu kişilere yönelik en isabetli pazarlama iletişimlerini yürütebileceği, rakip teşebbüslerin SAHİBİNDEN karşısında çok düşük ve hatta negatif marjlar ile rekabet edemez hale geleceği,
- SAHİBİNDEN'in araç tedarik pazarında etkinliğini artırmak için çevrim içi ilan listeleme pazarındaki gücünü kötüye kullanma imkânına sahip olduğu, bu edimleri karşısında ne rakiplerinin ne de bireysel veya kurumsal tüketicilerin dengeleyici bir gücünün bulunduğu,
- SAHİBİNDEN'e üye olan galerilere veya yetkili bayilere ilan yönetimi ekranından S-ATS'ye erişim sunulduğu, bu erişim yoluyla doğrudan ihale ekranlarına ulaşım sağlandığı, ihalelere katılım için ilave üyelik bedeli alınmadığı, S-ATS'nin belirli bir olgunluk ve bilinirliğe erişmesi sonrasında bu hizmet bakımından üyelik ücreti alınacağına öngörüldüğü,
- SAHİBİNDEN'in hâkim durumda olduğu çevrim içi ilan listeleme pazarındaki hizmetlerini ücretsiz sunduğu kampanyalarla oto galerilerinin ihalelere katılımını teşvik ettiği, örneğin ilk ihaleden araç alanlara "Üst Sıradayım Doping" hizmetinin ücretsiz verildiği,
- SAHİBİNDEN'in araç satın almak için ilanları inceleyen kurumsal üyelerin karşısına *pop-up* (açılır ileti) çıkararak kurumsal üyeleri devam etmekte olan S-ATS ihalesine yönlendirdiği, hatta kurumsal üyenin S-ATS'ye katılımının 2.000 TL değerinde yakıt çeki hediyesi ile teşvik edildiği,
- SAHİBİNDEN'in ilan listeleme hizmetini araç tedarik hizmeti ile doğrudan ilişkilendirebilecek konuma sahip olduğu,

- SAHİBİNDEN'in 2023 yılı içerisinde tüketiciden araç tedarik etmeye başlayacağını kabul edilmesi varsayımı altında gelecek sene itibarıyla araç tedarik pazarında hâkim duruma geçeceği ve devamında pazar payını artırmaya devam edeceğinin düşünüldüğü, bu durumun da ikinci el araç fiyatları ve oto galerilerinin faaliyetleri üzerinde olumsuz etkiye sahip olacağı,
- İlan veren/bakan ile araç alan/satan müşteri gruplarının bire bir aynı olduğu, iki yakın hizmetin aynı müşteri grubuna sağlanmasının SAHİBİNDEN'in bu iki hizmeti birbirine bağlama güdüsünü artıracığı,
- Bu çerçevede, SAHİBİNDEN'in çevrim içi listeleme pazarından elde ettiği çevrim içi trafik, veri ve üye ilişkilerini kullanmak yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmesi nedeniyle soruşturma açılması ve soruşturma süresince ilgili pazardaki rekabetin korunması maksadıyla geçici tedbir uygulanarak SAHİBİNDEN'in S-ATS hizmetini sunmasının durdurulması veya anılan hizmetin sunumunda SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme pazarında sahip olduğu pazar gücünü kullanmasının engellenmesi gerektiği

hususları ifade edilerek 4054 sayılı Kanun kapsamında gereğinin yapılması talep edilmiştir.

- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** 23.08.2023 tarih ve 41832 sayılı başvuruya ilişkin olarak hazırlanan 18.09.2023 tarihli ve 2023-1-037/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu Rekabet Kurulunun (Kurul) 21.09.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 23-45/858-M sayılı karar ile SAHİBİNDEN'in kurumsal/bireysel üyelerin araç satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarındaki hâkim durumunu ikinci el binek araç alım-satım hizmeti pazarında kötüye kullanmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğine yönelik olarak aynı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (4) Anılan Kurul kararına istinaden Başkanlık Makamınının 23.10.2023 tarihli ve 75306 sayılı görevlendirme yazısı doğrultusunda 31.10.2023 tarihinde başlatılan önaraştırma kapsamında; 01.11.2023 tarihinde SAHİBİNDEN'de yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. SAHİBİNDEN'de gerçekleştirilen yerinde incelemede teşebbüsten bilgi ve belge talebinde de bulunulmuştur.
- (5) Ayrıca dosya kapsamında başta şikâyetçi, SAHİBİNDEN'in diğer rakipleri ve filo şirketleri olmak üzere birçok teşebbüsten bilgi talep edilmiştir. Bu çerçevede; İLAB HOLDİNG'ten (ARABAMCOM) 01.11.2023 tarihli ve 76112 sayılı yazı ile, Vava Cars Turkey Otomotiv AŞ (VAVACARS), Letgo Mobil İnternet Servisleri ve Ticaret AŞ (LETGO), Araba Sepeti Otomotiv Bilişim Danışmanlık Hizmetleri Sanayi ve Ticaret AŞ (ARABA SEPETİ), Otokoç Otomotiv AŞ (OTOKOÇ), Otonet Motorlu Taşıtlar AŞ (OTONET), Birleşik İkinci El Otomotiv Hizmetleri AŞ (OTOCASH), ALJ Motorlu Araçlar AŞ (OTOSHOPS), Borusan Oto Değerlendirme Pazarlama ve Hizmet AŞ (BORUSAN), Çelik Motor Ticaret AŞ (İKİNCİYENİ), Autorola Motorlu Araçlar Açık Arttırma Ticaret AŞ (AUTOROLA) ve Müzayede Com Bilişim Hizmetleri ve Müzayedicilik AŞ'den (MÜZAYEDE) 01.11.2023 tarihli ve 76115 sayılı yazı ile, Mızraklı Oto Kiralama Bilişim Peyzaj Temizlik ve Ticaret Ltd. Şti. (MIZRAKLI), Gürses Oto Alım Satım Ticaret AŞ (GÜRSES), VDF Filo Kiralama AŞ (VDF), Central Oto Kiralama AŞ (CENTRAL) ve Muammer Özen İnşaat Taah. Tur. Gıda.San.Tic.Ltd. Şti.den (DİNAMİK RENT A CAR) 08.11.2023 tarihli ve 76566 sayılı yazı ile, SAHİBİNDEN'den 17.11.2023 tarihli ve 77210 sayılı yazı ile bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur.

- (6) Teşebbüslerden talep edilen bilgi ve belgelere istinaden gönderilen cevaplar; çeşitli tarih ve sayılar ile Kurum kayıtlarına girmiştir.
- (7) Kurulun 21.09.2023 tarihli ve 23-45/858-M sayılı kararı uyarınca düzenlenen 29.11.2023 tarihli ve 2023-1-037/ÖA sayılı Öneri Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (8) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda, özetle;
- SAHİBİNDEN'in "kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ve "bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda olduğu,
 - SAHİBİNDEN'in "kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ve "bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarındaki hâkim durumunu çevrim içi ikinci el araç alım-satım pazarındaki konumunu güçlendirmek ve rakiplerini dışlamak suretiyle kullanarak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine ilişkin herhangi bir bulgu veya belgeye ulaşılmadığı, bu nedenle aynı Kanun'un 41. maddesi gereğince soruşturma açılmasına yer olmadığı,
 - Başvuru sahibinin geçici tedbir alınması yönündeki talebinin reddedilmesi gerektiği

sonuç ve kanaatine ulaşılmıştır.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. İncelenen Teşebbüs Hakkında Bilgi: SAHİBİNDEN

- (9) SAHİBİNDEN, sahibi olduğu www.sahibinden.com adresli internet sitesi üzerinde ilan vermek veya ürün/hizmet satmak isteyen taraflar ile potansiyel tüketicileri bir araya getirmek amacıyla 2000 yılında kurulmuş bir şirkettir. Teşebbüs başta emlak ve vasıta kategorileri olmak üzere; iş makineleri ve sanayi, ustalar ve hizmetler, özel ders verenler, iş ilanları, yardımcı arayanlar ve hayvanlar alemi ile yedek parça, aksesuar, donanım ve tuning, ikinci el ve sıfır alışverişi olarak adlandırılan toplamda on farklı kategorideki ilanlara mecra sağlamaktadır.
- (10) SAHİBİNDEN'in çalışma şekli, internet sitesi üzerinden ürünlerini satmak isteyen satıcılarla bu ürünleri satın almak isteyen alıcıları karşılaştırmaktan ibaret olup, alıcılar bakımından siteye üyelik ücretsiz iken; satıcılar bakımından satıcının kimliğine (ürünün sahibi, emlakçı, oto galeri vb.) göre değişen ücret tarifesi uygulanmaktadır. Teşebbüse ait internet sitesinde; satılan ürünün fotoğrafları ve özellikleri, ürüne ilişkin kullanıcı yorumları, satıcının iletişim bilgileri gibi bilgiler yer almakta, alıcılar satın almak istedikleri ürün için doğrudan satıcı ile irtibat kurmakta ve satış gerçekleştirilmektedir.
- (11) SAHİBİNDEN uzun yıllardır faaliyet gösterdiği ilan listeleme alanına ilave olarak 2023 yılının Mart ayı itibarıyla S-ATS isimli hizmetini kullanıma sürmüştür.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. SAHİBİNDEN'in Araç Tedarik Sistemine İlişkin Genel Bilgi (S-ATS)

- (12) S-ATS, kurumsal satıcıların ikinci el araçlarının ihale usulü ile kurumsal alıcılara satışını mümkün kılan ve işletmeden işletmeye (B2B) niteliği taşıyan bir hizmettir. Söz konusu sistemde araç kiralama şirketleri, bankalar ve diğer finansal kuruluşlar ile ikinci el araç filosuna sahip tüzel veya gerçek kişiler, malikleri olduğu veya

vekâletname ile araç satma yetkilerinin bulunduğu araçları, açık ya da kapalı teklif usulü, sabit satış fiyatlı gibi farklı satış yöntemleri ile ikinci el araç ticaretiyle işigal eden işletmelere satmaktadır. Genel itibarıyla uzun dönem, kısa dönem ve günlük araç kiralama şirketleri kurumsal satıcı tarafını oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, çeşitli otomobil markalarının yetkili bayi ve satıcıları ile sınırlı sayıda oto galeri de kurumsal satıcılar arasında yer almaktadır. Öte yandan kurumsal alıcı tarafını çoğunlukla oto galeriler oluşturmakta, ancak az sayıda yetkili bayi/satıcılar da kurumsal alıcı olabilmektedir. Söz konusu kurumsal satıcılar ve kurumsal alıcılar SAHİBİNDEN tarafından oluşturulan S-ATS'de bir araya gelmekte ve hizmet kapsamında düzenlenen e-ihaleler vasıtasıyla kurumsal satıcıların araçları kurumsal alıcılara satılmaktadır. Bu sistemde, SAHİBİNDEN aracı hizmet sağlayıcı rolünü üstlenmekte olup satışı gerçekleştirilen araç bedeline bağlı olarak bir hizmet bedeli almaktadır.

- (13) S-ATS kapsamında satış sistem ve sürecinin test edilebilmesi için küçük bir kitle ile 2023 yılının Şubat ayında ilk test ihalesinin yapıldığı ancak ticari olarak ilk ihalenin 2 Mart 2023 tarihinde gerçekleştirildiği öğrenilmiştir.
- (14) SAHİBİNDEN tarafından bu pazara girme gerekçeleri;

(.....TİCARİ SIR.....)

olarak özetlenmiştir.

- (15) S-ATS üzerinden ikinci el araç satın almak üzere katılım gösteren kurumsal hesap sahipleri, "Teklif Toplamalı veya Kesin Satışlı Olmak Üzere Açık Artırma Usulü" ile ya da "Hemen Al" usulü ile sunulan yöntemlerdeki süreçleri izleyerek ekspertizi yapılmış olan araçları satın alabilmektedir.
- (16) Teklif toplamalı ihale, açık artırmaya dâhil edilen araçların, satıcının belirlediği rezerv fiyat olan minimum satış fiyatının belli bir miktar altında belirlenmiş başlangıç fiyatlarıyla listelendiği ihale türüdür. İhaleye katılan alıcılar araçlara ihale süresi içinde teklif vermektedir. Teklifler aracın rezerv fiyatına ulaştığında ise araç satışa geçmektedir. İhale süresi bitiminde, verilmiş olan tekliflerden, rezerv fiyatın üzerindeki en yüksek teklifi veren alıcıya aracın satışı gerçekleştirilmektedir.
- (17) Kesin satışlı ihale ise açık artırmaya dâhil edilen araçların, ilk teklifte satıcının belirlediği rezerv fiyat olan minimum satış fiyatına ulaşarak, satışa geçtiği ihale türüdür. İhaleye katılan alıcılar araçlara ihale süresi içinde teklif vermektedir. İhale süresi bitiminde, verilmiş olan en yüksek teklifin sahibi alıcıya aracın satışı gerçekleştirilmektedir.
- (18) Bahsi geçen açık artırmalar karma ihale veya özel ihale formatında olabilmektedir. Karma ihalede birden çok kurumsal satıcıya ait ve/veya farklı segmentten (otomobil, ticari araç vs) araçlar listelenmektedir. Özel ihalede ise tek bir kurumsal satıcıya ait ve/veya tek bir segment (sadece otomobil veya sadece ticari) araçlar açık artırmaya çıkarılmaktadır.
- (19) Öte yandan S-ATS'de "Hemen Al" adı altında satıcı tarafından önceden belirlenmiş sabit bir satış bedeli üzerinden aracın satışının gerçekleştirildiği başka bir satış yöntemi daha bulunmaktadır. "Hemen Al"da listelenen araçlar teklif verilmeksizin

satıcının belirlemiş olduğu sabit fiyat üzerinden "Satın Al" butonuna basan ilk alıcıya satılabilmektedir.

- (20) Ekspertiz süreci SAHİBİNDEN'in kendi ekspertiz uzmanları veya anlaşmalı iş ortakları eliyle satıcının yerleşkesinde veya mutabık kalınan başka bir mekanda gerçekleştirilmektedir. SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazıda; İstanbul ve yakın çevre illerden gelen taleplerin SAHİBİNDEN ekspertiz personeli tarafından karşılandığı, diğer iller için ise iş ortakları (.....) hizmet alındığı belirtilmiştir. Bu kapsamda yapılan ekspertiz; aracın dış muayenesi, iç muayenesi, fotoğraflanması, hava yastığının gözle kontrolü ve aracın üstten gözle kontrolünü içermekte olup motor, mekanik ve şanzıman ekspertizi kapsam dışında tutulmaktadır. Ekspertiz bulguları ihale sırasında "Araç Detay" ekranında paylaşılmakta ancak bulgular sadece bilgi amaçlı verilmektedir. Bir başka deyişle, araçların kondisyonları ve hasar durumları ile ilgili SAHİBİNDEN herhangi bir sorumluluk üstlenmemekte olup SAHİBİNDEN'in kurumsal kullanıcılar ile akdettiği sözleşme gereğince bu açıdan doğabilecek riskler satıcıya ait olmaktadır.
- (21) S-ATS hizmetinden yararlanmak isteyen alıcı ve satıcılar, S-Araç Tedarik Sistemi İkinci El Araç Alım Sözleşmesi'ni¹ onaylayarak sistemin bir parçası olabilmektedir. Bununla birlikte, SAHİBİNDEN tarafından S-ATS kapsamında düzenlenen e-ihalelerde alıcı veya satıcı olmak için SAHİBİNDEN'den vasıta kategorisine yönelik ilan paketi alma zorunluluğu bulunmadığı ifade edilmiştir. SAHİBİNDEN'de gerçekleştirilen yerinde incelemede, SAHİBİNDEN personeli (.....)'in bilgisayarından alınan ve SAHİBİNDEN personeli (.....) tarafından teşebbüs birimlerine ve yetkililerine gönderilen 05.05.2023 tarihli ve "(.....)" konulu e-postada "(.....)" ifadelerinden sistemin faaliyete geçmesinden sonraki 2 aylık süreçte SAHİBİNDEN'de vasıta kategorisinde ilan paketine sahip olmayan kullanıcıların sisteme katılımını sağlayacak düzenlemelerin yapıldığı anlaşılmaktadır.
- (22) S-ATS kapsamında düzenlenen ihalelere katılabilmek için SAHİBİNDEN'in vasıta kategorisine yönelik ilan paketlerini alma zorunluluğu bulunmamaktadır. Ancak ihalelere katılım için SAHİBİNDEN'de ilan paketine sahip kurumsal hesap sahipleri kendi hesapları ile SAHİBİNDEN'de ilan paketine sahip olmayan kullanıcılar ise SAHİBİNDEN tarafından sunulan farklı bir hesap ile sisteme giriş yapmak zorundadır. Bir başka deyişle, mevcut durumda www.sahibinden.com adresli internet sitesine giren herhangi bir ziyaretçi S-ATS hizmetine dair herhangi bir ekrana erişememektedir. Aşağıdaki ekran görüntüsünden de anlaşılacağı üzere kurumsal kullanıcıların kendi mağazalarına tanımlı hesapları ile SAHİBİNDEN'e girerek S-ATS sayfasına geçmeleri gerekmektedir.

Görsel 1: Giriş Ekranı

(.....TİCARİ SİR.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (23) Sisteme giriş sonrasında kurumsal alıcılar ihaleye çıkacak araçları görebilmektedir. Söz konusu araçlar ihaleden bir gün önce başlangıç sırasına göre listelenmekte olup kullanıcılar sayfada bulunan (.....) kısmına girerek ihalelere erişebilmektedir.

¹ Bkz. <https://www.sahibinden.com/sozlesmeler/s-arac-tedarik-sistemi-ikinci-el-arac-alim-sozlesmesi-125>, Erişim Tarihi: 13.11.2023.

Görsel 2: Araç Listelemeye Erişim Ekranı

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (24) Şayet “İhaledeki Araçlar” ve “Hemen Al Araçları” sekmelerinde aktif oturum bulunuyor ise sekme içinde (.....) metni belirlemekte olup kullanıcılar sekmeye tıklayarak araç listesine ulaşabilmektedir.

Görsel 3: İhaleye Erişim Ekranı

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (25) Araç detay sayfasına giriş için ise listeleme sayfasında her bir araç kartında bulunan (.....) veya aracın ihalesi başladıktan sonra (.....) butonuna tıklanması gerekmektedir. Kurumsal alıcılar araç detay sayfasına giderek araç detaylarını inceleyebilmekte ve teklif verebilmektedir. S-ATS'ye kayıtlı kullanıcıların ihalelere teklif vermesi için ek bir ücret alınmamaktadır.

Görsel 4: Araç Detaylarını İnceleme Ekranı

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (26) Eğer S-ATS'de aktif bir ihale varsa, kullanıcılar (.....) sayfasında bulunan *banner* alanında yer alan ihale duyurusuna tıklayarak da araç liste sayfasına ulaşabilmektedir.

Görsel 5: (.....) Sayfası

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (27) İhalede araçlar satışa açıldığında; (.....) seçenekleri kullanılarak teklif verilebilmektedir. Teklif verilirken kullanıcı tarafından (.....) belirleyebilmektedir. Ayrıca (.....) sağlanabilmektedir.

(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (28) İhalesi kazanılan veya Hemen Al'dan satın alınan araçlar için alıcıdan araç fiyatına bağlı olarak hizmet bedeli alınmaktadır. Aşağıdaki tabloda araç satış fiyatı aralıklarına bağlı olarak SAHİBİNDEN tarafından alınan güncel hizmet bedellerine yer verilmektedir.

Tablo 1: SAHİBİNDEN Tarafından Alınan Hizmet Bedelleri² (TL)

| Araç Satış Fiyatı (KDV Dâhil) | Hizmet Bedeli (Liste Fiyatı) | İndirimli (Kampanyalı) Fiyat |
|-------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| 0 - 249.999 | 6.000 | 5.500 |
| 250.000 - 499.999 | 9.000 | 8.000 |
| 500.000 - 749.999 | 12.000 | 10.000 |
| 750.000 - 999.999 | 16.000 | 13.000 |
| 1.000.000 - 1.499.999 | 20.000 | 16.500 |
| 1.500.000 - 1.999.999 | 28.000 | 22.500 |
| 2.000.000 ve üzeri | 35.000 | 27.000 |

Kaynak: Cevabi Yazı

- (29) Yukarıda belirtilen hizmet bedeline ilave olarak araç fiyatından bağımsız, sabit bir “Noter ve Devir Hizmet Bedeli” alınmaktadır. Satın alınmak istenen aracın satış bedelinin, noter ücretinin ve hizmet bedelinin toplu bir şekilde ödenmesi ve ödemenin satın alma tarihinden sonraki iki iş günü içerisinde tamamlanması gerekmektedir.
- (30) Bu ücretler haricinde, S-ATS sistemini kullanan kullanıcılar için aylık KDV dâhil 750 TL’lik bir katılım bedeli belirlenmiş ancak lansman dönemi olmasından ötürü 31.12.2023’e kadar kullanıcılardan bu bedelin alınmaması kararlaştırılmıştır. (.....).
- (31) S-ATS hâlihazırda kurumsal satıcılar ve kurumsal alıcılara hizmet eden bir sistem olarak tasarlanmıştır. Bununla birlikte, SAHİBİNDEN’de gerçekleştirilen yerinde incelemede SAHİBİNDEN personeli (.....) tarafından SAHİBİNDEN personeli (.....)’a gönderilen 12.09.2023 tarihli bir e-postada “(.....)” konu başlıklı e-posta elde edilmiş ve e-postanın ekinde yer alan sözleşmede “(.....)” ifadelerinin yer aldığı görülmüştür. Bunun yanı sıra, SAHİBİNDEN personeli (.....) tarafından gizli alıcılara gönderilen 29.09.2023 tarihli ve “(.....)” konu başlıklı e-postada da “S-Araç Tedarik Sistemi bünyesinde devreye alacağımız yeni hizmetimizle....artık bireysel satıcı araçlarını da sahibinden.com'un on binlerce kurumsal vasıta mağazasına açık artırma ile satışa sunmaya başlıyoruz.” ifadelerinin yer aldığı anlaşılmıştır. SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazıda da “Otobid” markası altında tüketiciden işletmeye olarak tanımlanan (C2B) iş modeli ile bireylerin araçlarının ihale yöntemi ile kurumsal alıcılara satışının hedeflendiği ve çok yakında hayata geçirileceği belirtilmiş, (.....) ve (.....) cevabi yazısında ise SAHİBİNDEN’in 20.11.2023 itibarıyla “Otobid” hizmetini devreye aldığı ifade edilmiştir.

² Hizmet bedelleri Mart 2023 tarihinden bu yana değişmemiş olup söz konusu indirimli fiyatların 31.12.2023’e kadar geçerli olduğu belirtilmiştir.

I.2.2. Çevrim İçi İkinci El Araç Pazarının Genel Görünümüne ve İş Modellerine İlişkin Bilgiler

- (32) Otomotiv pazarı, hem Türkiye'de hem de küresel seviyede yoğunlaşma oranının nispeten düşük olduğu, homojen olmayan ürünlerin yer aldığı, olgun ancak doymamış bir pazardır. Bu pazar, ürün farklılaştırmasının yüksek olduğu pazarların başında gelmektedir. Araçların dış görünüşleri, iç donanımları, motor parçaları gibi teknik özellikleri bakımından son derece farklı marka ve modeller mevcuttur. İlâveten, piyasadaki rekabet yalnızca fiyat rekabetine dayanmamakta olup etkin pazarlama, değişen talebe en hızlı şekilde yanıt verme, yeni modeller geliştirme yeteneği, ürün çeşitliliği ve servis ağının yaygınlığı gibi faktörler piyasadaki rekabet açısından kayda değer bir önem arz etmektedir.
- (33) Türkiye'de otomotiv sektörünün temelde iki ayağı bulunmaktadır. Bunlar; distribütörler aracılığıyla yürütülen, sıfır kilometre, bir başka deyişle birinci el (sıfır) araçlar ve kullanılmış araçların satıldığı ikinci el araçlar ayağıdır. Dosya kapsamındaki şikâyet ikinci el araç piyasasına yönelik olsa da ikinci el araç pazarının varlığı sıfır araçlara bağlıdır.
- (34) Sıfır kilometre araçlara ilişkin pazar, sektörde faaliyet gösteren markaların distribütörlerinden oluşmaktadır. Türkiye'de 2023 yılı Eylül ayı itibarıyla otomotiv pazarında 50 adet uluslararası marka mevcuttur.³ Bu markalar bünyesinde, 2022 yılı sonu itibarıyla satılan 783.283 aracın %56,18'i ithal araçlardan oluşmaktadır.⁴
- (35) Gerek Türkiye'de üretim yapan markalar gerekse de araçlarını Türkiye'ye ithal eden markalar, oluşturdukları yaygın bayi ağları ile müşterilere ulaşmaya çalışmaktadır. Bu kapsamda, sağlayıcı konumundaki markalar bayi ağları oluştururken genel olarak seçici dağıtım sistemini⁵ tercih etmektedir. Faaliyetleri çerçevesinde bayiler, belirli satış hedefleri belirleyerek markalardan ürün tedarik etmekte ve daha sonra bireysel müşterilere ve filo kiralama şirketlerine satış gerçekleştirmektedir.
- (36) Birinci el araç satışı pazarında, 2018 yılında döviz kurundaki artış ile bir daralma süreci başlamış, daralmanın önüne geçebilmek için 2018 yılı sonu ve 2019 yılının belli bir dönemini kapsayacak şekilde ÖTV indirimi ve hurda teşviki uygulanmıştır. Bununla beraber, 2019 yılındaki ekonomik belirsizlikler ile söz konusu indirim ve teşviklerin sona ermesi birinci el araç satışı pazarındaki daralma eğilimini güçlendirmiştir. Azalan talep nedeniyle distribütörler daha az araç tedarik etmiş, 2019 yılı sonu ve 2020 yılının ilk aylarında başlayan pandemi süreci nedeniyle birçok ülkede fabrikalar kapatılmış ve üretim neredeyse durmuştur. 2021 yılında pazardaki daralma eğilimi devam ederken⁶

³ ODMD Eylül 2023 Sektör Raporu,

<https://www.odmd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/3538/Makroekonomik%20De%c4%9ferlendirme%20Eyl%c3%bc1%202023.pdf>, Erişim Tarihi: 17.11.2023.

⁴ ODMD 2022 Yılı Perakende Satışlar Raporu,

https://www.odmd.org.tr/web_2837_1/sortial.aspx?linkpos=2&target=categorial1&type=36&primary_id=&detail=single&sp_table=&sp_primary=&sp_fields=&sp_language=&sp_table_extra=&extracriteria=&language_id=1&search_fields=&search_values, Erişim Tarihi: 17.11.2023.

⁵ Seçici dağıtım sistemi; sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri sadece belirlenmiş kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara doğrudan veya dolaylı olarak satmayı taahhüt ettiği ve bu dağıtıcıların da söz konusu malları veya hizmetleri, bu sistemin işletilmesi için sağlayıcı tarafından ayrılmış olan bölge içinde yetkilendirilmemiş dağıtıcılara satmamayı taahhüt ettiği dağıtım sistemini ifade etmektedir. (Bkz. 2017/3 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği, md. 4.)

⁶ODMD Aralık 2021 Sektör Raporu,

<https://www.odmd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/3102/Makroekonomik%20De%c4%9ferlendirme%20-%20Aral%c4%b1k%202021.pdf>

2022 yılında pazar, 2021'e göre %7,2 oranında büyüyerek tekrar piyasa normalleri seviyesine⁷ ulaşmıştır⁸. 2023 yılı Ocak-Ekim dönemi itibarıyla ise pazar büyüme eğilimine girmiş, bir önceki yılın aynı dönemine göre üretim %12,4, ithalat %85,2 ve ihracat %6,8 oranlarında artarak otomotiv satışları toplamda %61,6 oranında büyümüştür⁹.

- (37) İkinci el araç pazarı, birinci el araç pazarına göre daha karmaşık niteliktedir. Bu pazarda oto galerileri, bireysel satıcılar, filo kiralama şirketleri ve hatta bazı distribütörler alım-satım faaliyeti gerçekleştirebilmektedir. Pazarın bu çok oyunculu yapısı, hem alım hem de satış faaliyetleri bakımından farklı iş modelleri doğmasını sağlamıştır.
- (38) Oto galerileri, gerek bireysel satıcılardan gerekse de bayilerden aldıkları araçların satışını gerçekleştirmektedir. Kiralama şirketleri ise birinci el araçları "filo" adı altında toplu şekilde ve indirimli olarak satın almakta, belirli bir süre sonra ikinci el olarak satmaktadır. Bu doğrultuda, filo kiralama şirketleri hem birinci el hem de ikinci el pazarında önemli bir oyuncu olarak yer almaktadır.
- (39) Filolar, müşterilerine kiraladıkları araçları sektörde kabul gören standartlar doğrultusunda, kilometre veya yaş sınırı gibi kriterlere göre ikinci el olarak satmaktadır. Bu noktada teşebbüsler INDICATA isimli bir program kullanmakta olup bu programda, araçla ilgili bilgiler girildikten sonra, referans fiyat önerileri sunulmakta ve benzer araçların çevrim içi platformlardaki ilanları sıralanmaktadır.
- (40) Bu programın yanı sıra filolar ile bazı distribütörler, ikinci el araç satışında ihale ve açık artırma gibi yöntemler de kullanabilmektedir. Bununla beraber, ihale ve açık artırma yöntemlerinin genellikle toptan satışlarda uygulandığı, bireysel müşterilere yapılan satışların genelde "showroom"larda yer alan araçların incelenip satılması yolu ile gerçekleştiği ifade edilmektedir. Son olarak, ikinci el araç satışı yapan bazı distribütörlerin kendilerine ait ikinci el satış internet siteleri bulunmakta, kimileri ise çevrim içi platformlar aracılığıyla bu satışları yapmaktadır.
- (41) Bahsedilen pazar oyuncularının yanında, sektörde "al-satıcı" olarak tabir edilen çok sayıda kişi bulunmakta, bu kişiler oto galeri gibi araç alım-satımı yapmaktadır. Bu noktada oluşan pazar aksaklıklarını gidermek için, Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı tarafından 13.02.2018 tarihinde İkinci El Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelik yayınlanmış olup, daha sonra 15.08.2020 tarihinde İkinci El Motorlu Kara Taşıtlarının Ticareti Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik (Yönetmelik) ile birtakım değişiklikler yapılmıştır. Buna göre ikinci el araç ticareti, sadece bu işle ilgili tacirler ile esnaf ve sanatkârlar tarafından yapılabilecektir. Söz konusu Yönetmelik kapsamında, ikinci el araç ticaretiyle uğraşmayan vatandaşlar ise bir yılda üçten fazla ikinci el araç satışı gerçekleştiremeyecek ve bu araçların da en az 3 yıldır kendi adlarına tescilli olması gerekecektir. Bununla birlikte, ikinci el araç satışının gerçekleştirilmesi için belirtilen kişilere Bakanlık tarafından yetki belgesi verilecek ve noterlerde satış işlemleri de bu belgelerle gerçekleştirilebilecektir.

⁷ ODMD raporlarında piyasa normalleri 10 yıllık ortalama verilere göre belirlenmektedir.

⁸ODMD Aralık 2022 Sektör Raporu,

<https://www.odmd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/3364/Makroekonomik%20De%c4%9ferlendirme%20-%20Aral%c4%b1k%202022.pdf>

⁹ODMD Ekim 2023 Sektör Raporu,

<https://www.odmd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/4557/Makroekonomik%20De%c4%9ferlendirme%20-%20Ekim%202023.pdf>

- (42) İkinci el araç pazarında yer alan bütün bu oyuncular, çevrim içi satış platformlarında bir araya gelebilmektedir. Tüketiciler için kolaylık sağlayan bu internet sitelerinde araç satmak isteyen herkes, her marka ve modele ilişkin araç ilanı verebilmekte; alıcılar ise marka, model, model yılı, kilometre gibi birtakım kriterler arasından seçim yaparak araç arayabilmekte ve ilgili araca ilişkin neredeyse her türlü bilgiyi edinebilmektedir. Aracını satmak isteyen bir kişi hem ilgili internet sitelerinin sunduğu araç değerlendirme sistemlerine araç bilgilerini girerek hem de kendi aracına benzer araç ilanları ile kıyaslama yaparak fiyat oluşturabilmektedir. Bunun yanı sıra, kimi çevrim içi platformlar düzenledikleri ihaleler vasıtasıyla bireylerin ve kurumsal satıcıların araçlarının satışına aracılık etmekte, bazı platformlar ise elden çıkarılmak istenen araçlara bedel tayin ederek bireylerden veya kurumsal satıcılardan araçları doğrudan satın almaktadır.
- (43) İkinci el araç piyasasında Kurulun 16.09.2021 tarih ve 21-43/627-309 sayılı kararına paralel şekilde (i) fiziksel sergileme ve satış yöntemi olan geleneksel satış modeli, (ii) çevrim içi kanal üzerinden ilan vasıtasıyla araç sergileme ve geleneksel satış yöntemi ile satış sonlandırma ve (iii) çevrim içi platformların araç sergileyerek, araçlara bedel tayin ederek veya ihale yöntemleri vasıtasıyla kendi kanalları üzerinden alım-satım faaliyetleri yürütmesi şeklinde üçlü bir ayrıma gitmek mümkündür. Bununla birlikte, dijitalleşmenin son yıllarda ivme kazanmasıyla birlikte çevrim dışı kanallarda faaliyet gösteren oyuncular da çevrim içi platformlara yönelmekte ve hizmet alanlarını genişletmektedir. Bu da teşebbüslerin aynı anda birden fazla alanda faaliyet gösterdiği iç içe geçen bir yapının ortaya çıkmasına neden olmaktadır.
- (44) Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri ile hazırlanan Otomotiv Distribütörleri ve Mobilite Derneği (ODMD) raporlarına göre, 2020 yılında Türkiye’de toplam 9.214.940 adet araç el değiştirmiş, bu sayı 2021 sonu itibarıyla %4,3 azalarak 8.818.613’e gerilemiştir. 2022 yılı sonu itibarıyla ise ikinci el araç pazarı %8,5 büyüme göstermiş ve 9.563.925 adet araç el değiştirmiştir. 2023 Ağustos ayı verileri bir önceki yılın Ağustos ayı verilerine göre %23,4 artış göstermiş ve el değiştiren araç sayısı 7.510.360’a yükselmiştir. 2023 Ağustos itibarıyla el değiştiren araçların içerisinde otomobil %77,1 pay ve 5.037.596 adetle ilk sırada yer almıştır. Otomobil pazarını ise %18,2 pay ve 1.189.402 adetle kamyonet pazarı izlemiştir.¹⁰
- (45) İkinci el araç piyasasına yönelik yukarıda yer alan veriler çevrim içi kanal ve geleneksel kanal aracılığıyla satılan toplam araç sayısına ilişkindir. Dosyanın konusu bakımından önemli olması sebebiyle çevrim içi kanal aracılığıyla satılan araç sayısı verileri de incelenmiştir. Aşağıdaki tabloda INDICATA verilerine göre 2020-2023/10 döneminde çevrim içi platformlardaki araç ilan adetlerine ve bu araçların ne kadarının satıldığına ilişkin verilere yer verilmektedir. Bununla birlikte, tabloda yer alan veriler sadece ilanı yayınlanan araçlara ilişkindir. Bir başka deyişle ilanı yayınlanmamış ancak çevrim içi kanallarda düzenlenen e-ihaleler vasıtasıyla satılmış olan araçları kapsamamaktadır. İlâveten, INDICATA tarafından ilandan kaldırılan araçların tamamının satış olarak kabul edildiği belirtilmektedir. Bu çerçevede, tabloda yer alan verilerin net sayıları ve oranları yansıtmayabileceği, ancak yine de bir öngörü sağlaması bakımından faydalı olacağı değerlendirilmiştir.

¹⁰ 2020 Aralık, 2021 Aralık, 2022 Aralık, 2023 Eylül tarihli ODMD Sektör Raporları, https://www.odmd.org.tr/web_2837_1/neuralnetwork.aspx?type=26 Erişim Tarihi: 17.11.2023.

Tablo 2: 2020-2023 Ekim Döneminde Çevrim İçi Platformlarda Yayınlanan İkinci El Araç İlan ve Satış Adetleri

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 Ekim |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Araç İlan Adedi | 3.370.369 | 3.540.937 | 3.949.259 | 3.442.100 |
| Satılan Araç Sayısı | 2.053.055 | 1.652.710 | 1.811.498 | 1.568.771 |
| Satılma Oranı (%) | %61 | %47 | %46 | %46 |

Kaynak: INDICATA 2020 Aralık, 2021 Aralık, 2022 Aralık ve 2023 Ekim Raporları¹¹

- (46) Tabloda yer alan verilerden 2021 döneminde çevrim içi ikinci el pazarında 2020 yılına kıyasla ilanı yayınlanan araç adedi %5 artmasına rağmen satılan araç sayısında %19 düşüş gerçekleştiği görülmektedir. Bununla birlikte, 2022 yılında pazarın toparlanma eğilimine girdiği ve ilanı yayınlanan araç adedinin %12, satılan araç adedinin ise %10 artış gösterdiği anlaşılmaktadır. Ekim 2023 ilk 10 aylık toplam rakamlarına bakıldığında; 2022 yılı Ocak-Ekim ayı dönemine göre ilan adedinde %6, satış adetlerinde %10 artış gerçekleştiği tespit edilmiştir.¹² Bunun yanı sıra, yaklaşık son üç yıllık dönemde ilana çıkan araçların neredeyse yarısının satıldığı anlaşılmaktadır.
- (47) Aşağıdaki tabloda ise 2020-2023/8 döneminde çevrim içi platformlarda yayınlanan ilanlar sonucunda satılan ikinci el araç sayısının toplam ikinci el araç satışları içerisindeki payına yer verilmektedir.

Tablo 3: Çevrim İçi Kanalın Toplam Satışlar İçerisindeki Payı

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 Ağustos |
|---|-----------|-----------|-----------|--------------|
| Çevrim içi Platformlarda Yayınlanan İlanlar Sonucunda Satılan İkinci El Araç Sayısı | 2.053.055 | 1.652.710 | 1.811.498 | 1.293.004 |
| El Değiştiren İkinci El Araç Sayısı | 9.214.940 | 8.818.613 | 9.563.925 | 7.510.360 |
| Çevrim İçi Kanal Oranı (%) | %22 | %19 | %19 | %17 |
| Tekilleştirilmiş Toplam Pazar Büyüklüğü ¹³ | 5.528.964 | 5.291.168 | 5.738.355 | 4.506.216 |
| Çevrim İçi Kanal Oranı (%) | %37 | %31 | %31 | %29 |

Kaynak: ODMD, INDICATA ve Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Doğrultusunda Raportörlerce Yapılan Hesaplamalar

- (48) Tabloda yer alan verilerden 2020 itibarıyla toplam satışlar içerisinde çevrim içi kanalın payının %22 seviyesinde gerçekleştiği, ancak devam eden yıllarda hafif bir düşme eğilimine girerek 2021 ve 2022 yılları için %19 seviyesine gerilediği, 2023 Ağustos itibarıyla da %17 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Tekilleştirilmiş pazar büyüklüğü esas alındığında ise çevrim içi kanalın payının ilgili dönemde sırasıyla %37, %31, %31 ve %29 olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, ikinci el araç satışları içerisinde geleneksel kanal halen ağırlığını korumaktadır. Bununla birlikte, devam eden bölümlerde de yer verileceği üzere, ikinci el araç pazarında dijitalleşmeye bağlı olarak

¹¹https://www.indicata.com.tr/download/Aralik2020_Turkiye_Otomotiv_2el_Online_Pazar_Trend_Raporu.pdf,https://www.indicata.com.tr/download/Aralik2021_Turkiye_Otomotiv_2el_Online_Pazar_Trend_Raporu.pdf,https://www.indicata.com.tr/download/Aralik2022_Turkiye_Otomotiv_2El_Online_Pazar_Analiz_Raporu.pdf,https://www.indicata.com.tr/download/Ekim2023_Turkiye_Otomotiv_2El_Online_Pazar_Analiz_Raporu.pdf. Erişim Tarihi: 23.11.2023.

¹²https://www.indicata.com.tr/download/Ekim2023_Turkiye_Otomotiv_2El_Online_Pazar_Analiz_Raporu.pdf Erişim Tarihi: 17.11.2023.

¹³ (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda; pazarda satılan araçların bir kısmının tek satış işleminde iki kere el değiştirdiği belirtilmektedir. Bir galericinin son kullanıcıdan bir araç satın alması ve aynı aracı başka bir kullanıcıya satması buna örnektir. Bu çerçevede, aynı araca ilişkin iki devir söz konusu olduğundan esas oranın tespit edilebilmesi için pazar büyüklüğünün tekilleştirilmesi gerekmektedir. Teşebbüs tarafından tekil satış oranının tahmini %60 olduğu belirtilmekte olup tabloda yer alan pazar büyüklüğü de bu oran doğrultusunda hesaplanmıştır.

farklı iş modellerinin gelişmekte olması ve çevrim dışı kanallarda maliyetlerin artması nedeniyle çevrim içi kanalın ilerleyen dönemlerde daha fazla pay alabileceği değerlendirilmektedir.

- (49) İkinci el araç alım-satım piyasasında geleneksel kanalda faaliyette bulunan oto galerileri ve distribütörler gibi oyuncular, çevrim içi ilan listeleme siteleri ve çevrim içi alım-satım gerçekleştiren platformlar gibi birçok aktör bulunmaktadır. İkinci el araç alım-satım hizmetinin sunumunda yer alan bu denli çeşitli oyuncunun varlığından ötürü sektörde birçok farklılaşan iş modeli ortaya çıkmaktadır. İş modelleri makroekonomik etkenler, arz-talep ile sektörün yapısı gibi etkenlere göre değişmekte ve iş modelini seçen oyuncular arasında hizmetin sunumu açısından farklılıklar oluşabilmektedir. Dosya kapsamındaki şikâyetin temelini ikinci el araç piyasasındaki çevrim içi alım-satım faaliyetlerinin oluşturması sebebiyle bu kapsamdaki farklılaşan iş modelleri incelenmiştir.
- (50) Otomotiv sektöründe, çevrim içi platformlar üzerinden gerçekleştirilen ikinci el araç alım-satım faaliyetleri son yıllarda teknolojinin ve internet kullanımının hız kazanmasına paralel şekilde giderek önem kazanmaktadır. Hâlihazırda, sadece satış öncesi süreçlerde yüksek bir dijitalleşme söz konusu olsa da çevrim içi platformlar bu dijitalleşme eğilimine ivme kazandırmaktadır. Öte yandan yeknesak bir uygulamanın olmaması nedeniyle net bir pazar işleyişinden bahsetmek zordur. Bununla birlikte, çevrim içi ikinci el araç alım-satım alanında sadece aracılık hizmetleri verilmesi ile iBuying (anında alım, *instant buying*) iş modelleri arasında temel bir ayırım yapılabilir.
- (51) Aracılık hizmeti kapsamında platformlar, düzenledikleri e-ihaleler vasıtasıyla araçlarını satmak isteyen satıcıları ve araç almak isteyen alıcıları bir araya getirmekte olup satışı gerçekleştirilen araç bedeli üzerinden bir komisyon veya hizmet bedeli almaktadır (örneğin S-ATS). Bu sistemde aracın satış bedeli satıcı üye tarafından belirlenmektedir. Sektör oyuncularından biri tarafından ihale sisteminin dünya genelinde otuza yakın ülkede uygulandığı ve şeffaf, takip edilebilir ve denetlenebilir olduğu belirtilmektedir. iBuying modeli ise satılmak istenen araçlara bir bedel tayin etmek ve teklifte bulunmak için belirli algoritmalar kullanılan ve aracın, daha sonra kârlı bir şekilde satılmak üzere, satıcıdan platform tarafından alındığı iş modelidir.¹⁴ Bu iş modelinde aracın satış bedeli platform tarafından belirlenmektedir. ARABAMCOM'un "Trink Sat!" kapsamında alımını gerçekleştirdiği araçları daha sonra kendi belirlediği bir fiyattan satması buna örnektir. Platform tarafından aracın önce satın alınması gerektiğinden, bu alanda faaliyette bulunabilmek için önemli miktarda finansal kaynağa sahip olmak gerekmektedir. Ancak bir platform hem aracılık hizmeti hem de iBuying iş modelinde faaliyet gösterebilmektedir. Örneğin ARABAMCOM'un çevrim içi ikinci el araç alım-satım faaliyetleri, düzenlediği e-ihalelerden ve "Trink Sat!" hizmeti kapsamında aracı satıcıdan doğrudan alıp kendi mülkiyetine geçirdiği ve daha sonra kârlı bir şekilde sattığı işlemlerden oluşmaktadır.
- (52) iBuying iş modelinde araç platformun mülkiyetine geçmekte, platform gerekli gördüğü durumlarda araca çeşitli bakım-onarım faaliyetleri de yapmakta ve daha sonra kârlı bir şekilde satmaya çalışmaktadır. Öte yandan sadece aracılık hizmeti veren SAHİBİNDEN gibi teşebbüsler de bazı yasal yükümlülükler nedeniyle aracın mülkiyetini alabilmekte, ancak bu işlem geçici bir nitelik arz etmektedir. Bir başka deyişle araç öncelikle satıcı tarafından aracı platforma devredilmekte, hemen akabinde platform tarafından alıcıya devredilmektedir. Dolayısıyla satıcının devre konu aracı

¹⁴ <https://www.maxrealestateexposure.com/ibuyer/>, <https://www.opendoor.com/articles/what-is-an-ibuyer>, Erişim Tarihi: 23.11.2023.

önce platforma devretmesiyle tam anlamıyla bir mülkiyet ilişkisi kurulmamakta, sadece bazı yasal düzenlemelerin getirdiği yükümlülükler yerine getirilmektedir. Zira SAHİBİNDEN araca ilişkin doğabilecek riskler konusunda herhangi bir sorumluluk üstlenmemektedir. Öte yandan iBuying iş modelinde, araç esasında platform tarafından satıldığı için platform alıcıya karşı sorumluluk üstlenebilmekte ve hatta platformlar aracın satışından sonraki belirli bir süreye kadar alıcıya garanti de verebilmektedir.

- (53) Yukarıda yer alan iki temel iş modeli kapsamında çevrim içi ikinci el araç alım-satım alanında faaliyet gösteren platformlar temel itibarıyla araçların tedarik edildiği ve satıldığı tarafa göre ayrıışan 4 farklı kanalda faaliyet gösterebilmektedir. Aşağıda bunlara yer verilmektedir.

Filodan Galeriye Satış (B2B)

- (54) Sektör oyuncularından edinilen bilgilere göre; filolar, sahip oldukları ve kiraladıkları araçlar belli bir yaşı geçtikten sonra envanterlerini yenileme eğilimine girmektedir. Bu şekilde hem müşterilerine yeni ya da çok az kullanılmış araçlar sunmakta hem de yaşlanan araçların getirdiği bakım maliyeti ve operasyonundan kurtulmaktadır. Yukarıda bahsedildiği üzere platformlar, araçları doğrudan mülkiyetlerine geçirip satım faaliyetinde bulunabileceği gibi filolara bir e-ihale hizmetinin sunulduğu kapalı devre aracılık sistemi ile de faaliyet gösterebilmektedir. Aracılık faaliyetinin seçilmesi halinde platformun başarısı verimli bir ihale ortamı oluşturulmasına, yüksek sayıda oto galerisi ile ilişkide bulunulmasına ve bu oto galerilerinin düzenlenen e-ihalelere alıcı olarak katılmasına bağlıdır. Dolayısıyla, marka bilinirliği ve platformun aldığı trafik oldukça önem arz etmektedir.
- (55) Türkiye’de e-ihale kanalında faaliyet gösteren pazar oyuncuları arasında ARABAMCOM, SAHİBİNDEN, BORUSAN, İKİNCİYENİ, AUTOROLA, OTONET, MÜZAYEDE ve OTOSHOPS bulunmaktadır.

Tüketiciden Oto Galeriye Satış (C2B)

- (56) Sektör oyuncularından edinilen bilgilere göre; ikinci el araçların tedarikinde en büyük satıcı kitlesi tüketicilerdir. SAHİBİNDEN’de yapılan yerinde incelemede elde edilen bir sunuma göre ve ARABA SEPETİ’nin (KAVAK) tahminlerine göre ikinci el araç satışları içerisinde bireysel satıcıların payı %50’lik bir bölümü oluşturmaktadır. iBuying iş modelinde platformlar belirli koşulları sağlayan araçları tüketicilerden satın alarak bu satıcı kitlesi ile etkileşime geçmektedir. Satın alım süreci genel hatlarıyla; tüketicilerin araç özellikleri ve mevcut durumu hakkında bilgi sağlayarak başvuru yapması, platform tarafından bu veriler değerlendirilerek çevrim içi bir ön teklif yapılması, ön teklifin kabulü halinde aracın ücretsiz ekspertiz sürecine tabi tutulması için randevu sağlanması ve tüketicilere nihai satın alma teklifinin sunulmasından oluşmaktadır. Bununla birlikte, iBuying iş modeline ilave olarak düzenlenen e-ihaleler ile de bu alanda faaliyet gösterilebilmektedir. SAHİBİNDEN yakın gelecekte “Otobid” adını verdiği hizmet ile e-ihaleler düzenleyerek C2B alanına girmeyi hedeflemektedir.
- (57) Türkiye’de hâlihazırda bu kanalda faaliyet gösteren pazar oyuncuları arasında ARABAMCOM, VAVACARS, OTONET, ARABA SEPETİ (KAVAK), LETGO (OTOPLUS), İKİNCİYENİ, OTOCASH, OTOKOÇ ve AUTOROLA bulunmaktadır.

Filodan Tüketicie Satış (B2C)

- (58) Filodan galeriye satış kanalına benzer şekilde burada da araçlar filolardan doğrudan tedarik edilmekte (iBuying) ya da filolara e-ihale aracılık hizmeti sunulmaktadır. Bu

kanal filolardan tedarik edilebilecek araç sayısının sınırlı olması sebebiyle, genellikle, diğer iş modelleri ile birlikte yürütülmektedir. Öte yandan, tüketicilerin satış sonrası yaşanabilecek olumsuzluklara karşı kurumsal bir platformdan veya platform aracılığıyla araç satın almayı tercih etmesi sebebiyle kendisine faaliyet alanı bulmaktadır. Bu kanalda platformun başarısı, araç tedarik edilebilmesi için yüksek sayıda filo ile ilişki kurulması ve araçların satılabilmesi için yüksek miktarda kullanıcı trafiğine ulaşılmasına bağlıdır.

- (59) Türkiye’de bu kanalda faaliyet gösteren pazar oyuncularını İKİNCİYENİ ve OTONET’tir.

Tüketiciden Tedarik Edilen Aracın Tüketicilere Satışı (C2C)

- (60) Tüketiciden tedarik edilen aracın yine tüketiciye satıldığı bu kanalda da platformlar doğrudan tedarik faaliyetinde bulunabileceği gibi (iBuying) aracılık faaliyetinde de bulunabilmektedir. Platformların araçları doğrudan tedarik etmeleri halinde platform tarafından araca ilave bakım ve onarım yapılması söz konusu olabilmektedir.
- (61) Tüketicilerin en büyük satıcı grubu olduğu ve tüketicilere satışın potansiyel hacmi de göz önünde bulundurulduğunda bu kanal en geniş segmenti oluşturmaktadır. Bununla beraber, hem tedarik hem de satın alım tarafında tüketiciler bulunduğu için yüksek trafik hacmine sahip olmak platformlar için zorunlu unsurdur.
- (62) Bu kanalda faaliyet gösteren pazar oyuncularını arasında VAVACARS, İKİNCİYENİ, LETGO (OTOPLUS), KAVAK ve OTOKOÇ bulunmaktadır.
- (63) Çevrim içi ikinci el araç alım-satım alanında faaliyet gösteren pazar oyuncularının araç tedarik ettikleri ve araç sattıkları kanallara yönelik yukarıda yer verilen bilgiler aşağıdaki tabloda toplulaştırılarak özet bir biçimde sunulmaktadır.

23-56/1114-396

Tablo 4: Pazar Oyuncularına İlişkin Özet Tablo

| TEDARİK KANALI | BORUSAN | AUTOROLA | MÜZAYEDE | İKİNCİYENİ | OTONET | ARABAM COM | VAVACARS | LETGO (OTOPLUS) | KAVAK | SAHİBİNDEN | OTOKOÇ | OTOSHOPS | OTOCASH |
|--|---------|----------|----------|------------|--------|------------|----------|-----------------|-------|-----------------|--------|----------|---------|
| Rent-A-Car (Filo) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Yetkili Bayi | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ |
| Galeri | ✓ | ✓ | ✓ | | | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Bireysel | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ ¹⁵ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ALICI KANALI | | | | | | | | | | | | | |
| Galeri | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Yetkili Bayi | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | | | ✓ | | | ✓ | ✓ | |
| Bireysel | | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | |
| Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgi ve belgeler | | | | | | | | | | | | | |

¹⁵ 20.11.2023 tarihinde faaliyete başlamıştır.

- (64) Yukarıda yer alan bilgiler doğrultusunda, aşağıdaki tabloda dosya kapsamında sektör oyuncularından elde edilen verilerle hazırlanan ve çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetlerinin pazarda el değiştiren toplam binek araç sayısı içerisindeki payını gösteren tabloya yer verilmektedir. Söz konusu tablo INDICATA tarafından hazırlanan tablodan farklıdır, çünkü aşağıda yer verilen tablo çevrim içi alım-satım hizmetleri pazarındaki iBuying iş modeli ve ihale hizmetleri kapsamında çevrim içi platformlar üzerinden ve/veya aracılığıyla satılan toplam araç sayısını yansıtmaktadır.

Tablo 5: Çevrim İçi İkinci El Araç Alım Satım Pazarı İçerisinde Satılan Araç Sayısının Toplam El Değiştiren Binek Araçların Sayısı İle Karşılaştırması

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 Ekim |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Çevrim İçi Alım-Satım Pazarında Satılan Toplam İkinci El Araç Sayısı ¹⁶ | 61.354 | 83.170 | 111.108 | 136.148 | 118.031 |
| Toplam El Değiştiren Binek Araç Sayısı | 6.227.461 | 6.477.155 | 6.015.043 | 6.396.191 | 5.511.844 |
| Oran (%) | 0,99 | 1,28 | 1,85 | 2,13 | 2,14 |
| İhale Yöntemiyle Satılan Araç Sayısı ¹⁷ | 54.171 | 55.672 | 60.334 | 58.052 | 61.433 |
| İhale Yöntemiyle Satılan Araç Sayısının Çevrim İçi Alım-Satım Pazarında Satılan Toplam İkinci El Araç Sayısı İçerisindeki Payı | 88 | 66 | 54 | 42 | 52 |
| Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgi ve belgeler, TÜİK verileri ile hazırlanan ODMD Sektör Raporları ¹⁸ | | | | | |

- (65) Tablodan görüleceği üzere, çevrim içi ikinci el araç alım-satım pazarının toplam el değiştiren ikinci el araç sayısı içerisindeki payı ihmal edilebilir bir seviyededir. Bu çerçevede, pazarın da yeni olduğu ve dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte gelişmeye açık olduğu söylenebilecektir. Bunun yanı sıra, SAHİBİNDEN'in de faaliyet gösterdiği ihale ile satış yönteminin 2019 yılında çevrim içi ikinci el araç alım-satımının %90'lara varan önemli bir bölümünü oluşturduğu, ancak zaman geçtikçe payının azalarak %50'lere düştüğü, dolayısıyla alternatif satış yöntemlerinin de gelişmekte olduğu anlaşılmaktadır.

1.2.3. İlgili Ürün Pazarı

1.2.3.1. Çevrim İçi İlan Listeleme Hizmetlerine İlişkin İlgili Pazar Tanımı

- (66) SAHİBİNDEN'in faaliyet gösterdiği temel iş alanı en geniş haliyle ürün veya hizmet arz edenler (ilan verenler) ile bu ürün ve hizmetleri talep edenlerin (ziyaretçiler/kullanıcılar) çevrim içi mecrada bir araya getirilmesine aracılık etme faaliyetleri olarak tanımlanabilmektedir. SAHİBİNDEN platformunda, ilan vermek isteyenler bireysel ve kurumsal kullanıcı olarak ikiye ayrılmakta; faaliyet konusu emlak veya vasıta alımı, satımı ve kiralaması olan teşebbüsler kurumsal müşteri, profesyonel olarak emlak veya vasıta alımı, satımı ve kiralaması işiyle iştigal etmeyen gerçek kişiler ise bireysel müşteri olarak adlandırılmaktadır. SAHİBİNDEN, her bir kullanıcı grubuna sunulan aracılık hizmetine karşılık farklı fiyatlandırma politikası uygulamaktadır.

¹⁶ Teşebbüslerden elde edilen satılan araç sayısı verilerinin birleştirilmesi ile hesaplanmıştır.

¹⁷ Teşebbüslerden elde edilen satılan araç sayısı verilerinin birleştirilmesi ile hesaplanmıştır.

¹⁸ INDICATA 2020 Aralık, 2021 Aralık, 2022 Aralık ve 2023 Ekim Sektör Raporları

<https://www.indicata.com.tr/hakkimizda/haberler-ve-medya?start=36>

ODMD Ocak 2020, Ocak 2021, Ocak 2022, Ekim 2023 Sektör Raporları

https://www.odmd.org.tr/web_2837_1/sortial.aspx?linkpos=1&target=categorial1&type=26&primary_id=&detail=single&sp_table=&sp_primary=&sp_fields=&sp_language=&sp_table_extra=&extracriteria=&language_id=1&search_fields=&search_values=

(67) SAHİBİNDEN hakkında yürütülen soruşturmalara ilişkin Kurul kararlarında¹⁹ incelenen davranışların ilişkili olduğu emlak ve vasıta kategorisi ayrıştırılarak ayrı ilgili ürün pazarı tanımlanmıştır. Söz konusu kararlarda;

- Çevrim dışı (oto galerileri ile gazete, süreli yayın ilanları vb.) mecralar ile çevrim içi mecraların ikame analizi sonucunda erişebilirlik, araştırma maliyetlerinden kurtulmak suretiyle elde edilen zaman tasarrufu, kullanım kolaylığı, vasıta ve emlak portföyünün ve türünün fazla olması, karşılaştırma yaparken işlem maliyetini en aza indirmesi, çevrim içi kanalın birden fazla satıcıya ulaşma bakımından kolaylık sağlaması vb. nitelikleri sebebiyle çevrim içi platformların geleneksel kanala ikame olmadığı, bilakis tamamlayıcı nitelik arz ettiği,
- Platform hizmeti sunan teşebbüsler ile kendi internet sitesi üzerinden hizmet sunan teşebbüslerin faaliyetleri analiz edildiğinde ise, (i) ilan arayan tüketiciler açısından sınırlı bir ikamenin olduğu, zira araç satın alma niyetinde olan tüketicinin gerek bazı galerilerin veya yetkili bayilerin internet sitelerinden gerekse de SAHİBİNDEN'den araç ilanlarına ulaşabileceği, ancak bu kanalların SAHİBİNDEN'in ürün çeşitliliğine ulaşamayacağı, (ii) ilan verenler açısından ise iki kanal arasında ikamenin söz konusu olmadığı, nitekim kullanıcıların bu kanallar üzerinden bireysel olarak ilan veremedikleri

değerlendirilmiştir.

(68) Ayrıca Kurulun 05.08.2021 tarihli ve 21-37/540-263 sayılı kararında SAHİBİNDEN platformunda verilen ilanlar açısından kurumsal üyelik ve bireysel üyelik arasında da ikame analizi yapılmıştır. Bu doğrultuda;

- Bireysel üyelerin, kurumsal üyeler aksine yıl içerisindeki ilk ilanlarını ücretsiz verdikleri, ücretsiz ilan süresi dolduktan sonra ilanı yayımlamaya devam edebilmeleri için bireysel üyelerin ücret ödemesi gerektiği, ancak özellikle vasıta kategorisi için bireysel müşterilerin ücretsiz ilanlarını ücretli ilana dönüştürme oranlarının yıllar içerisinde gerilediği, dolayısıyla bireysel üyelerin SAHİBİNDEN platformunu genel olarak ücretsiz kullanmayı tercih ettikleri,
- Kurumsal üyelere birden fazla ilanı aynı anda sabit bir fiyatla yayımlama imkânı veren "ilan paketleri" sunulduğu, paketteki ilan sayısı arttıkça ilan başına ücretin azaldığı, kurumsal müşterilere uygulanan paket fiyatlarının SAHİBİNDEN'in kriterlerine göre oluşturulan bölgeler arasında farklılaştığı

ifade edilerek kurumsal üyelik ve bireysel üyelik özelinde ayrı ilgili ürün pazarı tanımlarına yer verilmiştir. Bu çerçevede vasıta kategorisi bakımından ilgili ürün pazarları "*kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti*" ve "*bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri*" olarak tanımlanmıştır.

(69) Dosya kapsamında ele alınan iddialar da SAHİBİNDEN'in kurumsal/bireysel üyelerin araç satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri (çevrim içi ilan listeleme hizmetleri) pazarındaki gücünü ilişkili/komşu bir pazarda S-ATS isimli hizmetin sunumunda kullanmak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullanmasına ilişkindir. S-ATS hizmeti ilk olarak B2B hizmeti olarak bir başka deyişle kurumsal müşterilerin araçlarının kurumsal alıcılara satılmasına aracılık edecek şekilde tasarlanmıştır. Dolayısıyla, dosyanın konusunu esasında kurumsal üyelerin vasıta satışlarına yönelik verilen ilan listeleme hizmeti ilgilendirmektedir. Ancak SAHİBİNDEN'in 20.11.2023

¹⁹ Kurulun 01.10.2018 tarihli, 18-36/584-285 sayılı; 08.07.2021 tarihli, 21-34/475-237 sayılı ve 17.08.2023 tarihli, 23-39/754-263 sayılı kararları.

itibarıyla C2B hizmeti olan “Otobid”i de sunmaya başlaması nedeniyle dosya kapsamında bireysel üyelere yönelik pazar tanımı da yapılmıştır.

- (70) Yukarıda yer alan bilgiler doğrultusunda, incelenen teşebbüsün ana faaliyet alanları, geçmiş Kurul kararları ve söz konusu kararlar sonrasında ilgili ürün pazarı tanımını değiştirmeyi gerektirecek herhangi bir gelişmenin yaşanmadığı dikkate alınarak ilgili ürün pazarlarının; bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarı ve kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarı olarak tanımlanmasına karar verilmiştir.

I.2.3.2. Çevrim İçi İkinci El Araç Alım-Satım Hizmetlerine İlişkin İlgili Pazar Tanımı

- (71) Türkiye’de ikinci el araç alım-satım pazarında faaliyet gösteren teşebbüsler bakımından çevrim içi ve çevrim dışı (geleneksel) olmak üzere iki kanal bulunmakta olup söz konusu kanallarda oto galeriler, filo kiralama şirketleri ve çevrim içi alım-satım gerçekleştiren teşebbüsler gibi birçok oyuncu bulunmaktadır. Çevrim dışı kanal, geleneksel kanal olarak da adlandırılabilir olup fiziksel sergileme ve satış alanında faaliyet gösteren oto galeriler ve bazı markaların yetkili bayileri bu kanala örnektir. Öte yandan dijitalleşmenin hız kazanmasına paralel olarak araçlara bedel tayin ederek daha sonra satmak üzere bireysel veya kurumsal müşterilerden araç satın alan veya ihale yöntemleri vasıtasıyla kendi kanalları üzerinden alım-satım faaliyetleri yürüten çevrim içi platformlar da ortaya çıkmıştır. Çevrim içi kanalda ayrıca doğrudan araç alım-satım işleminin tarafı olmayan, ancak sahip oldukları platformlar aracılığıyla ilan listeleme hizmeti vererek alıcı ve satıcı tarafı buluşturan teşebbüsler de bulunmaktadır.
- (72) Dosya kapsamında diğer ilgili ürün pazarlarının tespiti için öncelikle ikinci el araçların alım ve satımının yapıldığı çevrim içi ve çevrim dışı kanalların; devamında ise ikinci el araç alım ve satım hizmetleri bakımından çevrim içi ilan hizmetleri veren platformlar ile çevrim içi alım-satım gerçekleştirilen platformların birbirlerine ikame olup olmadığı incelenmiştir.

I.2.3.2.1. Çevrim İçi Kanallar ile Çevrim Dışı Kanallar Arasındaki İkame Analizi

- (73) İkinci el araç alım-satım hizmetleri bakımından aracını satmak isteyen ve araç satın almak isteyen kullanıcı grupları açısından çevrim içi ve çevrim dışı kanallar üzerinden sunulan hizmetler farklı niteliklere sahiptir. Çevrim dışı kanallarda araç alım satımı; araç almak isteyen bir kişinin fiziki olarak aracı görmesi ve test etmesi sonucunda araç alımına karar vermesi akabinde satıcıyla araç satış sözleşmesi yapması şeklinde meydana gelmektedir. Alıcılar bakımından çevrim dışı hizmetler, daha büyük bilgi toplama/araştırma maliyeti içermekteyken çevrim içi kanalda internet bağlantısının olduğu her yerden araştırma yapılması ve hizmete ulaşılması mümkündür. Diğer kullanıcı grubu olan araç satıcıları ise çevrim içi kanalda, bulunduğu mekân/ilçe/ilden bağımsız olarak ülke çapında pazarlama imkânına sahip olmakta ve çok daha geniş bir alıcı kitlesine ulaşabilmektedir. SAHİBİNDEN’in taraf olduğu geçmiş Kurul kararlarında da, çevrim içi kanalın her iki karar birimi için de zaman tasarrufu ve daha geniş mal/hizmet/tüketici gruplarına erişim sağlaması bakımından çevrim dışı kanaldan farklılaştığı değerlendirilmesine yer verilmiştir.
- (74) Konuya ilişkin olarak sektörde faaliyet göstermekte olan teşebbüslerden ikinci el araç alım-satım hizmetleri bakımından çevrim dışı kanallar ve ikinci el araçlara yönelik alım-satım gerçekleştirilen çevrim içi platformlar arasındaki ikame ilişkisi hakkında bilgi talebinde bulunulmuştur. Bu çerçevede, teşebbüsler tarafından sunulan cevabi yazılarda ikinci el araç alım-satım hizmetlerine ilişkin çevrim dışı kanallar ile çevrim içi kanalların birbirlerini tamamlayıcı nitelikte olduğu görüşünün ağırlıkta olduğu

görülmektedir. Söz konusu cevabi yazılarda; teşebbüslerin sayısı, finansal büyüklüğü, piyasa hareketleri ve verilerinin takibi konusundaki yetkinliği, satış yöntemleri ile alım-satımı yapılan araç sayısı, aracını satmaya istekli kitleye erişim gibi unsurlar bakımından bu iki kanal üzerinden sunulan hizmetlerin ayrı pazarlarda yer aldığı ifade edilmiştir. Bahse konu kanalların hizmetin sunulduğu yer ve ulaşılabilirlik bakımından ayrıştığı, çevrim dışı kanalların ikinci el araçlara yönelik alım satım gerçekleştiren çevrim içi platformları hem satış hem de alış kanalı olarak kullandığı da dile getirilmektedir.

- (75) Benzer şekilde, hem yasal düzenlemeler nedeniyle araç satışının çevrim içi mecrada başlayıp çevrim içi kanallar üzerinden bitmesinin mümkün olmaması hem de satıcı ve alıcı tercihleri nedeniyle her iki kanalın bir arada kullanılabildiği, çevrim dışı kanalların pek çoğunun aynı zamanda çevrim içi platformu bulunduğu ve geleneksel kanal üzerinden satışa konu olan araçların eş zamanlı olarak çeşitli çevrim içi kanallarda da sergilenebildiği hususuna yer verilmiştir. Bu noktada, kurumsal üyelerin çevrim dışı kanallarda yapacakları alım-satım faaliyetleri için fiyatlandırma yapabilmek ve araçlarını sergilemek için listeleme platformlarından faydalandığı ve galeri gibi geleneksel yöntemlerle faaliyetlerini sürdüren teşebbüslerin de çevrim içi platformları da kullandığı belirtilmektedir. Bununla birlikte, teknolojinin ilerlemesi, internet kullanımının yaygınlaşması ve konvansiyonel satış ortamında (çevrim dışı kanallarda) artan maliyetler ile çevrim içi alım-satım platformlarının güvenilirliğinin alım satımı daha kolay hale getirdiğine değinilmektedir. İlaveten, çevrim içi kanalların çeşitlilik, erişim kolaylığı, zaman tasarrufu, pek çok hizmeti bir arada verebilme, anlık karşılaştırma imkânı sağladığı ve ürün araştırma maliyetinin olmaması, işlem hızlılığı ve pratikliği, daha fazla çeşit ve sayıda araç bulundurma gibi olumlu yönleri bulunurken; çevrim dışı geleneksel yöntemlerde ise aracı fiziken görebilme, deneme sürüşü yapabilmek, satıcıya sorular sorabilme ve fiyat üzerinden pazarlık yapabilmek imkânı bulunduğu hususuna yer verilmektedir. Ayrıca, erişim kolaylığı nedeni ile araç özellikleri karşılaştırmalarını çevrim içi kanaldan daha rahat yapan bir kullanıcının aynı aracı çevrim dışı mecralardan deneme sürüşü yaparak satın alması ya da çevrim dışı mecrada faaliyet gösteren teşebbüsün çevrim içi alım-satım platformunda gördüğü aracı bizzat kendisinin ticari amaçla satın alması gibi durumların söz konusu kanalların iç içe geçmiş tamamlayıcı bir ilişki içinde olduğuna örnek verilebileceği ifade edilmiştir.
- (76) Diğer taraftan, her ne kadar teşebbüslerin çoğu tarafından çevrim dışı kanallar ile çevrim içi kanalların birbirlerini tamamlayıcı nitelikte olduğu ifade edilse de söz konusu kanalların araç alım-satım işleminin fiziki ortamda ve noter huzurunda yapılması gerekliliği nedeni ile aslında temelde aynı ticari faaliyeti sürdürmeyi amaç edindikleri, bu nedenle bu kanalları kullanan teşebbüslerin birbirleri ile rekabet içinde olmalarının kaçınılmaz olduğu ve temelde birbirleri ile daha çok ikame ilişkisi oldukları belirtilmektedir. Dosya kapsamında incelenen teşebbüs SAHİBİNDEN tarafından iletilen cevabi yazıda da çevrim içi ve çevrim dışı vasıta satışlarının benzer süreçlere tabi olduğuna değinilerek hem bireysel hem kurumsal alıcılar için çevrim dışı ve çevrim içi tedarik kanallarının, yani oto galeriler ve ikinci el araçlara yönelik alım satım gerçekleştiren çevrim içi mecraların birbirini ikame edebileceği ifade edilmiştir.
- (77) Yukarıda yer verilen hususlar doğrultusunda; erişebilirlik, zaman tasarrufu, kullanım kolaylığı, araç sayısının ve türünün fazla olması, karşılaştırma yaparken işlem maliyetini en aza indirmesi, çevrim içi kanalın birden fazla alıcıya veya satıcıya ulaşma bakımından kolaylık sağlaması gibi nitelikleri sebebiyle çevrim içi platformların çevrim dışı kanallardan farklılıkları bulunduğu görülmüştür. Kurulun çevrim içi platformlara

ilişkin pek çok kararında da çevrim dışı mecra pazar tanımına dâhil edilmemiştir²⁰. Dolayısıyla, ikinci el araç alım-satım hizmetleri bakımından çevrim dışı kanallar ve ikinci el araçlara yönelik alım-satım gerçekleştirilen çevrim içi platformların hizmet sunumu, ürün farklılaştırması, ürün çeşitliliği ve erişim maliyetleri gibi farklılıkları dikkate alındığında söz konusu iki kanalın hem bireysel hem kurumsal kullanıcılar bakımından birbirlerine ikame olmadığı sonucuna varılmıştır.

1.2.3.2.2. İlan Hizmeti Veren Platformlar ile Çevrim İçi Alım-Satım Gerçekleştirilen Platformlar Arasındaki İkame Analizi

- (78) Çevrim içi ikinci el araç alım-satım pazarı, farklı iş modellerine sahip oyunculardan oluşmakla birlikte SAHİBİNDEN ve ARABAMCOM gibi çevrim içi ilan hizmeti veren platformlar ile çevrim içi kanalda ikinci el araçların alım ve satımlarının gerçekleştirildiği platformlar sunulan hizmetin niteliği, bireysel ve kurumsal kullanıcılar tarafından kullanım amacı ve kullanıcılara sunduğu hizmetlerin kapsamı açısından ayrılmaktadır. Bu kapsamda SAHİBİNDEN ve ARABAMCOM gibi çevrim içi ilan listeleme platformları ikinci el araç alımı ve satımına yönelik bireysel ve kurumsal kullanıcılara aracılık hizmeti sunarken, çevrim içi alım-satım gerçekleştirilen platformlar aracını satmak isteyen kullanıcılardan satın alarak kendi mülkiyetlerine geçirdikleri araçları satmakta veya düzenledikleri e-ihale yöntemleri ile çevrim içi bir ortamda araçların gerçek zamanlı satışına aracılık etmektedir.
- (79) Dosya kapsamında çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri sunan teşebbüsler tarafından iletilen görüşler doğrultusunda da çevrim içi ilan listeleme hizmeti veren platformlar ile çevrim içi ikinci el araç araçların alımı ve satımı gerçekleştirilen platformlar arasında ikame ilişkisi bulunmadığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, çevrim içi ilan listeleme platformlarının bireysel ve kurumsal ikinci el araç sahipleri ve müşterileri için pazar yeri görevi gördüğü, ikinci el araç ticareti ile uğraşan kurumsal firmalar ve bireysel araç sahiplerinin ise listeleme platformlarında araçlarını sergilediği ifade edilmektedir. Bunun yanında, ikinci el araçlara yönelik alım-satım yapanların çevrim içi platformlarda araçlarını sergileyerek muhtemel alıcılara sunmak amacıyla çevrim içi ilan listeleme platformlarını da kullandığı ve bu durumun alıcıların daha fazla satışa sunulmuş araca ve seçeneğe erişimlerini sağladığına değinilmekte, dolayısıyla iki hizmet arasındaki tamamlayıcılık ilişkisine dikkat çekilmektedir. Ayrıca, listeleme platformları üzerinden hem bireysel hem kurumsal üyelerin araçlarını listelediği ve satın alabildiği, çevrim içi platformlar üzerinden araç alım satımı yapan firmaların ise doğrudan tüketiciden araçları satın alıp, çoğunlukla tüketiciye sattıkları; listeleme platformlarının kullanıcılarına sunduğu araç listeleme imkânının doğrudan araç alım satım faaliyeti gösteren çevrim içi platformlar açısından söz konusu olmadığı belirtilmektedir. Ayrıca birçok kullanıcının çevrim içi platformlardan veya fiziki galerilerden araç almadan veya satmadan önce SAHİBİNDEN gibi ilan sitelerinden fiyat bilgisi kontrol ettiği ve sonrasında alım-satım platformları veya galeriler ile irtibata geçerek oluşan alım-satım kararını uygulamaya koyduğu ifade edilmektedir.
- (80) Sektörde faaliyet gösteren teşebbüsler tarafından sunulan cevabi yazılarda çevrim içi ilan listeme hizmeti veren platformlar ile çevrim içi ikinci el araç alım-satım platformlarının birbirleri ile tamamlayıcı ilişki içinde olduğunu görüşü öne çıkmaktayken bazı teşebbüsler de söz konusu platformların birbirleri ile ikame edilebilir olduğunu

²⁰ Bkz. 08.03.2018 tarih ve 18-07/111-58 sayılı *Çiçeksepeti*, 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı *Yemeksepeti*, 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı *Booking*, 03.1.2013 tarih ve 13-01/7-7 sayılı *D-Market* ve 02.11.2011 tarih ve 11-55/1442-516 sayılı *Kariyer.net*, 08.07.2021 tarih ve 21-34/475-237 sayılı *Sahibinden.com* yine 30.09.2021 tarih ve 21-46/655-325 sayılı *Sahibinden.com* kararları.

ifade etmektedir. Bu doğrultuda, bir platformun ilan listeleme faaliyetinde yer almasının bu pazardaki faaliyetinin içeriği bakımından bir farklılık yaratmadığı ve hizmete konu aracın oto galeriye satışı öncesinde platform tarafından devralınıp devralınmamasının hizmetin niteliğini esaslı bir şekilde değiştirmediği ve kurumsal bazı üyelerin ise hem kendisine hem de üçüncü taraflara ait çevrim içi alım-satım platformlarında ve çevrim içi ilan listeleme platformlarında çevrim dışı alım-satım gerçekleştirebildiği belirtilmektedir. Bunun yanında, hem bireysel hem kurumsal üyelerin her iki platformu da ikinci el araç satın almak veya satmak üzere kullandığı ve her iki platformun aynı amaca hizmet ettikleri hususuna yer verilmektedir. Ayrıca, satın alınacak araç bulma aşamasında ve listeleme yoluyla satılamayan araçların ihale yoluyla çevrim içi kanallardan satılması alternatifi göz önünde bulundurulduğunda satın alma süreçlerinde söz konusu platformların birbirlerinin kısmi ikamesi olarak görülebileceği ve çevrim içi platformların sundukları belirli ortak hizmetler bakımından ikame edilebileceklerine değinilmektedir. Öte yandan, vasıta alımı gerçekleştirmek isteyen bireysel veya kurumsal bir alıcı açısından ilan listeleme platformlarının ve ikinci el araç alım satımı gerçekleştiren çevrim içi platformların satıcıya erişmek için alternatif imkân teşkil ettiği de ifade edilmektedir.

- (81) Sektörde söz konusu iki hizmet arasında gerek tamamlayıcı gerekse ikame ilişkisi bulunduğunu ifade eden teşebbüsler bulunmaktadır. Bununla birlikte, esasen iki hizmeti sunan platformlar sundukları hizmetin niteliği, kapsamı, araç almak veya satmak isteyen son kullanıcılara yönelik işlevleri, içerdikleri araç sayısı ve çeşitliliği bakımından birbirlerinden ayrılmaktadır. Çevrim içi ilan listeleme platformlarında herhangi bir alım-satım işlemi gerçekleşmemekte, araç satın almak isteyen alıcılar kendi çabalarıyla satıcı ile iletişime geçmekte, bu da en nihayetinde bir güven sorunu yaratabilmektedir. Çevrim içi alım-satım gerçekleştirilen platformlar ise ya mülkiyetlerinde bulunan araçları satmakta ya da araçların satışına düzenlenen e-ihaleler vasıtasıyla aracılık etmektedir. Söz konusu platformlarda araç satışı gerçekleştiren tarafların genellikle büyük kurumsal firmalar olması nedeniyle alıcılar açısından daha güvenilir bir seçenek ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, ilan listeleme platformlarından farklı olarak aracın kurumsal bir ekspertiz firması ya da platformun kendi eksperleri aracılığıyla gerçekleştirilen hasar ve mekanik durumu araç almak isteyenlere sunulmaktadır. Ayrıca kimi çevrim içi alım-satım platformları araç satışının yanında fiyatlama, sigorta, kredi, bakım, lastik hizmeti gibi tamamlayıcı hizmetler de sunabilmektedir. Dolayısıyla, iki pazarın farklı rekabet koşullarına da tabi olduğu göz önünde bulundurularak hem bireysel hem de kurumsal kullanıcılar bakımından çevrim içi ilan hizmeti veren platformlar ile ikinci el araç alım-satım faaliyetleri gerçekleştirilen platformların birbirleri ile ikame edilebilir olmadığı sonucuna varılmıştır.
- (82) Sonuç olarak, yukarıda yer verilen değerlendirmeler doğrultusunda; dosya kapsamında bir diğer ilgili ürün pazarının “*çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarı*” olarak tanımlanmasına karar verilmiştir.

1.2.4.İlgili Coğrafi Pazar

- (83) İlgili ürün pazarı olarak tanımlanmış olan çevrim içi ikinci el araç alım-satımına yönelik platform hizmetleri coğrafi bakımdan farklılaşmamakta olup ikinci el araç alım ve satım faaliyetleri yürüten galeriler, filolar, bireysel veya kurumsal kullanıcılar internet erişimi sağlanan herhangi bir bölgeden bu hizmetlerden faydalanabilmektedir. Hizmetin anılan niteliği ve SAHİBİNDEN hakkında yürütülen geçmiş soruşturmalar da dikkate alınarak ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak tespit edilmiştir.

I.3. Yerinde İnceleme Elde Edilen Belgeler

- (84) Dosya kapsamında 01.11.2023 tarihinde SAHİBİNDEN'de yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. Söz konusu yerinde inceleme sırasında elde edilen bilgi ve belgelerin gerekli görülen kısmına aşağıda yer verilmiştir.²¹
- (85) **Bulgu-1:** 18.01.2023 tarihinde SAHİBİNDEN personeli (.....) tarafından SAHİBİNDEN personeli (.....) ve (.....)'e gönderilen "(.....)" konu başlıklı e-postada yer alan sunumda özetle;
- 6 gün boyunca gerçekleşen talep toplama performansı ölçülerek ön talep toplama fazında (.....) sisteme kaydolmayı kabul ettiği, (.....) ise sisteme kaydının onaylandığı,
 - S-ATS'nin SAHİBİNDEN güvencesiyle sunduğu faydalarının galeriler üzerinde pozitif etki yarattığı,
 - Sahibinden.com marka güvencesi ve bilinir arayüzle erişimin galerileri iknayı kolaylaştırdığı,
 - (.....),
 - Tedarik görüşmeleri araç kiralama filoları ile sözleşme aşamasında devam ederken galerileri dâhil etmek için çalışmaların sürdüğü

ifade edilmiştir.

- (86) **Bulgu-2:** SAHİBİNDEN (.....) bilgisayarında bulunan; SAHİBİNDEN personeli (.....) tarafından teşebbüs yetkililerine gönderilen 25.02.2023 tarihli ve "(.....)" konu başlıklı e-postada aşağıdaki ifade ve tablo bulunmaktadır:

"Herkes selamlar,

S-ATS'nin 2 Mart'ta yapılacak ilk ihalesi için iletişim planımıza dün akşam Bana Özel pop up ve bana özel mobil+web banner iletişimleriyle başladık. İletişim kreatiflerini ekte görebilirsiniz.

✓ ..

- ✓ Bu ihale özelinde bir de kampanyamız bulunuyor: İlk ihaleden araç alan mağazalara bir adet Üst Sıradayım dopingi hediye.

İletişim planımıza önümüzdeki hafta aşağıdaki maddelerle devam edeceğiz:

İlgili birimlerin dikkatine sunarım."

- (87) Ayrıca ilgili e-postada yer alan S-ATS için hazırlanan tanıtım amaçlı görsellere aşağıda yer verilmektedir:



²¹ Belgeler orijinal içeriği korunarak varsa yazım hataları ile birlikte sunulmuştur.

S-Araç Tedarik Sistemi'nde İhaleler Başlıyor!
İlk ihale 2 Mart saat 11.00'de!

Detaylı bilgi



İlk ihaleden araç alanlar Üst Sıradayım kazanıyor!

S Araç Tedarik Sistemi

S-Araç Tedarik Sistemi'nde
İhaleler Başlıyor!
İlk ihale 2 Mart saat 11.00'de!

İlk ihaleden araç alanlar
Üst Sıradayım kazanıyor!

- (88) **Bulgu-3:** SAHİBİNDEN (.....)'in bilgisayarında bulunan SAHİBİNDEN personeli (.....) ile (.....) arasındaki 11.05.2023 tarihli ve "(.....)" konulu e-posta silsilesinde yer alan ifadeler aşağıda yer verilmektedir:

"Merhaba,
İhalelere katılmamış (.....) adet mağaza için aramalara başladık, görüşme sonuçlarımızı neden katılmadığı ve bundan sonraki ihalelere katılıp katılmayacağını anlamak üzerine oluşturduk.

- (.....).
- Görüşme yaptığımız mağazaların (.....).
 - (.....) firmalarının (.....) Zaman bulamadığı için (.....) ise Araç fiyatlarının yüksek olmasında dolayı katılmadığını iletti.
- Görüşme yaptığımız mağazaların (.....) sonraki ihalelere katılmayacağını belirtmiştir.
 - (.....) firmaların (.....) İhale süreci ile araç almak istemediğini belirtmiştir."

- (89) **Bulgu-4:** 09.08.2023 tarihinde SAHİBİNDEN personeli (.....) ile (.....) arasında geçen, bilgi kısmında SAHİBİNDEN personeli (.....) ve (.....)'in bulunduğu "(.....)" konu başlıklı e-posta silsilesinde yer alan yazışma aşağıda yer almaktadır:

(.....):

"Selamlar

Ağustos ayı için hafta başında mutabık kaldığımız yakıt çeki kampanyası: 2 - 4 araç alımında araç başına 1.000 TL; 5 ve üzeri araç alımında araç başına 2.000 TL değerinde yakıt çeki.

(.....) satışa ulaşacağımız varsayımı ile, kabaca bir fizibilite yaptık. Incremental araç satışından (.....) hizmet bedeli geliri, karşılığında ise (.....) bir yakıt çeki maliyeti olmasını bekliyoruz.

Görsel çalışmalar bugüne yetişmedi, bir aksilik olmaz ise yarın itibariyle Bana Özel'de iletişime başlayacağız. Satış ekiplerimizin de ihaleye davet aramalarında bu bilgiyi paylaşmalarını bekliyoruz. Bilginize."

...

(.....):

"Ağustosta (.....) veya başka rebat'ilerin öngörülen payı ne? Altan açma/tamamlama ihtiyacımız ne bunlara baktık mı? Eksiyemeyelim?!"

- (90) **Bulgu-5:** 05.10.2023 tarihinde SAHİBİNDEN personeli (.....) tarafından SAHİBİNDEN personeli (.....)'ye gönderilen "(.....)" konulu e-posta silsilesinde aşağıdaki ifadeler yer verilmektedir:

“(.....) selamlar,

S-ATS’de Eylül ayında yaptığımız kampanyanın hak edişleri için (.....) adet airpods siparişi vermiştik. Ürünler geçen hafta şirkete teslim edilmiş ancak personele verilecek ürün sanıp depoya almışlar...Bugün ofiste olduğum için ürünleri teslim almak isterim, bu konuda beni yönlendirebilir misin?”
Bu e-posta iletisine 10.10.2023 tarihinde SAHİBİNDEN personeli (.....) tarafından cevaben gönderilen e-postada ise şu ifadeler yer verilmektedir:

“Merhaba,
Ürünler teslim edilmiştir (.....) adet).
İyi çalışmalar”

- (91) Yukarıdaki e-posta silsilesinin devamında 26.10.2023 tarihinde SAHİBİNDEN personeli (.....) tarafından gönderilen e-postada geçen ifadeler aşağıda yer verilmektedir:

“Merhaba (.....),
Teslim edeceğimiz ürün listesi aşağıdaki gibidir;
(.....) adet Airpods , (.....) Adet Apple Watch”

- (92) Akabinde 26.10.2023 tarihinde (.....) tarafından gönderilen e-postada ise şu ifadeler yer almaktadır:

“Bu listede (.....) Airpods, (.....) Apple Watch hak edişi var. Airpods’lardan birini zaten ilk C aracımızı alan mağazamıza hediye edecektik. Bu durumda aşağıdaki Airpods’u depoya geri ileticeğiz. Apple Watch hak edişi iptal olan 3 mağaza var, onları da teslim ediyoruz. Bu ürünleri daha sonra farklı kampanyalarımızda değerlendiririz.”

- (93) **Bulgu-6:** SAHİBİNDEN (.....)’in bilgisayarında bulunan; SAHİBİNDEN personeli (.....) tarafından teşebbüs yetkilileri (.....) ve (.....) gönderilen 24.10.2023 tarihli ve “(.....)” konu başlıklı e-postada şu ifadeler yer almaktadır:

“Merhaba,
Toplantı sonrası bazı hususlarda netleşme sağlamak üzere bu mesajı sizlere iletmek isterim. Mevcut durumda **B2B senaryoda bizden ilan paketi almadan da galeriler ihaleye katılmak için ayrı bir ihale hesabı açabiliyor; zaten en baştan olası rekabet hukuku hassasiyetlerini gözeterek buna karar verdik. Bu şekilde katılımcı tabanını kapsayıcı bir hale getirdik; buna göre “Sahibinden ilan paketi satın almak” ihaleye katılımın asla bir ön koşulu değil. ...**
C2B senaryosunda ise:

- C2B’de de aynı mantığı devam ettirmek gerekirse, **mevcut durumda Sahibinden hesabına sahip olmayan, ilan yayınlamamış olan, yine de aracını bizim ihalemizde satışa çıkarmak isteyen bireysel satıcılar olabilir; bunlar da hesap açarak ihalede araçlarını satabilir. (.....).**

- (.....)

- (.....)

- ...

- (.....)

- B2B kurgusunda da yukarıdaki prensipleri kampanyalarda gözetmemiz gerekiyor, yeni bir iş kolu olduğu için işi canlandırmak, trafik yaratmak için elbette teşvik niteliğinde kampanyalar yapılabilir ancak ilan paketi almayı belirgin şekilde özendirerek, vazgeçilmez kılacak şekilde kampanya yapmamalıyız. Burada da her kampanyayı mutlaka öncesinde rekabet hukuku anlamında inceleyerek ilerleyeceğiz.

- Öte yandan, hiçbir durumda “münhasırlık” içeren bir uygulama da yapmıyoruz ve yapmamaya da devam edeceğiz, yani “sadece bende ilan yayınlama” veya “sadece bende ihaleye gir” gibi uygulamalarımız kat’i surette yok ve olmayacak, bu açıdan da içimiz rahat.

Şimdilik iletmek istediklerim bunlar, sorularınız ve yorumlarınız varsa mutlaka konuşalım. Selamlar.”

I.4. Değerlendirme

I.4.1. Rekabet Hukukunda Aktarma/Kaldıraç Uygulamasına Yönelik Teorik Çerçeve

- (94) Şikâyet dilekçesinde temel olarak SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme pazarındaki hâkim durumuna katkı sağlayan (i) yüksek kullanıcı sayısı, (ii) yüksek çevrim içi trafik, (iii) yüksek ilan sayısı ve (iv) geniş galeri ağı ve buna bağlı elde ettiği üye ilişkileri ve veri gücünden faydalanarak çevrim içi ikinci el araç alım-satım pazarındaki konumunu güçlendirmesi ve rakiplerini dışlaması endişesine dikkat çekilmektedir. Dolayısıyla, SAHİBİNDEN'in hâkim durumda olduğu pazar gücünü ilişkili bir pazara aktararak veya kaldıraç olarak kullanarak komşu ve/veya ilişkili bir pazarda rekabeti kısıtladığı iddia edilmektedir.
- (95) Birden çok ilişkili pazarda faaliyet gösteren ve hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün, pazar gücünü ilişkili pazarlara genişletme hedefi ile rekabet karşıtı faaliyetlerde bulunması, rekabet hukuku anlamında kaldıraç etkisini ifade etmektedir. Bu gibi faaliyetlerin altında hâkim durumdaki teşebbüsün ilişkili pazarlarda daha fazla kâr elde etme veya ileride asıl pazardaki konumunu tehdit edebilecek rakiplerin ortaya çıkmasını engelleme güdüsü bulunabilmektedir.
- (96) Kaldıraç etkisi; belirli bir zarar teorisinden çok bağlama, kendini kayırma ve fiyat sıkıştırması gibi birden fazla fiili bünyesinde barındıran bir zarar teorisi kategorisidir²². Ön yükleme, sözleşme yapmanın reddi, üçüncü tarafların mal ve hizmetleri ile uyumluluğu azaltma ve çapraz sübvansiyon gibi fiiller de örneklere dâhil edilebilecektir. Bu bakımdan söz konusu etki, salt dikey bütünleşme ve komşu pazarlara giriş faaliyetlerinden de ayrılmaktadır. Bir ihlal doğabilmesi için bu genişleme stratejilerinden farklı olarak teşebbüsün komşu mal ve hizmetlerin sağlandığı pazara giriş ile yetinmemesi, asıl pazardaki gücünü rekabeti kısıtlamaya elverişli olacak bir şekilde yeni girdiği pazarlara aktarması beklenecektir.
- (97) 1950 öncesinde ABD'de kaldıraç etkisine yönelik katı bir yaklaşım benimsense de²³ bu tutum Chicago ekolü tarafından tekrar tartışmaya açılmış ve tekil monopol kârı teorisiyle hâlihazırda monopol kârı elde eden bir teşebbüsün kaldıraç etkisi ile ilişkili bir pazarda daha fazla kâr elde edemeyeceği iddia edilmiştir. Teoriye göre; tekel niteliği taşıyan bir A ürünü ile tam rekabet halindeki bir B ürünü birbirine bağlanır ise B ürününün fiyatındaki herhangi bir artış bu iki ürünün oluşturduğu "paketin" fiyatında bir artış anlamına gelecektir. İki ürünün eşit miktarda kullanıldığı varsayımında, zaten monopol kârı elde edilen A ürününün fiyatının artması talebi olumsuz etkileyecek ve teşebbüs optimal monopol kârı noktasından uzaklaşacaktır²⁴. Dolayısıyla hâkim durumdaki teşebbüsün ilişkili pazarda fiyatları artırmak gibi bir güdüsü olmayacaktır.
- (98) Chicago Okulu'na göre böyle bir güdünün yokluğunda kaldıraç etkisi, dönemin hâkim görüşünün aksine, genel olarak etkinlik yaratacak, mal ve hizmetlerin kalitesini artırırken fiyatları düşürecektir. Rekabet hukukunun, rakipleri değil tüketicileri korumayı amaçladığının altını çizen akıma göre bahse konu fiiller, rakiplerin piyasadan dışlanmasına sebebiyet verebilecek ve hatta yeni bir monopol oluşturabilecek olsa

²² TODD P., (2019) "Digital Platforms and the Leverage Problem", <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3255&context=nlr>, Erişim Tarihi: 23.11.2023.

²³ *Carbice Corp. v. American Patents Development Corp.*, 283 U.S. 27 (1931), *Standard Oil Co. v. United States*, 337 U.S. 293, 305 (1949).

²⁴ BOWMAN W. S., *Tying Arrangements and the Leverage Problem*, 67 YALE L.J. 19 (1957).

dahi yaratacakları iktisadi etkinlikler göz önünde bulundurulduğunda kural olarak hukuka uygun kabul edilmelidir²⁵.

- (99) Chicago Okulu'nun savları kısmen etkili olmuş, o tarihe kadar oldukça katı bir şekilde incelenen kaldıraç etkisi, amaç bakımından ihlal niteliğini kaybederek etki temelli incelemelere tabi tutulmaya başlanmıştır. Bununla beraber, takip eden dönemlerde çeşitli araştırmalar ile Tekil Monopol Kârı teorisi de dâhil Chicago Okulu'nun birçok yaklaşımının mutlak olarak doğru olmadığı ortaya konulmuştur²⁶. İlgili teori; ilişkili pazarın tam rekabetçi olması, ürünlerin birbirleriyle önemli derecede alakalı olması ve iki ürünün eşit miktarda kullanılması gibi birtakım varsayımlara dayanmaktadır ve bu varsayımların "gevşetilmesi" halinde, bazı koşullar altında, hâkim durumdaki teşebbüsün pazar gücünü ilişkili pazarlara aktarma güdüsünün oluşabileceğini belirtmektedir²⁷. Örnek olarak; ilişkili pazar ölçek ekonomilerine tabi ise ve ana ürün (hâkim durumun bulunduğu pazardaki) ilişkili ürünün tüm kullanımlarında zorunlu değil ise teşebbüsün rekabeti kısıtlama güdüsü bulunabilecektir²⁸. Benzer şekilde hâkim durumdaki teşebbüs, piyasa gücünü koruyabilmek için ilişkili pazarlardaki rekabeti kısıtlama güdüsüne sahip olabilecektir²⁹.
- (100) Hâkim durumdaki teşebbüsün piyasa gücünü koruma güdüsü dijital piyasalar bakımından özellikle önem taşımaktadır çünkü yeni ve dinamik olan bu pazarlara girişler genellikle komşu pazarlar üzerinden gerçekleşmektedir³⁰. Dijital platformların faaliyetlerini genellikle ana faaliyetlerinin ötesine geçecek şekilde geliştirdiği bu yaklaşım, operasyonlarını birden çok pazara yayarak konglomera şeklinde faaliyet göstermelerini ve kullanıcılara bir ürün ekosistemi sunmalarını sağlamaktadır. Gerek arz taraflı sinerjiler gerekse de talep taraflı sinerjiler bu konglomera yapının ve ekosistemlerin oluşmasında etkili olmaktadır. Arz taraflı sinerjilere örnek olarak dijital platformların modüler şekilde tasarlanan teknik altyapılarının farklı pazarlar için de kullanılabilmesinin kapsam ekonomileri yaratması ve elde ettikleri veri sayesinde farklı pazarlardaki kullanıcı alışkanlıklarını, ihtiyaçlarını ve iş fırsatlarını gözlemleyebilmesi gösterilmektedir.³¹ Talep taraflı sinerjiler bakımından ise kullanıcıların işlem maliyetlerini düşürmesi nedeniyle tüm ihtiyaçlarını tek bir yerden karşılamayı tercih etmesi veya dijital platformların ürünleri arasında bağlantılar oluşturarak tamamlayıcılıklarını artırması örnek olarak verilebilir.³² Kullanıcıların tüm dijital ihtiyaçlarını tek bir yerden karşılama ve böylelikle tek bir dijital sağlayıcı olma stratejisi³³ tüketim sinerjilerinin oluşmasına neden olabilecek ve kullanıcıları farklı

²⁵TODD P., (2019) "Digital Platforms and the Leverage Problem", <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3255&context=nlr>, Erişim Tarihi: 23.11.2023.

²⁶ ELHAUGE E., Tying, Bundled Discounts, and the Death of the Single Monopoly Profit Theory, 123 HARV. L. REV. 397 (2009).

²⁷ CROCIANI P., Leveraging of Market Power In Emerging Markets: A Review of Cases, Literature, and A Suggested Framework, Journal of Competition Law & Economics, 4(2), (2007) s. 458.

²⁸ WHINSTON M. D., Tying, Foreclosure, and Exclusion, 80 AM. ECON. REV. 837 (1990).

²⁹ CARLTON D W ve WALDMAN M, The Strategic Use of Tying to Preserve and Create Market Power in Evolving Industries, 33 RAND J. ECON. 194 (2002), Stigler Committee on Digital Platforms: Final Report s. 71 (2019).

³⁰ CROCIANI P., A.g.m, s. 480.

³¹ BOURREAU M., 'Some Economics of Digital Ecosystems' (2020), s. 2, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2020\)89/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2020)89/en/pdf), Erişim Tarihi: 23.11.2023, Jenny, F. 'Competition Law and Digital Ecosystems: Learning To Walk Before We Run' (2021), Industrial and Corporate Change, 30:1, s.1148

³² A.g.k.

³³ HOFFMAN J., ve JOHANNSEN G., 'EU Merger Control & Big Data On Data-Specific Theories of Harm and Remedies' [2019], Max Planck Institute for Innovation and Competition Research Paper No. 19-05, s.18, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3364792, Erişim tarihi: 23.11.2023

sağlayıcılar kullanmak yerine tek bir sağlayıcıya yöneltebilecektir.³⁴ Esasında dijital platformların benimsediği bu ekosistem ve konglomera yapı yaklaşımı kaldıraç etkisinin doğmasına ve stratejisine de zemin hazırlamaktadır. Asıl pazardaki gücünü korumak isteyen hâkim durumdaki bir teşebbüs, pazar gücünü ilişkili pazarlara aktararak ileride onu tehdit edebilecek potansiyel rakiplerin oluşmasını engelleyebilecektir. Dijital pazarların ağ etkileri ve ilk giren avantajları sebebiyle kolaylıkla evrilebildiği de göz önünde bulundurulduğunda kaldıraç etkisinin bu pazarlarda daha ağır sonuçlar doğurması muhtemeldir.

- (101) Bununla birlikte, günümüz doktrininde de kaldıraç etkisi amaç bakımından ihlal olmaktan uzaklaşmış ve bu etkinin piyasada oluşturduğu sonuca göre tüketicilerin daha düşük fiyatlardan yararlandığı ve daha yüksek kaliteli mallara ulaşabildiği “rekabetçi kaldıraç etkisi” ve bağlama gibi fiiller sebebiyle tüketicilerin tercih yetisinden mahrum kaldığı “rekabet karşıtı kaldıraç etkisi”³⁵ ayrımı oluşmuştur.
- (102) Hem doktrinde hem de uygulamada kaldıraç etkisinin etki analizine tabi tutulması gerektiği görüşü artık hâkim olsa da bu analiz kapsamında incelenecek hususlar tartışma konusu olmaya devam etmektedir. Özellikle dengeleyici bir unsur olarak iktisadi etkinlikler üzerinde yoğunlaşan tartışmalar; tüketici yararı bulunması halinde eşit derecede etkin olmayan teşebbüslerin piyasa dışına itilmesinin makul görülüp görülemeyeceği³⁶, mevcut tüketici yararı ile uzun vadedeki tüketici yararının karşılaştırılıp karşılaştırılmayacağı gibi konular üzerinde yoğunlaşmaktadır.
- (103) Bir taraftan teşebbüslerin komşu pazarlara giriş yapması halinde, ilişkili pazardaki rekabetin artması, belirli koşullar altında çifte tekeli fiyatlamasının ortadan kalkması ve ölçek ekonomileri ile maliyetlerin düşmesi beklenebilecekken diğer taraftan bu kısa vade edinimlerinin tüketiciye ne kadar yansıtacağı ve uzun vadede pazardaki evrilme sonucu oluşabilecek rekabet karşıtı etkileri dengeleme gücünün olup olmayacağı hususları şüphelidir.
- (104) ABD Federal Ticaret Komisyonu (*Federal Trade Commission – FTC*) ve Avrupa Komisyonunun (Komisyon) Google’ın dikey entegrasyon faaliyetlerine olan yaklaşımları, bu tartışmalara somut bir örnek olarak verilebilecektir. FTC, Google’ın yerel arama ve alışveriş karşılaştırma hizmetlerini genel arama hizmetine entegre ederek öne çıkardığını tespit etmiş ancak söz konusu entegrasyonun tüketicilere daha hızlı ve tatmin edici cevaplar verilmesini sağlayarak refah artışı oluşturduğunu değerlendirmiştir³⁷. FTC’nin görüşü, ABD Yüksek Mahkemesinin *Aspen*³⁸ kararı ile de örtüşmektedir. *Aspen* kararında Mahkeme, “eğer bir firma verimlilik dışında bir güdü ile rakiplerini dışlıyorsa, davranışı yıkıcı olarak nitelendirmek adil olur” yorumunda bulunarak teşebbüslerin gerçekten iktisadi etkinlik oluşturma güdüsü ile hareket ettiği müddetçe ilgili davranışlarının hukuka uygun bulunabileceğini belirtmiştir.
- (105) Buna karşın Komisyon ve Kurul, aynı konulu incelemelerinde Google’ın faaliyetlerini farklı açıdan değerlendirmiştir. Komisyon, *Google Shopping*³⁹ kararında, Google’ın alışveriş karşılaştırma hizmetleri için önemli bir trafik kaynağı olduğunu ve kullanıcıların

³⁴ BOURREAU M., ‘Some Economics of Digital Ecosystems-Note By Marc Bourreau’ (2020), s. 4, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2020\)89/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2020)89/en/pdf), Erişim Tarihi: 23.11.2023

³⁵ O’DONOGHUE R. ve PADİLLA J., The Law And Economics Of Article 102 TFEU 153 (2d ed.,2013).

³⁶ TODD P., (2019) “Digital Platforms and the Leverage Problem”, <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3255&context=nlr>, Erişim Tarihi: 01.11.2023, s. 519.

³⁷ *Statement of the Federal Trade Commission Regarding Google’s Search Practices In the Matter of Google Inc.* FTC File Number 111-0163.

³⁸ *Aspen Skiing Co. v. Aspen Highlands Skiing Corp.*, 472 U.S. 585, 605 (1985).

³⁹ *Google Shopping Case AT.39740.*

genellikle en görünür sonuçlara tıkladığını tespit etmiş, Google'ın kendi hizmetlerini daha belirgin sunarak alt pazardaki rakiplerinin trafik ve gelir kaybı yaşamasına sebep olduğunu ifade etmiştir. Komisyon, söz konusu faaliyetlerin rakiplerin faaliyetlerini sürdürmesini ve inovasyon yapmasını zorlaştıran etkilerini de ortaya koyarak pazardaki rekabetin önemli ölçüde kısıtlandığı sonucuna ulaşmıştır. Kurulun *Google Shopping*⁴⁰ kararında da Komisyonun incelemesine benzer bir inceleme yürütülmüş olup nihayetinde Google'ın alışveriş karşılaştırma hizmeti sunan rakiplerini rekabette dezavantajlı konuma düşürerek rakip teşebbüslerin faaliyetlerini zorlaştırmak ve alışveriş karşılaştırma hizmetleri pazarındaki rekabetin bozulmasına yol açmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine karar verilmiştir. Aynı faaliyet hakkında ulaşılan farklı sonuçlardan da görülebileceği üzere kaldırma etkisi; pazar koşullarına, rekabet otoritelerinin bakış açılarına ve etki analizi kıstaslarına verilen ağırlıklara göre farklı değerlendirilebilmektedir.

- (106) Sonuç olarak; hâkim durumdaki teşebbüslerin pazar güçlerini ilişkili pazarlara aktarma kabiliyeti olsa da güdüsü olmayabilecek, güdüsü olsa ve bu güdüsünü gerçekleştirmeye yönelik faaliyetlerde bulunsa da rekabet karşıtı etkiler ortaya çıkmayabilecektir. Bununla beraber, özellikle yeni ve dolayısıyla doymamış pazarlarda kaldırma etkisinin orantısız sonuçlar doğurması ve pazarın evrilmesini sağlaması da söz konusu olabilecektir. Dolayısıyla herhangi bir inceleme yapılırken olay bazında, pazarın kendine has özellikleri dikkate alınarak ve kısa dönem ile uzun dönemdeki etkiler göz önünde bulundurulularak değerlendirme yapılması önem taşımaktadır.

I.4.2. Vasıta Kategorisindeki Çevrim İçi İlan Listeleme Pazarına Yönelik Hâkim Durum Analizi

- (107) Hâkim durum 4054 sayılı Kanun'un 3. maddesinde "*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. Bu tanıma göre hâkim durumdaki bir teşebbüsün, piyasadan bağımsız hareket ederek etkin rekabeti önleyici gücünün veya yeteneğinin olduğu ve söz konusu teşebbüsün, pazarda yer alan diğer aktörlerin rekabetçi baskılarından bağımsız bir şekilde hareket edebildiği varsayılmaktadır.
- (108) Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz'da (Kılavuz) da değinildiği üzere, hâkim durum değerlendirmesinde temel olarak teşebbüsün ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu, pazara giriş imkânları, pazardaki büyüme engelleri ile alıcıların pazarlık gücü unsurları dikkate alınmaktadır. Dolayısıyla hâkim durumdaki teşebbüsün ve rakiplerinin pazar payı, pazar paylarının yıllar içerisindeki seyri, rakiplerin sayısı, yasal düzenlemeler, fikri ve sınai mülkiyet hakları, üstün teknoloji ve etkinlik, dikey bütünleşme, reklam, marka bilinirliği, teşebbüsün müşterilerinin büyüklüğü, alternatif temin kaynakları vb. unsurlar değerlendirmeye esas teşkil eden önemli göstergeler olmaktadır.
- (109) 08.07.2021 tarihli ve 21-34/475-237 sayılı Kurul kararında SAHİBİNDEN ve rakiplerinin 2015-2017 dönemine ilişkin olarak "*kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti*" pazarlarındaki konumu incelenmiş olup SAHİBİNDEN'in bahsedilen dönemler bakımından ilgili pazarlarda, yüksek ve rakipleriyle orantısız bir pazar payına sahip olduğu, bu pazar payını zaman içinde koruması ve önemli ağ etkileri nedeniyle piyasaya giriş engellerinin bulunduğu,

⁴⁰ Kurulun 13.02.2020 tarihli ve 20-10/119-69 sayılı kararı.

dolayısıyla ilgili pazarlarda hâkim durumda olduğu tespiti yapılmıştır. Benzer şekilde, 05.08.2021 tarihli ve 21-37/540-263 sayılı Kurul kararında 2018-2020 dönemi incelenerek SAHİBİNDEN'in "kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ve "bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda bulunduğu tespit edilmiştir. 13.07.2023 tarihli ve 23-31/604-204 sayılı Kurul kararında ise hâkim durum değerlendirmesinde 2020-2022 dönemi dikkate alınmış olup SAHİBİNDEN'in yine sözü edilen iki pazarda hâkim durumda olduğu değerlendirilmiştir. Bu dosya kapsamındaki hâkim durum analizi de bir önceki Kurul kararında esas alınan döneme 2023 verilerinin eklenmesi suretiyle gerçekleştirilmiştir.⁴¹

- (110) Rekabet hukuku analizlerinde belirli bir piyasada pazar gücünün tespitinde kullanılan en önemli gösterge, incelenen teşebbüsün ve rakiplerinin pazar payıdır. Kılavuz'da ve Kurulun yerleşik uygulamasında %40'ın altında pazar payına sahip olan teşebbüslerin hâkim durumda olması ihtimalinin düşük olduğu kabul edilmekte, bu düzeyin üzerindeki pazar payına sahip olan teşebbüsler bakımından ise daha detaylı bir incelemeye gidilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, incelenen pazarın özellikleri de göz önüne alınarak %40'ın altında pazar payına sahip olan bir teşebbüsün de hâkim durumda olabileceği Kurul tarafından kabul edilmektedir.
- (111) SAHİBİNDEN, ikinci el vasıta satışı gerçekleştirmek isteyen bireysel ve kurumsal üyelere platform hizmeti sunmakta olup bir yandan potansiyel satıcıların ilanlarını potansiyel alıcılara ulaştırmasını, bir yandan da potansiyel alıcıların çok sayıdaki satıcının ilanına internet ortamında erişmesini sağlamaktadır. Bu çerçevede, devam eden bölümde ilan sayıları, üye sayıları ve üyelik geliri esas alınarak hesaplanan pazar payı bilgilerine yer verilmektedir.
- (112) Vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında SAHİBİNDEN'in ve ikinci el vasıta satışında SAHİBİNDEN'in rakibi olduğu tespit edilen ARABAMCOM'un 2020-2023 dönemindeki pazar payları aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo 6: 2020-2023 Dönemi İtibarıyla Kurumsal Hizmetlerde SAHİBİNDEN ve ARABAMCOM'un Pazar Payları (%)

| Pazar Payı Hesabında Dikkate Alınan Kriterler | Teşebbüsler | 2020 | 2021 | 2022 | 2023/10 |
|---|-------------|---------|---------|---------|---------|
| Kurumsal İlan Sayısı | SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Kurumsal Üye Sayısı | SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Kurumsal Üyelerden Elde Edilen Gelirler | SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen verilerle yapılan hesaplamalar

- (113) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, kurumsal ilan sayısı, kurumsal üye sayısı, sayfa görüntülenme sayısı ve kurumsal üyelere elde edilen gelirler bakımından SAHİBİNDEN'in 2020-2023 döneminde, her bir yıl bakımından pazar payının %40 eşliğinin çok üzerinde seyrettiği ve yıllar itibarıyla en yüksek pazar payına sahip olan teşebbüs konumunda olduğu görülmektedir. Tabloda yer alan kurumsal ilan sayılarından SAHİBİNDEN'in 2020-2023 döneminde ortalama pazar payının (.....) ile ARABAMCOM'un pazar payının yaklaşık (.....) katı olduğu anlaşılmaktadır. Kurumsal üye sayısı açısından, SAHİBİNDEN'in 2020-2023 döneminde ortalama pazar payı

⁴¹ 2023 yılına ilişkin verilerde 01.01.2023 - 01.11.2023 dönemi esas alınmıştır.

(.....) ile ARABAMCOM'un pazar payının yaklaşık (.....) katıdır. Teşebbüslerin kurumsal üyelerden elde ettiği gelirler göz önünde bulundurulduğunda ise SAHİBİNDEN'in 2020-2023 döneminde (.....) ortalama pazar payıyla ARABAMCOM'dan yaklaşık (.....) kat büyüklüğe sahiptir.

- (114) Söz konusu veriler dikkate alındığında, ARABAMCOM'un SAHİBİNDEN'e kayda değer bir rekabetçi baskı oluşturabildiğinden bahsetmek mümkün değildir. Ayrıca, SAHİBİNDEN pazardaki lider konumunu yıllar itibarıyla istikrarlı bir şekilde devam ettirdiğinden, kurumsal üyelerin vasıta satış hizmetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında güçlü bir konumda olduğu anlaşılmıştır.
- (115) Bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında SAHİBİNDEN'in ve rakibi ARABAMCOM'un 2020-2023 dönemindeki pazar payları aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo 7: 2020-2023 Dönemi İtibarıyla Bireysel Hizmetlerde SAHİBİNDEN ve ARABAMCOM'un Pazar Payları (%)

| Pazar Payı Hesabında Dikkate Alınan Kriterler | Teşebbüsler | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|-------------|---------|---------|---------|---------|
| Bireysel İlan Sayısı | SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Bireysel Üye Sayısı | SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ARABAM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Bireysel Üyelerden Elde Edilen Gelirler | SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ARABAM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen verilerle yapılan hesaplamalar

- (116) Yukarıdaki tablodan, 2020-2023 döneminde bireysel ilan sayısı, bireysel üye sayısı ve bireysel üye gelirleri bakımından SAHİBİNDEN'in en yüksek pazar payına sahip teşebbüs konumunda olduğu görülmektedir. Tabloda yer verilen bireysel ilan sayılarına göre SAHİBİNDEN'in 2020-2023 dönemindeki ortalama pazar payı (.....) ile ARABAMCOM'un yaklaşık (.....) katıdır. Bireysel üye sayısı açısından, SAHİBİNDEN'in 2020-2023 dönemindeki ortalama pazar payı (.....) ile ARABAMCOM'dan yaklaşık (.....) kat olduğu anlaşılmaktadır. Teşebbüslerin bireysel üyelerden elde ettiği gelirlere bakıldığında ise SAHİBİNDEN'in ortalama pazar payının yine (.....) üzerinde olduğu ve 2023 yılında (.....) pazar payıyla ARABAMCOM'un önünde olduğu görülmektedir.
- (117) Söz konusu veriler dikkate alındığında, ARABAMCOM'un SAHİBİNDEN'e kayda değer bir rekabetçi baskı oluşturabildiğinden bahsetmek mümkün değildir. Ayrıca SAHİBİNDEN'in ilgili ürün pazarındaki lider konumunu yıllar itibarıyla istikrarlı bir şekilde devam ettirdiği anlaşılmıştır. Dolayısıyla, yukarıda bahsedilen göstergeler ışığında SAHİBİNDEN bireysel üyelerin vasıta satış/kiralama faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti pazarında güçlü bir konumdadır.
- (118) Ayrıca geçmiş Kurul kararlarında hâkim durum değerlendirmesinde pazar payı analizinin yanı sıra çevrim içi ilan listeleme hizmetinin çok taraflı platform olma özelliğine bağlı olarak ağ dışsallıklarına tabi olması, ölçek ekonomileri, SAHİBİNDEN'in sahip olduğu yüksek marka bilinirliği, finansal ve ekonomik gücünün pazara giriş ve pazarda büyüme engeli yarattığı ve pazardaki alıcıların SAHİBİNDEN'e karşı dengeleyici bir unsur olma gücünün bulunmadığı değerlendirilmiştir. Anılan Kurul kararlarının güncel olması ve dosya kapsamında da ilgili pazarlarda SAHİBİNDEN'in hâkim durumunu değiştirecek nitelikte bir gelişme yaşanmaması göz önünde bulundurularak SAHİBİNDEN'in "kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" ile "bireysel üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmeti" pazarlarında hâkim durumda olduğuna karar verilmiştir.

I.4.3. SAHİBİNDEN'in Çevrim İçi İkinci El Araç Alım-Satım Pazarındaki Konumu

- (119) Dosya kapsamında ele alınan iddiaların temelini, SAHİBİNDEN'in hâkim durumda bulunduğu kurumsal/bireysel üyelerin araç satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarındaki (çevrim içi ilan listeleme hizmetleri pazarı) gücünü çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarına aktarması olması nedeniyle SAHİBİNDEN'in anılan ilişkili pazar bakımından konumunun ortaya konulması önem arz etmektedir.
- (120) SAHİBİNDEN çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarındaki faaliyetlerine Mart 2023 tarihinde S-ATS hizmeti ile başlamıştır. SAHİBİNDEN'in çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarındaki faaliyetleri inceleme anında yaklaşık 9 aylık geçmişe sahiptir. Öte yandan bahse konu pazarda BORUSAN, OTOKOÇ, AUTOROLA gibi uzun süredir⁴² faaliyet gösteren teşebbüsler bulunmaktadır.

Tablo 8: 2019-2023 Dönemi İtibarıyla İkinci El Araç Alım Satım Hizmetleri Pazarında SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin Gelir Üzerinden Hesaplanan Pazar Payları (%)

| Teşebbüs | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023/10 |
|------------|-----------------------|---------|---------|---------|-----------------------|
| SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| AUTOROLA | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| BORUSAN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) ⁴³ |
| KAVAK | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTOKOÇ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| İKİNCİYENİ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTOSHOPS | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| VAVACARS | (.....) ⁴⁴ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| MÜZAYEDE | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTONET | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| LETGO | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TOPLAM | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen verilerle yapılan hesaplamalar

- (121) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarında rekabetçi bir yapının mevcut olduğu ve teşebbüslerin gelir bakımından pazar paylarının incelenen dönemde değişkenlik gösterdiği görülmektedir. İlgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin neredeyse tamamı son beş yıl içerisinde pazara girmiştir. SAHİBİNDEN'in pazara girdiği dönemde (.....) pazar payıyla lider konumunda olan VAVACARS, çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarındaki faaliyetlerine Nisan 2019 tarihinde başlamıştır. 2023 yılında VAVACARS'ı (.....), (.....) ve (.....) pazar paylarıyla sırasıyla BORUSAN, LETGO ve KAVAK takip etmektedir. İlgili parametre bakımından 2023 yılında pazarın geriye kalan (.....)'luk kısmı sekiz farklı teşebbüs tarafından temsil

⁴² BORUSAN 2005, AUTOROLA 2013, OTOKOÇ 2018 yıllarından itibaren ilgili pazardaki faaliyetlerini sürdürmektedir.

⁴³ BORUSAN 2023 yılından itibaren ihale yoluyla satışını gerçekleştirdiği araçların mülkiyetini ihalede belirlenen fiyat üzerinden devralma ve aracı ihaleyi kazanan alıcıya devretme iş modeline geçmiştir. BORUSAN aracın satış değeri üzerinde belirleyici etkiye sahip değildir ve bu tür devirlerden yalnızca komisyon geliri elde etmeye devam etmektedir. BORUSAN'ın 2023 yılı gelir bakımından pazar payındaki çarpıcı değişim anılan iş modeli değişikliğinden kaynaklanmaktadır.

⁴⁴ VAVACARS pazardaki faaliyetlerine 2019 yılından itibaren tüketiciden tedarik edilen araçların ihale yoluyla galerilere satışı yöntemiyle başlamıştır. 2020 yılından itibaren ise tüketiciden tedarik edilen araçların tüketicilere satışı iş modeline geçmiştir. VAVACARS'ın gelirlerindeki artış büyük ölçüde söz konusu iş modeli değişikliğinden kaynaklanmaktadır. 2023 yılı itibarıyla VAVACARS filolardan tedarik edilen araçların galerilere ve tüketicilere satışı iş modelini de uygulamaya koymuştur.

edilmektedir. SAHİBİNDEN ise pazara giriş yaptığı Mart 2023 tarihinden itibaren yalnızca (.....)'lük bir pazar payına ulaşabilmiştir.

- (122) Teşebbüslerin ilgili pazardaki pazar paylarının hesaplanmasında kullanılan en temel ölçütlerden biri satış değeri veya başka bir deyişle teşebbüslerin ilgili faaliyetleri kapsamında elde ettiği gelirlerdir. Öte yandan ilgili bölümde yer verildiği üzere, çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarında teşebbüslerin iş modelleri birbirlerinden önemli ölçüde farklılaşmaktadır. Bazı teşebbüsler tüketicilerden veya galerilerden tedarik ettikleri araçların çevrim içi ortamda yeniden satıcısı olarak faaliyet gösterirken bazı teşebbüsler çevrim içi araç alım satım işlemine e-ihale gibi yöntemlerle aracılık etmekte⁴⁵ veya aynı anda her iki iş modelinde de faaliyet göstermektedir. Ayrıca pazardaki teşebbüslerin kendi nam ve hesabına gerçekleştirdikleri veya aracılık ettikleri araç alım satım işlemlerini muhasebeleştirme yöntemleri de birbirlerinden farklılaşabilmektedir. Örneğin bazı teşebbüsler e-ihale gibi yöntemlerle alım satımına aracılık ettikleri araçları önce kendi mülkiyetine geçirmekte ve ardından alıcıya devretmektedir. Esasen bu iş modelinde de teşebbüsler yalnızca komisyon/hizmet geliri elde ederken satış değerleri (veya ciroları) bu iş modeliyle çalışmayan rakiplerine göre oldukça yüksek tutarlara ulaşabilmektedir. Bu sebeple teşebbüslerin ilgili pazardaki konumu aynı zamanda satılan araç sayısı bakımından değerlendirilmiştir.

Tablo 9: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin Satılan Araç Sayısı Bakımından Pazar Payları (%)

| Teşebbüs | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023/10 |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| AUTOROLA | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| BORUSAN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| KAVAK | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTOKOÇ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| İKİNCİYENİ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTOSHOPS | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| VAVACARS | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| MÜZAYEDE | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTONET | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| LETGO | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TOPLAM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen verilerle yapılan hesaplamalar

- (123) Yukarıda yer alan tabloya göre, satılan araç sayısı bakımından 2023 yılında AUTOROLA (.....) pazar payıyla lider konumdadır. Aynı yıl AUTOROLA'yı (.....), (.....) ve (.....) pazar paylarıyla sırasıyla BORUSAN, ARABAMCOM ve OTOKOÇ takip etmektedir. Pazarda faaliyet gösteren en büyük dört oyuncu pazarın (.....)'unu temsil ederken, pazarın (.....)'i geriye kalan sekiz oyuncu tarafından paylaşılmaktadır. Satılan araç sayısı bakımından pazarın yapısı daha rekabetçi ve daha az yoğunlaşmış bir görünüm arz etmektedir.
- (124) SAHİBİNDEN ise yalnızca (.....)'lik pazar payına ulaşabilmiştir. SAHİBİNDEN anılan parametre bakımından önaraştırma kapsamında incelenen on iki teşebbüs arasında en düşük pazar payına sahip on birinci teşebbüstür ve pazar payı en yakın rakibinin pazar payının (KAVAK (.....)) (.....) daha azdır. SAHİBİNDEN'in vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında kurumsal ilan sayısı ve

⁴⁵ OTOSHOPS, VAVACARS gibi bazı teşebbüsler doğrudan satış yönteminin yanı sıra kendi mülkiyetlerindeki araçları e-ihale yöntemiyle galerilere satmaktadır.

bireysel ilan sayısı bakımından pazar payının 2023 yılı itibarıyla sırasıyla (.....) ve (.....) olduğu dikkate alındığında, yalnızca pazar paylarına bakılarak edinilecek ilk izlenim doğrultusunda, bu pazardaki gücünü çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarındaki konumunu güçlendirmek amacıyla kullanmış olduğunu iddia etmenin mümkün olmadığı değerlendirilmiştir.

- (125) SAHİBİNDEN çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarında yalnızca ikinci el araçların e-ihale yöntemiyle galerilere satışı alanında faaliyet göstermektedir⁴⁶. Bu iş modelinde SAHİBİNDEN filo kiralama hizmeti sağlayıcısı teşebbüslere ait ikinci el araçlarının galericilere satışına aracılık etmekte ve bu faaliyetleri kapsamında çeşitli hizmet gelirleri elde etmektedir. Bu doğrultuda, dosya kapsamında tanımlanmasına ihtiyaç görülmemesine karşın SAHİBİNDEN'in varsayımsal olarak en dar pazar olan "çevrim içi ikinci el araç alım satımı için e-ihale hizmetleri" pazarındaki konumu elde edilen gelirler bakımından incelenmiştir.

Tablo 10: SAHİBİNDEN ve (Varsayımsal) Çevrim İçi İkinci El Araç Alım Satımı İçin E-ihale Hizmetleri Pazarındaki Rakiplerinin Gelir Üzerinden Hesaplanan Pazar Payları (%)⁴⁷

| Teşebbüs | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023/10 |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| AUTOROLA | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| BORUSAN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTOKOÇ ⁴⁸ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| İKİNCİYENİ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| MÜZAYEDE | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTONET | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TOPLAM | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen verilerle yapılan hesaplamalar

- (126) Tablodan görüleceği üzere SAHİBİNDEN'in pazarda yedi rakibi bulunmaktadır. Mevcut durumda pazardaki en büyük oyuncu (.....) pazar payı ile BORUSAN'dır. BORUSAN'ı (.....) ve (.....) pazar paylarıyla sırasıyla OTONET ve MÜZAYEDE takip etmektedir. SAHİBİNDEN'in ilgili parametre bakımından payı ise (.....)'dur ve pazardaki en küçük ikinci oyuncu konumundadır.
- (127) Çevrim içi ikinci el araçlar için e-ihale hizmeti sağlayan teşebbüsler aracılık ettikleri işlemler üzerinden komisyon/hizmet bedeli tahsil etmektedir. Söz konusu hizmet bedelleri ve uygulama yöntemleri her bir teşebbüs özelinde farklılaşmaktadır. Bu sebeple teşebbüslerin elde ettiği gelirler üzerinden hesaplanan pazar payları pazardaki işlem hacmini yansıtmak için en elverişli unsur değildir. Anılan sebeple SAHİBİNDEN ve rakiplerinin pazar payları düzenlenen ihale sayısı, ihalelerde teklife açılan araç

⁴⁶ SAHİBİNDEN 20.11.2013 itibarıyla "OtoBid" markası adı altında gerçek kişilerden tedarik edeceği araçların galerilere satışı faaliyetlerine başlamıştır. Öte yandan önaraştırmanın yürütüldüğü tarih itibarıyla SAHİBİNDEN yalnızca S-ATS hizmetini sunmaktadır.

⁴⁷ VAVACARS, KAVAK, OTOSHOPS, LETGO gibi teşebbüsler yalnızca mülkiyetini devraldıkları araçları çeşitli yöntemlerle (ihale, doğrudan satış, showroom vb.) tüketicilere veya galericilere satmaktadır. Anılan teşebbüslerin filo araçlarının tüketicilere ve/veya galericilere satışına e-ihale yöntemiyle aracılık etme faaliyeti bulunmamaktadır. Bu sebeple söz konusu teşebbüsler varsayımsal çevrim içi ikinci el araç satımı için e-ihale hizmetleri pazarına ilişkin değerlendirmelerin dışında tutulmuştur.

⁴⁸ OTOKOÇ kendi mülkiyetindeki filo araçlarını e-ihale yöntemiyle galericilere satmaktadır. Söz konusu faaliyetinden hizmet bedeli ve araç satış değerini gelir olarak elde etmektedir. İlgili tabloda OTOKOÇ'un yalnızca hizmet bedeli kapsamında elde ettiği gelire yer verilmiştir.

sayısı, ihalelerde iletilen teklif sayısı ve ihalede satılan araç sayısı gibi birçok farklı parametre bakımından da incelenmiştir.

Tablo 11: SAHİBİNDEN ve (Varsayımsal) Çevrim İçi İkinci El Araç Alım Satımı İçin E-İhale Hizmetleri Pazarındaki Rakiplerinin İşlem Hacmine Yönelik Çeşitli Parametreler Bakımından Hesaplanan Pazar Payları (%)

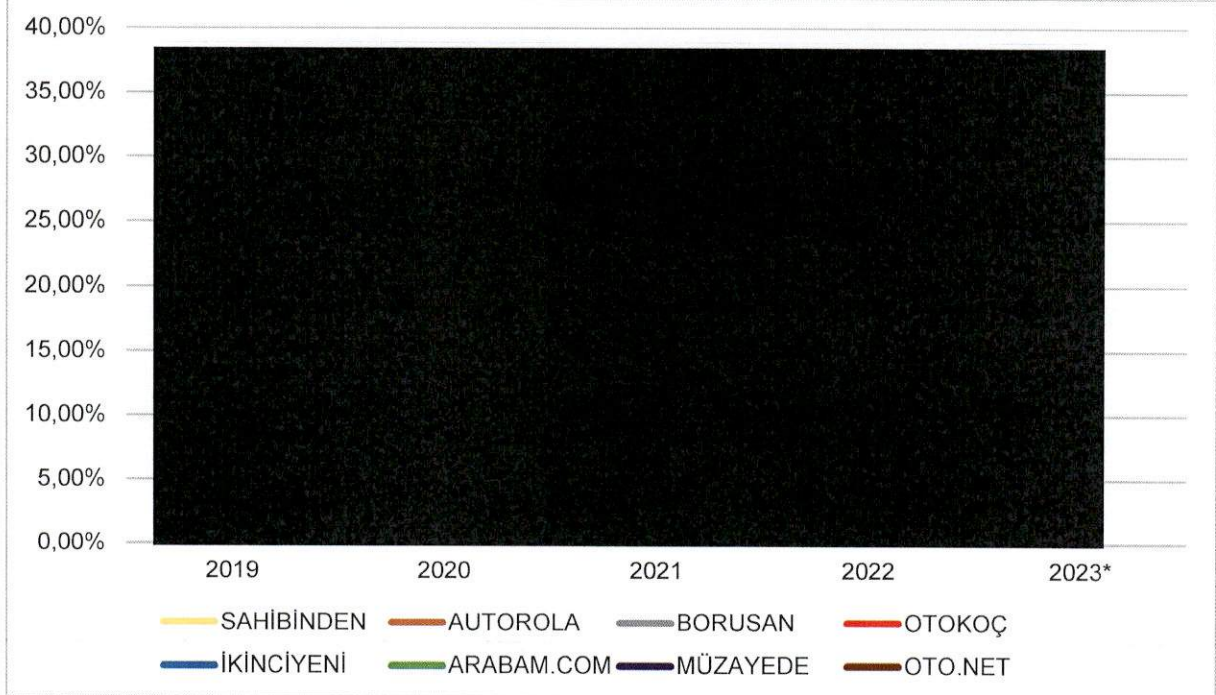
| Düzenlenen İhale Sayısı | | | | | |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| Teşebbüs | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023/10 |
| SAHİBİNDEN | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| AUTOROLA | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| BORUSAN | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| OTOKOÇ | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| İKİNCİYENİ | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| ARABAMCOM | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| MÜZAYEDE | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| OTONET | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| TOPLAM | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| İhalelerde Teklife Açılan Araç Sayısı | | | | | |
| Teşebbüs | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023/10 |
| SAHİBİNDEN | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| AUTOROLA | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| BORUSAN | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| OTOKOÇ | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| İKİNCİYENİ | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| ARABAMCOM | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| MÜZAYEDE | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| OTONET | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| TOPLAM | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| İhalelerde İletilen Teklif Sayısı | | | | | |
| Teşebbüs | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023/10 |
| SAHİBİNDEN | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| AUTOROLA | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| BORUSAN | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| OTOKOÇ | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| İKİNCİYENİ | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| ARABAMCOM | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| MÜZAYEDE | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| OTONET | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| TOPLAM | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| İhalelerde Satılan Araç Sayısı | | | | | |
| Teşebbüs | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023/10 |
| SAHİBİNDEN | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| AUTOROLA | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| BORUSAN | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |
| OTOKOÇ | (....) | (....) | (....) | (....) | (....) |

| | | | | | |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| İKİNCİYENİ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| MÜZAYEDE | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTONET | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TOPLAM | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

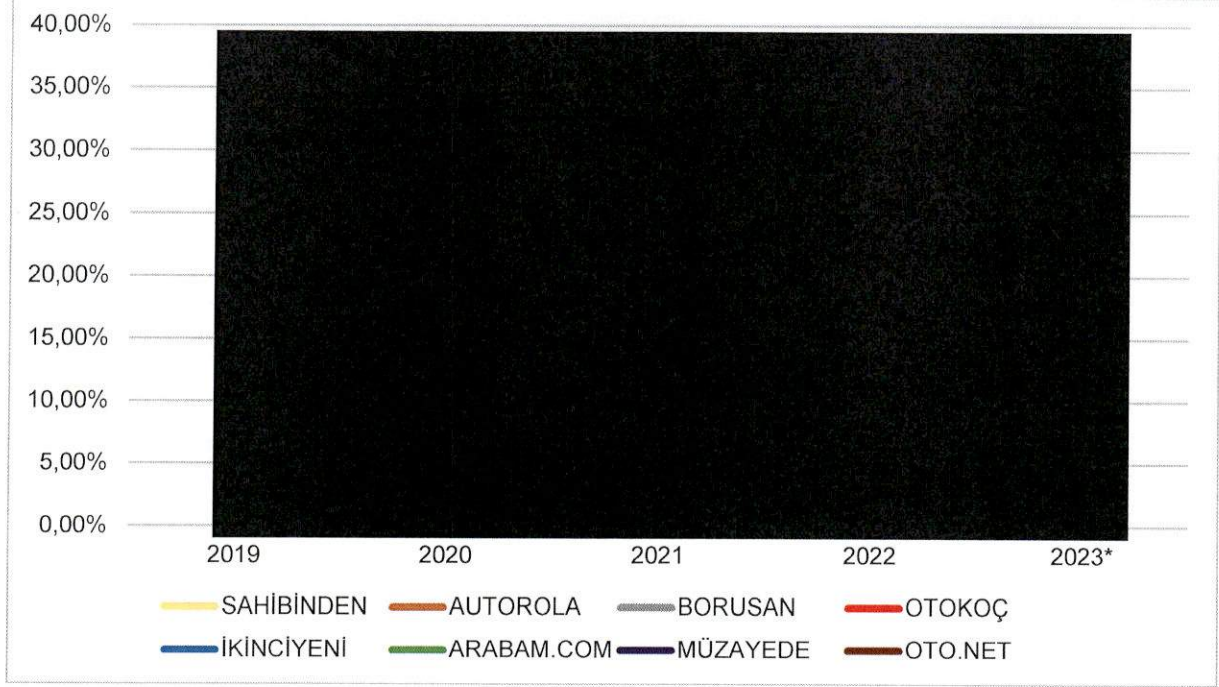
Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen verilerle yapılan hesaplamalar

- (128) Yukarıda yer alan tablolarda SAHİBİNDEN'in işlem hacmi bakımından pazar payları (.....) ile (.....) arasında değişmektedir. SAHİBİNDEN pazarda faaliyet gösterdiği 9 aylık dönem sonucunda "düzenlenen ihale sayısı" ve "ihalelerde teklife açılan araç sayısı" parametresi dışındaki tüm parametrelerde en düşük paya sahip oyuncu konumundadır. Düzenlenen ihale sayısı bakımından pazar payları açısından 2023 yılı itibarıyla AUTOROLA (.....) pazar payıyla lider konumundadır. SAHİBİNDEN ise (.....)'lık bir pazar payına sahiptir. İhalelerde teklife açılan araç sayısı bakımından ise 2023 yılı itibarıyla AUTUROLA (.....)'luk pazar payıyla lider konumundadır. AUTOROLA'yı (.....) ve (.....)'lik pazar paylarıyla sırasıyla OTOKOÇ ve BORUSAN takip etmektedir. SAHİBİNDEN'in ise ilgili parametre bakımından (.....)'lük bir pazar payına ulaşmıştır.
- (129) Söz konusu tablolarda yer alan veriler bir bütün olarak değerlendirildiğinde incelenen dönemde pazarın rekabetçi bir görünüm arz ettiği söylenebilecektir. Pazara 2020 yılında giren MÜZAYEDE ve ARABAMCOM gibi teşebbüsler incelenen dönemde pazar paylarını istikrarlı bir şekilde artırabilmiştir. Ayrıca pazardaki yerleşik teşebbüslerin konumları da yıllar içerisinde değişkenlik gösterebilmektedir. Söz konusu durumun daha iyi yansıtılabilmesi için aşağıda "ihalelerde satılan araç sayısı" ve "ihalelerde teklife açılan araç sayısı" parametreleri bakımından oluşturulan grafiklere yer verilmektedir.

Grafik 1: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin İhalelerde Satılan Araç Sayısı Bakımından Pazar Payları



Grafik 2: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin İhalelerde Teklife Açılan Araç Sayısı Bakımından Pazar Payları



- (130) Yukarıdaki grafikler incelendiğinde ihalelerde satılan araç sayısı bakımından AUTOROLA'nın 2019-2023 dönemi boyunca pazardaki en büyük oyuncu konumunda olduğu ancak incelenen dönem boyunca pazar payının azalma eğiliminde olduğu görülmektedir. 2019 itibarıyla pazardaki ikinci büyük oyuncu konumunda olan BORUSAN 2023 yılında OTOKOÇ'un gerisinde kalarak pazardaki üçüncü büyük oyuncu haline gelmiştir. 2023 yılında pazara giren SAHİBİNDEN ise mevcut durumda (.....) pazar payıyla pazardaki en küçük oyuncu konumundadır.
- (131) İhalelerde teklife açılan araç sayısı bakımından ise 2019 yılında BORUSAN'ın küçük bir farkla ((.....)) AUTOROLA'nın önünde pazar lideri konumunda olduğu, 2020-2023 dönemi için AUTOROLA'nın pazardaki en büyük oyuncu haline geldiği, BORUSAN'ın ise 2023 yılı itibarıyla OTOKOÇ'un gerisinde kalarak pazardaki üçüncü büyük oyuncu olduğu görülmektedir. SAHİBİNDEN ise 2023 yılı itibarıyla (.....)'lük pazar payıyla pazardaki en küçük üçüncü oyuncu konumundadır.
- (132) SAHİBİNDEN'in pazarda gösterdiği gelişimin ve pazar üzerinde yarattığı etkinin daha iyi gözlemlenebilmesi için aşağıdaki tabloda ihalelerde teklife açılan araç sayıları ve ihalelerde satılan araç sayısı⁴⁹ bakımından SAHİBİNDEN'in faaliyete başladığı tarihler esas alınarak oluşturulan dönemlerde SAHİBİNDEN ve rakiplerinin aylık bazda pazar paylarına yer verilmektedir.

⁴⁹ Düzenlenen ihale sayısı ihalelerde yer alan araç sayısının değişkenlik gösterebilmesi (ör. az sayıda aracın teklife sunulduğu çok sayıda ihalenin gerçekleştirilmesi), ihalelerde yer alan teklif sayısı ise kullanıcıların anlık olarak ihaledeki davranışlarının değişkenlik gösterebilmesi (ör. ihalelerde nihai olarak alım satıma dönüşmeyen çok sayıda teklifin yer alması) nedenleriyle teşebbüslerin pazar paylarının hesaplanmasında "ihalelerde teklife açılan araç sayısı" ve "ihalelerde satılan araç sayısı" kıyasla daha az güvenilir parametreler olduğu değerlendirilmiştir. Bu sebeple 2023 yılına ait aylık bazda analizler yalnızca anılan iki parametre bakımından gerçekleştirilmiştir.

Tablo 12: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin Aylık Bazda İhalelerde Satılan Araç Sayısı ve İhalelerde Teklife Açılan Araç Sayısına Göre Pazar Payları (%)

| İhalelerde Satılan Araç Sayısı | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|---------|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Teşebbüs | Ocak | Şubat ⁵⁰ | Mart | Nisan | Mayıs | Haziran | Temmuz | Ağustos | Eylül | Ekim |
| SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| AUTOROLA | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| BORUSAN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTOKOÇ ⁵¹ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| İKİNCİYENİ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| MÜZAYEDE | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTONET | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TOPLAM | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| İhalelerde Teklife Açılan Araç Sayısı | | | | | | | | | | |
| Teşebbüs | Ocak | Şubat | Mart | Nisan | Mayıs | Haziran | Temmuz | Ağustos | Eylül | Ekim |
| SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| AUTOROLA | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| BORUSAN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTOKOÇ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| İKİNCİYENİ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| MÜZAYEDE | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTONET | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TOPLAM | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen verilerle yapılan hesaplamalar

⁵⁰ SAHİBİNDEN 2023 Şubat ayında S-ATS hizmetine ilişkin sistemleri kontrol etmek amacıyla dar bir kitleye yönelik test ihaleleri gerçekleştirmiştir. Tabloda yer alan veriler bu test ihalelerine aittir.

⁵¹ OTOKOÇ yalnızca kendi mülkiyetindeki filo araçlarını e-ihale yöntemiyle satışa sunduğu için araç satan kullanıcı sayısı bakımından pazar payı mevcut değildir.

- (133) Tablodan görüleceği üzere, SAHİBİNDEN Mart 2023 tarihinden itibaren ihalede satılan araç sayısı ve ihalede teklife açılan araç sayısı bakımından pazar payını istikrarlı bir şekilde artırmıştır. Ekim 2023 itibarıyla SAHİBİNDEN (.....) pazar payıyla ihalelerde satılan araç sayısı bakımından pazarın en küçük oyuncusudur. Öte yandan Ekim 2023'te ihalelerde teklife açılan araç sayısı bakımından pazar payı (.....)'a ulaşan SAHİBİNDEN pazardaki en büyük üçüncü oyuncu konumuna gelmiştir. Bununla birlikte, SAHİBİNDEN'in pazar payının ilgili parametre bakımından birinci sırada yer alan AUTOROLA'nın pazar payının ((.....)) yarısından daha az olduğu görülmektedir. Ayrıca pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin tamamının aylık bazdaki pazar paylarının dalgalı bir seyir izlemektedir dolayısıyla kısa periyotlar için yapılacak değerlendirmelerin yanıltıcı olabilecektir.
- (134) Varsayımsal çevrim içi ikinci el araç alım satımı için e-ihale hizmetleri pazarı esasen çok taraflı pazar⁵² niteliğindedir. İlgili pazardaki teşebbüsler araçlarını satmak isteyen filo kiralama hizmeti sağlayıcısı teşebbüsler ile ikinci el araç satın almak isteyen galericilerin e-ihale platformlarında bir araya getirilmesine aracılık etme işlevini yerine getirmektedir. Çok taraflı pazarlar güçlü dolaylı ağ etkileri ile karakterize edilmektedir. Dolayısıyla ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler için pazarın her iki tarafındaki kullanıcı sayısı oldukça önemli bir rekabet parametresidir. Anılan sebeple bu tür pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüsler için en önemli unsurlardan biri pazarın her iki tarafında yer alan kullanıcı sayısını artırmaktır. Bu kapsamda SAHİBİNDEN ve rakiplerinin pazar payları son olarak ihalelere alıcı veya satıcı olarak katılım sağlayan üye sayısı bakımından incelenmiştir.

⁵² Çok taraflı pazarlar, bir teşebbüsün platform olarak hareket ettiği pazarlar olup, söz konusu teşebbüs iki kullanıcı grubuna iki farklı ürün satarken bir tüketici grubundan gelen talebin diğer gruptan gelen talebe bağlı olduğu ya da tam tersi durumun söz konusu olduğu pazarlardır.

Tablo 13: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin İhalelerde Araç Satan ve Araç Satın Alan Kullanıcı Sayısı Bakımından Pazar Payları (%)

| İhalelerde Araç Satan Kullanıcı Sayısı | | | | | |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| Teşebbüs | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023/10 |
| SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| AUTOROLA | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| BORUSAN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTOKOÇ ⁵³ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| İKİNCİYENİ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| MÜZAYEDE | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTONET | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TOPLAM | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| İhalelerde Araç Satın Alan Kullanıcı Sayısı | | | | | |
| Teşebbüs | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023/10 |
| SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| AUTOROLA | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| BORUSAN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTOKOÇ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| İKİNCİYENİ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| MÜZAYEDE | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTONET | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TOPLAM | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen verilerle yapılan hesaplamalar

- (135) Tablodan, SAHİBİNDEN'in araç satan kullanıcı sayısı bakımından pazar payının (.....), araç satın alan kullanıcı sayısı bakımından pazar payının ise (.....) olduğu görülmektedir. İKİNCİYENİ 2023 yılı itibarıyla (.....) pazar payıyla araç satan kullanıcı sayısı bakımından, OTOKOÇ ise (.....) pazar payıyla araç satın alan kullanıcı sayısı bakımından pazar lideri konumundadır. 2019-2023 döneminde her iki parametre bakımından da teşebbüslerin pazar payları dalgalanan bir seyir izlemiştir.
- (136) Yukarıda yer verilen hususlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde, SAHİBİNDEN'in Mart 2023 tarihinde çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarına başarılı şekilde girse de bu durum SAHİBİNDEN'e özgü değildir. İlgili pazarda AUTOROLA, BORUSAN, OTOKOÇ gibi uzun yıllardır faaliyet gösteren teşebbüsler olduğu gibi 2019-2023 döneminde pazara giren ve pazar payını artırabilen çok sayıda teşebbüs bulunmaktadır. ARABAMCOM, KAVAK, VAVACARS 2019 yılında, MÜZAYEDE 2020 yılında, LETGO 2021 yılında çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarına girmiştir.
- (137) Anılan teşebbüslerin tamamı pazara girdiği tarihten itibaren pazarda istikrarlı bir büyüme eğilimi yakalayabilmiştir. Söz konusu durumun çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarının henüz doyumluğa ulaşmamış bir pazar olmasından kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Bir pazarın doyumluğa erişmesinin başlıca işaretlerinden biri ürün veya hizmet satışlarının büyümesinin yavaşlamasıdır. Öte yandan çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarı büyüme eğilimindedir. 2019 yılında incelenen teşebbüsler bakımından ilgili pazarda 61.354 adet araç satışı gerçekleşmişken 2023 yılının ilk 10 ayı itibarıyla bu sayı %92,38 oranında artarak 118.031'e ulaşmıştır. Ayrıca 5 yıllık

⁵³ OTOKOÇ yalnızca kendi mülkiyetindeki filo araçlarını e-ihale yöntemiyle satışa sunduğu için araç satan kullanıcı sayısı bakımından pazar payı mevcut değildir.

zaman diliminde pazara çok sayıda oyuncunun girmesi pazarın büyüme ve kârlılık potansiyeli bakımından elverişli olduğunu göstermektedir.

- (138) İkincisi, SAHİBİNDEN tarafından TÜİK verilerine göre Ocak-Ekim 2023 döneminde 5.511.844 ikinci el araç devri yapıldığı ifade edilmektedir. Söz konusu dönemde çevrim içi ikinci el araç alım satım platformlarında satılan araç sayısı ise incelenen teşebbüsler bakımından 118.031'dir. Bu verilere göre mevcut durumda çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarında Türkiye'deki toplam ikinci el araç alım satımlarının sadece (yaklaşık olarak) %2,14'ü gerçekleşmektedir. Çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarı daha geniş (ve varsayımsal) "ikinci el araç alım satım pazarı"nın küçük bir bölümünü oluştursa da ülkemizde ve dünyadaki hızlı dijitalleşme eğiliminin etkisiyle uzun vadede hızlı bir şekilde büyüme potansiyeline sahip olduğu değerlendirilmektedir.
- (139) Teknolojik gelişmeler, tüketici davranışlarını ve tercihlerini köklü bir şekilde değiştirmeye devam etmektedir ve çevrim içi platformlar kullanıcılara sağladığı faydalar sayesinde önemli bir cazibe merkezi haline gelmektedir. Nitekim TÜBİSAD'ın "Türkiye'de e-Ticaret 2019 Pazar Büyüklüğü" raporuna göre 2019 yılında e-ticaretin toplam perakende ticaret içerisindeki payı %6,2 iken⁵⁴, 2022 yılı itibarıyla e-ticaretin toplam perakende ticaret içerisindeki payı %18,6'ya ulaşmıştır⁵⁵. Söz konusu hızlı değişim Türkiye'deki çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarının gelişim potansiyelini yansıtması bakımından önemlidir.
- (140) Son olarak, pazardaki kullanıcı sayılarının azlığı da mevcut durumda pazarın gelişime açık olduğunu göstermektedir. Bireysel/kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine göre çevrim içi platform hizmetleri pazarlarında hâkim durumda olan SAHİBİNDEN'de 2023 yılının ilk on ayı itibarıyla yayında ilan olan bireysel kullanıcı sayısı (.....) ve galerici sayısı (.....)'dur. Aynı dönemde çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarında tüm teşebbüsler bakımından araç satan bireysel kullanıcı sayısı (.....), kurumsal kullanıcı sayısı ise (.....)'dır. Söz konusu durum çevrim içi ikinci el araç alım satım pazarındaki kullanıcı sayılarının artış potansiyelini göstermektedir.
- (141) Yukarıda yer verilen bilgi ve değerlendirmeler çerçevesinde; çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarına 2023 yılında giren SAHİBİNDEN'in farklı parametreler bakımından pazar payının henüz çok düşük seviyelerde (gelir bakımından (.....) ve satılan araç sayısı bakımından (.....)) olduğu, mevcut durumda SAHİBİNDEN'in pazarda BORUSAN, OTOKOÇ, VAVACARS gibi çok sayıda güçlü oyuncu ile rekabet halinde bulunduğu, hâlihazırda pazarın rekabetçi olduğu, ayrıca pazarın yeni teşebbüslerin girişine açık ve büyüme potansiyeline sahip bir pazar olduğu, pazara çok sayıda yeni oyuncunun girmesinin ve pazarın büyümesinin pazardaki rekabetin seviyesini artırdığı değerlendirilmiştir.

I.4.4. Dosya Konusu Eylemlere İlişkin Değerlendirme

- (142) Şikâyet dilekçesinde temel olarak SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme pazarındaki hâkim durumuna katkı sağlayan (i) yüksek kullanıcı sayısı, (ii) yüksek çevrim içi trafik, (iii) yüksek ilan sayısı ve (iv) geniş galeri ağı ve buna bağlı elde ettiği üye ilişkileri ve veri gücünden faydalanarak çevrim içi ikinci el araç alım-satım pazarındaki konumunu güçlendirmesi ve rakiplerini dışlaması endişesine dikkat çekilmektedir. Bununla birlikte,

⁵⁴ <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/turkiyede-e-ticaret-2019-pazar-buyuklugu.html>, Erişim Tarihi: 27.11.2023.

⁵⁵ Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (Etbis) 2022 Yılı Verileri. <https://www.eticaret.gov.tr/dnqthgzvawtdxraybsaacxtymawm/content/FileManager/Dosyalar/2022%20y%C4%B1%C4%B1%20E-Ticaret%20B%C3%BCIten%20v2.pdf>, Erişim Tarihi: 27.11.2023.

şikâyetçi tarafından söz konusu endişeyi desteklemek için sadece iki somut göstergeye yer verilmiştir. Bunlar da SAHİBİNDEN'in kurumsal alıcı pozisyonunda olan ve çoğunlukla oto galerilerinden oluşan kitleye S-ATS uygulamasının kullanımını teşvik etmek için (i) "Yakıt Çeki" ve (ii) "Üst Sıradayım Doping" avantajları/teşvikleri vermesi ile söz konusu avantajların veya teşviklerin kurumsal alıcılar nezdindeki bilinirliğini artırabilmek için çeşitli bildirimler göndermesidir. Öte yandan, yerinde incelemede ve SAHİBİNDEN'den talep edilen bilgi isteme yazılarında SAHİBİNDEN'in S-ATS sisteminde araç satanlara (filo şirketleri) ve sistemden araç satın alanlara (çoğunlukla oto galeriler) farklı bazı avantaj/teşvikler sağladığına dair bulgular da edinilmiş olup bunlar incelenmiştir.

1.4.4.1. SAHİBİNDEN'in Sağladığı Avantajlar/Teşvikler ile S-ATS'ye Katılımı Artırdığına ve Çevrim İçi İkinci El Araç Alım-Satım Pazarında Rekabeti Kısıtladığı İddiasına Yönelik Değerlendirme

- (143) S-ATS sistemi 2023 yılının Mart ayında uygulamaya konulmuştur. Hizmetin yeni olmasından ötürü gerek çoğunlukla oto galerilerinden oluşan kurumsal alıcılar nezdindeki bilinirliği artırmak gerekse de kullanımı yaygınlaştırmak için SAHİBİNDEN tarafından birtakım avantajlar veya teşvikler sunulmuştur. 25.02.2023 tarihli Bulgu-2'deki ifadelerden S-ATS hizmeti kapsamında düzenlenecek ilk ihalede araç satın alanlara SAHİBİNDEN'in ilan listeleme hizmetlerinde kullanılmak üzere bir adet doping hediye edileceği görülmektedir. Bunun yanı sıra, düzenlenecek ihaleler hakkında kurumsal alıcılar için SAHİBİNDEN hesaplarına giriş yapmaları akabinde "Bana Özel" alanında gösterilmek üzere çeşitli açılır ileti ve *banner* görsellerinin hazırlandığı, ilaveten kurumsal alıcıların anlık bildirimler ve SMS kanalları vasıtasıyla da bilgilendirildiği anlaşılmaktadır.⁵⁶ 09.08.2023 tarihli Bulgu-4'te ise bu kez finansal bir teşvikin gündeme geldiği ve Ağustos ayı içerisinde düzenlenecek ihaleler kapsamında araç alan teşebbüslere "yakıt çeki" verileceği ve verilecek çek tutarının alınan araç sayısındaki artışa paralel şekilde artacağı anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra, bulguda yer alan "Ağustosta (.....)⁵⁷ veya başka rebate'lilerin öngörülen payı ne? Alttan açma/tamamlama ihtiyacımız ne bunlara baktık mı? Eksiyeye inmeyelim" ifadesinden birtakım filo şirketlerine indirim (*rebate*) uygulandığı izlenimi edinilmektedir. Bulgu-5'te ise Eylül ayındaki ihaleler için AirPods ve Apple Watch kampanyaları düzenlendiği ve bunların teslimine ilişkin hususların tartışıldığı görülmektedir. 24.10.2023 tarihli Bulgu-6'da da yeni faaliyete geçen bireysel hesap sahiplerinin araçlarının e-ihale yoluyla kurumsal alıcılara satıldığı iş modeli (C2B) kapsamında bireysel satıcılara benzer teşviklerin verilmesi yönünde ihtimallerin olabileceği belirtilmektedir.
- (144) Yerinde incelemede elde edilen bilgi ve bulgulara ilave olarak SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazıda; S-ATS sistemine katılan alıcılara teklif vermeyi ve araç satın almayı teşvik eden dönemsel kampanyaların yapılabilirdiği, kampanya koşullarında belirtilen şartların sağlanması halinde bugüne kadar aşağıdaki faydaların sunulduğu belirtilmektedir:
- İndirim
 - Yakıt çeki hediyesi
 - Apple AirPods ve Apple Watch

⁵⁶ İlgili bulguda e-posta kanalının da bir iletişim aracı olarak kullanılacağı belirtilmektedir. Bununla birlikte, SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazıda ihalenin hızlı akan ve kısa sürede gerçekleşen bir faaliyet olması sebebiyle, bugüne kadar ihale ile ilgili tanıtım ve bilgilendirme için e-posta kanalının kullanımının etkin görülmediği ve kullanılmadığı ifade edilmektedir.

⁵⁷ (.....) kastedilmekte olup S-ATS platformunda araç satan bir filo şirketidir.

- Hizmet bedeli indirimi
- "Üst Sıradayım" ve "Güncelim" doping hediyeleri

- (145) Yukarıda yer alan bilgilerden, yerinde incelemede elde edilen bulguları doğrulayacak şekilde, SAHİBİNDEN tarafından hizmetin faaliyete geçtiği tarihten bu yana geçen 9 aylık sürede 5 adet farklı avantaj/teşvik sağlandığı anlaşılmaktadır. Bu teşvik/avantajlardan indirim haricindeki dördü araç satın alan kullanıcıları hedeflerken, indirim uygulaması sadece belirli kurumsal satıcıların S-ATS kapsamında düzenlenen ihalelerde araçlarını satışa çıkarmasına yöneliktir.
- (146) Kurumsal satıcılara verilen indirim teşviki açısından bakıldığında, bu uygulamalar özellikle e-ihale hizmeti veren rakiplerin kendi platformlarında araç satacak yeterli kullanıcı sayısına erişememesi yönünde bir etki yaratması durumunda 4054 sayılı Kanun bakımından bir ihlal oluşturabilecektir. Bunun yanı sıra dijital platformların ekosistem olarak faaliyet göstermesi kullanıcıların tüm dijital ihtiyaçlarını tek bir yerden karşılamaları yönünde bir etkiye sebep olabilmektedir. Dosya kapsamında bilgi talep edilen kurumsal satıcılardan olan ve aşağıda da değinilecek olan (.....), ihaleye girmeyen araçların %75'i için www.sahibinden.com platformundan ilan verildiğini ve bu araçların %50'sinin de bu platform üzerinden gelen müşterilere satıldığını belirtmektedir. Dolayısıyla, her ne kadar e-ihale sistemine katılan kurumsal satıcılar sürecin hızlı işlemesi nedeniyle ilan yoluyla satıştan ziyade ihale sistemini tercih etme eğilimi gösterebilir ve ilan yoluyla gerçekleştirdikleri satışlar toplam satışları içerisinde küçük bir paya sahip olsa da, (.....) örneğinden de görüleceği üzere satışlarını hem ihale aracılığıyla hem de çevrim içi ilan platformunda ilan yayınlamak suretiyle gerçekleştiren kurumsal satıcılar bakımından çevrim içi ilan listeleme alanında zaten oldukça güçlü konumda olan SAHİBİNDEN'in S-ATS hizmeti, verilen indirimler ile de teşvik edilebilecek ve bu teşvikler kurumsal satıcıları gerek ilan listeleme gerekse de e-ihale hizmetleri bakımından tamamıyla SAHİBİNDEN platformuna yöneltebilecektir. Bu durum da en nihayetinde SAHİBİNDEN'in çevrim içi ikinci el araç alım-satım pazarında rakiplerini dışlayıcı bir etkinin doğmasına sebep olabilecektir.
- (147) Kurumsal alıcılara verilen teşvikler açısından bakıldığında ise alıcı portföyünün çoğunluğunu oluşturan oto galeriler, satın aldıkları araçları gerek ilan yayınlamak suretiyle gerekse de kendi fiziki mağazalarında çevrim dışı olarak satmaktadır. Bu çerçevede, S-ATS'nin devreye girmesiyle birlikte SAHİBİNDEN, oto galeriler açısından gerek araç alabilecekleri gerekse de araç portföylerini ilan listeleme yoluyla sergileyebilecekleri ve satabilecekleri bir platform haline gelmiştir. Bu çerçevede, kurumsal alıcılara S-ATS sisteminin kullanımını teşvik edecek uygulamalar, bu kullanıcı grubu için çevrim içi ilan listeleme hizmetleri bakımından zaten neredeyse olmazsa olmaz nitelikte olan SAHİBİNDEN'i araç tedarik etme bakımından da S-ATS'ye yönelterek SAHİBİNDEN'in kurumsal alıcılar bakımından tek platform haline gelmesine ve rakiplerin yeterli alıcı portföyüne ulaşamayarak pazardan dışlanmasına yol açabilecektir.
- (148) Öte yandan yukarıda yer alan zarar teorileri, çevrim içi ikinci el araç alım-satım pazarında rakipleri dışlayıcı fiili veya potansiyel bir etkinin bulunması durumunda 4054 sayılı Kanun kapsamında ihlal oluşturacaktır. Bu çerçevede, (i) kurumsal alıcı veya satıcılara doğrudan finansal bir fayda sağlayan avantaj/teşvikler ve (ii) kurumsal alıcılara verilen dopinglere yönelik etki değerlendirmesi yapılmıştır.

I.4.4.1.1. Doğrudan Finansal Bir Fayda Sağlayan Avantaj/Teşviklere Yönelik Değerlendirme

İndirim Uygulaması

- (149) İndirim uygulaması platformda teklife açılan araç sayısını artırmak ve yüksek adetli tedarik sağlayabilmek üzere kurumsal satıcılara platformun ödeme yapmasıdır. SAHİBİNDEN tarafından sağlanan cevabi yazıda; kurumsal alıcıların tercih ettiği araçlara sahip filoların (yüksek adetlerde aracı olan, talep gören araç modellerine sahip olan veya tüm bakımları yetkili servislerde yapılmış, model yılı yeni veya az kullanılmış gibi nadir bulunan araç kondisyonlarına sahip olan) araçlarını çevrim içi ihaleler yoluyla satışa sunmaları karşılığında bazı avantajlar talep edebildiği, sektör teamülü olması sebebiyle de bu anlaşmalar olmadan söz konusu filoların araçlarını platformda satışa sunmasının mümkün olmadığı belirtilmektedir. Bu çerçevede, SAHİBİNDEN'in de söz konusu filolar karşısında herhangi bir pazarlık gücüne sahip olmadığı ve pazara yeni girdiği için bu talepleri kabul etmek zorunda kaldığı ifade edilmektedir. Bilgi talep edilen filo şirketlerinden olan (.....) tarafından da e-ihale hizmeti alınan platform seçiminde firmanın güvenilir olması, müşteri portföyünün geniş olması ve ödeme-devir sürecinin hızlı olması gibi kriterlerin yanında indirim tutarlarının/oranlarının da bir unsur olarak değerlendirildiği ve indirimin sektörde genel bir uygulama olduğu belirtilmektedir. Şikâyet dilekçesinde indirim uygulamasına yönelik herhangi bir husus bulunmamakla birlikte olası tüm şüphelerin giderilmesi için bu uygulamanın herhangi bir rekabeti kısıtlayıcı etki yaratıp yaratmadığı incelenmiştir. Bu çerçevede, aşağıdaki tabloda SAHİBİNDEN'in indirim anlaşmasının bulunduğu teşebbüslere, indirim oranlarına veya tutarlarına ve bu teşebbüslerin kaç adet aracının S-ATS ihalelerinde satıldığına ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

Tablo 14: İndirim Anlaşmalarına Yönelik Bilgiler

| İndirim Anlaşması Yapılan Firmalar | İndirim Tutarı veya Oranı | Firmanın Bugüne Kadar S-ATS İhalelerinde Sattığı Araç Sayısı |
|--|---|--|
| (.....) | -Şubat-Temmuz döneminde satışı gerçekleştirilen her bir araç için (.....) -Ağustos-Aralık dönemi için satışı gerçekleştirilen her bir araç için araç bedelinin (.....) | (.....) |
| (.....) | Şubat-Aralık döneminde satışı gerçekleştirilen her bir araç için (.....) | (.....) |
| (.....) | Şubat-Aralık döneminde satışı gerçekleştirilen her bir araç için (.....) | (.....) |
| TOPLAM | | (.....) |
| Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgiler | | |

- (150) Yukarıda yer alan tablodan, SAHİBİNDEN'in S-ATS hizmetinin faaliyete geçtiği tarihten bugüne kadar toplamda dört firma ile indirim anlaşması yaptığı ve bu teşebbüslerin S-ATS kapsamında düzenlenen ihaleler eliyle sattıkları araç sayısının (.....) olduğu anlaşılmaktadır. Öncelikle söz konusu indirim anlaşmalarının potansiyel ve/veya fiili olarak herhangi bir rekabeti kısıtlayıcı etki doğurabilmesi için rakip teşebbüslerin kendi platformlarında satışa sunmak üzere bir araç portföyüne ulaşamamasına neden olması, bir başka deyişle indirim anlaşmalarının pazarı kapatıcı bir etkiye sahip olması gerekmektedir. Oysaki SAHİBİNDEN'in indirim anlaşması yaptığı yalnızca dört adet

teşebbüs bulunmaktadır. SAHİBİNDEN tarafından gönderilen verilerde, faaliyete başlandığı tarihten bu tarihe kadar S-ATS'de araç satan tekilleştirilmiş kurumsal kullanıcı sayısının (.....) olduğu belirtilmekte, bu minvalde indirim sağlanan kullanıcı sayısının SAHİBİNDEN'in toplam kullanıcı sayısı içerisinde yaklaşık (.....)lik bir paya sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. İlave, toplam pazar açısından bakıldığında 2023 yılı içerisinde varsayımsal en dar pazar olan "çevrim içi ikinci el araç alım satımı için e-ihale hizmetleri" pazarında araç satan üye sayısı parametresinde SAHİBİNDEN'in pazar payı (.....)'tir ve pazardaki en küçük ikinci oyuncu konumundadır.

- (151) Satılan araç sayısı açısından da S-ATS'de 01.11.2023 tarihine kadarki dönemde toplam (.....) araç satıldığı, indirim uygulanan teşebbüsler tarafından satılan araç sayısının S-ATS'nin yaklaşık (.....)'luk bir bölümüne denk geldiği görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu firmaların SAHİBİNDEN'in portföyü içerisinde azımsanmayacak bir öneme sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Adı geçen teşebbüsler S-ATS'de (.....) yer almaktadır. Bununla birlikte, pazardaki araç portföyünün rakiplere kapatılıp kapatılmadığı noktasında asıl önemli olan husus satılan araç sayısının pazardaki toplam büyüklük içerisindeki payı olup bu firmaların S-ATS aracılığıyla sattığı araç sayısının pazarda e-ihale kanalıyla satılan araç sayısının yalnızca (.....) tekabül etmektedir (2023 yılında e-ihale kanalıyla satılan araç sayısı 61.433'tür). Bu çerçevede, indirim sağlanan (.....) teşebbüsün pazar içerisindeki payı minimal düzeyde kalmaktadır.
- (152) Bunun yanı sıra, Bulgu-6'da yer alan "Öte yandan, hiçbir durumda "münhasırlık" içeren bir uygulama da yapmıyoruz ve yapmamaya da devam edeceğiz, yani "sadece bende ilan yayınla" veya "sadece bende ihaleye gir" gibi uygulamalarımız kat'i surette yok ve olmayacak, bu açıdan da içimiz rahat." ifadelerinden SAHİBİNDEN'in kurumsal satıcılarla herhangi bir münhasırlık ilişkisi kurmadığı izlenimi edinilmektedir. Keza indirim sağlanan (.....) tarafından birden fazla e-ihale platformu ile çalışıldığı, bunun kendilerinin tek bir firmaya bağımlı olmasının engellenmesi açısından önemli olduğu belirtilmektedir. Benzer şekilde (.....) tarafından da SAHİBİNDEN dışında AUTOROLA, OTONET ve BORUSAN ile çalışıldığı, bu dört firmanın kurumsal firmalar olarak görülmesi ve müşteri portföylerinin geniş olmasından ötürü tercih edildiği, ayrıca sürekli olarak pazar araştırmaları yapılarak kriterleri sağlayan yeni çevrim içi platformlar ile de çalışılmasının hedeflendiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte, her iki teşebbüs tarafından dile getirilen ortak nokta aynı aracın birden fazla e-ihale platformunda satılmasının mümkün olmadığıdır. Zira böyle bir durumda, satışa sunulan araç her bir platformda en yüksek teklifi veren kişiye satılabilecek, bunun sonucunda aynı araç üzerinde birden fazla kişi hak iddia edebilecektir. Dolayısıyla aynı aracın birden fazla platformda satışa çıkarılması operasyonel zorluklar sebebiyle mümkün olmasa da SAHİBİNDEN'in indirim uygulamalarının filo şirketlerinin yalnızca SAHİBİNDEN ile çalışmasına neden olacak şekilde pazarda herhangi bir fiili münhasırlık da yaratmadığı anlaşılmaktadır.
- (153) Yukarıda yer alan bilgiler bir bütün olarak değerlendirildiğinde, SAHİBİNDEN'in indirim uygulamalarının pazarın ihmal edilebilir bir bölümüne tekabül ettiği, dolayısıyla rakiplerin söz konusu kurumsal satıcıların araç portföyüne erişebilme imkânının bulunduğu ve hâlihazırdaki indirim avantajı/teşvikinin rekabeti kısıtlayıcı fiili veya potansiyel bir etkiye sahip olmadığı değerlendirilmiştir.

Yakıt Çeki Hediyesi

- (154) Yakıt çeki hediyesi, S-ATS'den araç satın alan kullanıcılara aldıkları araç sayısına bağlı olarak anlaşmalı bir akaryakıt istasyonundan⁵⁸ verilen avantaj/teşviktir. Bulgu-4'ten görüleceği üzere, bu avantaj/teşvik 2023 yılının Ağustos ayında uygulanmıştır. SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazıda, Ekim ayı içerisinde de bir kampanya yapıldığı belirtilmekte olup aşağıdaki tabloda avantajın/teşvikin detaylarına yer verilmektedir.

Tablo 15: "Yakıt Çeki Hediyesi"ne İlişkin Veriler

| Dönem | Kampanya İçeriği | Faydalanan Kullanıcı Sayısı | İlgili Ayda S-ATS'den Araç Satın Alan Kullanıcı Sayısı |
|---------|---|-----------------------------|--|
| Ağustos | 2, 3, 4 araç alan kullanıcılara: Alınan araç sayısı*1000 TL değerinde yakıt çeki 5 ve üzeri araç alan kullanıcılara: Alınan araç sayısı*2000 TL değerinde yakıt çeki | (.....) | (.....) |
| Ekim | S-ATS'den ilk aracını alan kullanıcılara: 5.000 TL değerinde yakıt çeki 3 ve 4 araç alan kullanıcılara: Aldığı araç adedi*1000TL değerinde yakıt çeki 5 ve üzerinde araç alan kullanıcılara: Aldığı araç adedi*2000 TL değerinde yakıt çeki | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüsten elde edilen bilgiler

- (155) Yukarıda yer alan tablodaki verilerden Ağustos ayında düzenlenen "Yakıt Çeki Hediyesi" kampanyasından yararlanan kullanıcı sayısının ilgili ayda S-ATS'den araç alan kullanıcı sayısının yaklaşık (.....)'una tekabül ettiği, Ekim ayında ise bu oranın (.....)'e yükseldiği anlaşılmaktadır. Söz konusu artışın Ekim ayındaki kampanyanın kapsamının genişletilmesinden kaynaklandığı, ilgili dönemde öncekinden farklı olarak S-ATS'den ilk aracını alan kullanıcılara da yakıt çeki verildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, SAHİBİNDEN'in faaliyete başladığı tarihten 01.11.2023 tarihine kadarki dönemde S-ATS'den araç satın alan tekilleştirilmiş kullanıcı sayısının (.....) olduğu, dolayısıyla "Yakıt Çeki Hediyesi" kampanyasından faydalanan kullanıcı sayısının toplam kullanıcı sayısı içerisindeki payının yaklaşık (.....) olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, S-ATS'den araç satın alan kullanıcıların azımsanmayacak bir bölümünün söz konusu avantaj/teşvikten faydalandığı değerlendirilmiştir.
- (156) Öte yandan söz konusu avantajın/teşvikin rekabeti kısıtlayıcı bir etki yaratmadığı hususunun SAHİBİNDEN'in pazardaki konumunu tespit etmeye yarayan parametrelerin kendi içerisindeki gelişimi ve SAHİBİNDEN'in rakipleri karşısındaki konumu ile birlikte ele alınması gerekmektedir. Bu çerçevede, ilk etapta aşağıdaki tabloda S-ATS'nin faaliyete başladığı tarihten bugüne S-ATS ihalelerinde teklif veren üye sayısı, teklife açılan araç sayısı ve satılan araç sayısı bilgilerine yer verilmektedir.

⁵⁸ Kampanya kapsamında (.....) Akaryakıt Kartı verilmektedir.

Tablo 16: SAHİBİNDEN'in Verilerinin Aylık Gelişimi

| Parametreler | Mar.23 | Nis.23 | May.23 | Haz.23 | Tem.23 | Ağu.23 | Eyl.23 | Eki.23 |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------------|
| İhalelere teklif veren üye sayısı | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Araç satın alan üye sayısı | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) ⁵⁹ |
| İhalelerde teklife açılan araç sayısı | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüsten elde edilen bilgiler

(157) Yukarıda yer alan tablodan, yakıt çeki hediyesinin verildiği ilk dönem olan 2023 Ağustos ayında bir önceki aya nazaran teklife açılan araç sayısı ile belirgin bir fark olmamasına karşın ihalelere teklif veren üye sayısının aynı kaldığı, hatta araç satın alan üye sayısının bir önceki aya nazaran düştüğü görülmektedir. 2023 Ekim ayı açısından bakıldığında da ihalelerde teklife açılan araç sayısının bir önceki aya nazaran %(.....) artış gösterdiği, paralel olabilecek şekilde araç satın alan üye sayısının da %(.....) arttığı görülmektedir.

(158) Aşağıdaki tabloda ise muhafazakâr bir yaklaşım ile SAHİBİNDEN ve rakip teşebbüslerden Ağustos ve Ekim aylarında yalnızca e-ihaleler kapsamında araç satın alan kurumsal kullanıcı sayılarına yer verilmektedir.

Tablo 17: 2023 Ağustos ve Ekim Aylarında E-İhale Platformlarından Araç Satın Alan Kurumsal Üye Sayısına Göre Pazar Payları (%)

| Teşebbüs | 2023 Ağustos | | 2023 Ekim | |
|------------|--------------|------------|------------|------------|
| | Üye Sayısı | Pazar Payı | Üye Sayısı | Pazar Payı |
| SAHİBİNDEN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| AUTOROLA | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| BORUSAN | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTOKOÇ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| İKİNCİYENİ | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ARABAMCOM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| MÜZAYEDE | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| OTONET | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TOPLAM | 1.739 | 100 | 1.892 | 100 |

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgiler

(159) Öncelikle SAHİBİNDEN'in 01.01.2023-01.11.2023 döneminde varsayımsal en dar pazar olan e-ihale pazarında dahi araç satın alan kullanıcı sayısı bakımından pazar payı (.....)'dır (bkz. Tablo-13). Yakıt çeki hediyeleşiminin rekabeti kısıtlayıcı bir etki yaratıp yaratmadığının ortaya konulması bakımından 2023 Ağustos ve Ekim ayları özelinde hazırlanan yukarıdaki tabloda ise SAHİBİNDEN'in pazar payının sırasıyla yaklaşık (.....) ve (.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, ilgili avantaj/teşvikten yararlanan kullanıcılar ise ilgili dönemde araç satın alan toplam kullanıcı sayısı içerisinde 2023 Ağustos ayı için yaklaşık (.....), 2023 Ekim ayı için yaklaşık (.....) paya sahiptir. Bir başka deyişle, ilgili ayda S-ATS'den araç alan kullanıcıların yalnızca "Yakıt Çeki Hediyesi" kampanyasından ötürü S-ATS'ye yöneldiği varsayılsa dahi SAHİBİNDEN'in araç satın alan kullanıcıların 2023 Ağustos ve Ekim aylarında sırasıyla

⁵⁹ S-ATS'de "teklif toplamalı veya kesin satışı olmak üzere açık artırma usulü" ve "Hemen Al" olmak üzere iki yöntem bulunmaktadır. "Hemen Al"da herhangi bir teklif süreci olmadığı için ilgili ayda araç satın alan üye sayısı teklif veren üye sayısından daha fazladır.

(.....) ve (.....)'lik bölümlerini yakalayabildiği, dolayısıyla rakip teşebbüslerin pazarın çok büyük bir bölümüne erişebilme imkânı bulunduğu değerlendirilmektedir. Keza ihalelerde satılan araç sayısı ve teklife açılan araç sayısı parametreleri açısından aylık verilere bakıldığında da (Tablo-12) SAHİBİNDEN'in pazara girişi akabinde teklife açılan araç sayısı bakımından pazar payını artırabilmesine karşın satılan araç sayısı bakımından pazar payının görece stabil seyrettiği anlaşılmaktadır. Söz konusu kampanyaların düzenlendiği aylardan biri olan Ağustos ayında ise pazar payının (.....) olarak gerçekleştiği ve bir önceki aya göre düşüş gösterdiği, diğer ay olan Ekim ayında ise bir önceki aya göre artmakla birlikte (.....) seviyesine ulaştığı ve ilgili ayda SAHİBİNDEN'in pazardaki en küçük oyuncu olduğu anlaşılmaktadır.

- (160) Yukarıda yer alan bilgi ve bulgular çerçevesinde, "Yakıt Çeki Hediyesi" kampanyasının bugüne kadar yalnızca iki kere düzenlendiği ve kampanyanın hitap ettiği kurumsal kullanıcı tabanının araç satın alan üye sayısı içerisinde oldukça düşük bir orana sahip olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu çerçevede, söz konusu avantajın/teşvikin pazarda rekabeti kısıtlayıcı potansiyel ve/veya fiili bir etki yaratmaktan uzak olduğu değerlendirilmiştir.

Apple AirPods ve Apple Watch Hediyeleri

- (161) Apple AirPods ve Apple Watch hediyeleri, yakıt çekine benzer şekilde araç satın alan kullanıcılara verilen avantaj/teşvik olup Bulgu-5'ten söz konusu kampanyanın 2023 Eylül ayında düzenlendiği anlaşılmaktadır. Şikâyet kapsamında söz konusu avantaj/teşvike yönelik herhangi bir husus dile getirilmemekle birlikte olası şüphelerin tümüyle giderilmesi için dosya kapsamında incelenmiştir.
- (162) SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazıda, yalnızca 2023 Eylül ayına mahsus S-ATS'den ilk aracını alan kullanıcılara 1 adet Apple 2. nesil AirPods, 5 adet ve üzeri araç alan kullanıcılara ise 1 adet Apple Watch SE hediye edildiği, bu kapsamda (.....) kullanıcının AirPods, (.....) kullanıcının ise Apple Watch almaya hak kazandığı belirtilmektedir. Tablo-16'da yer alan verilerden görüldüğü üzere, ilgili dönemde S-ATS kapsamında araç satın alan üye sayısı (.....) olup Apple AirPods ve Apple Watch avantaj/teşvikinden faydalanan kullanıcı sayısı (.....) ilgili dönemde S-ATS'den araç satın alan kullanıcı sayısının yaklaşık (.....)'i gibi büyük bir bölümüne tekabül etmektedir. Öte yandan, ilgili dönemde sadece e-ihale sistemi aracılığıyla pazarda araç satın alan toplam üye sayısı (.....)'tir. Dolayısıyla kampanyadan faydalanan kullanıcıların salt söz konusu kampanyadan S-ATS platformuna yöneldiği varsayılsa dahi SAHİBİNDEN pazarda araç satın alan toplam kullanıcı portföyünün yalnızca (.....)'lük bir bölümünü yakalayabilmiş olup rakip teşebbüslerin pazarda araç satın almaya istekli kurumsal kullanıcı sayısının çok büyük bir bölümüne erişebilme imkânının bulunduğu değerlendirilmektedir.
- (163) İlaveten, Tablo-16'dan ilgili kampanyanın yapıldığı 2023 Eylül ayında bir önceki aya nazaran ihalelerde teklife açılan araç sayısı iki kattan fazla artış göstermesine rağmen araç satın alan kullanıcı sayısının (.....)'dan (.....)'ya yükseldiği görülmektedir. Satılan araç sayısı bakımından da SAHİBİNDEN'in ilgili aydaki pazar payının (.....) olarak gerçekleştiği ve en küçük oyuncu olduğu görülmektedir. Bu çerçevede, münferit nitelikte olan kampanyanın pazardaki rekabeti kısıtlayıcı fiili veya potansiyel bir etki yaratmaktan uzak olduğu değerlendirilmiştir.

Hizmet Bedeli İndirimi

- (164) SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazıda, S-ATS'den araç satın alan kullanıcılardan aracın bedeline bağlı olarak değişen tutarlarda hizmet bedeli alındığı,

ancak 31.12.2023 tarihine kadar liste fiyatı üzerinden indirim sağlandığı belirtilmektedir. Şikâyet dilekçesinde söz konusu husus dile getirilmemekle birlikte olası tüm şüphelerin giderilmesi için hizmet bedeli indirimi incelenmiştir. Bu çerçevede, aşağıdaki tabloda SAHİBİNDEN'in güncel hizmet bedelleri benzer iş modeli benimseyen rakiplerinin hizmet bedelleri ile karşılaştırılmaktadır.

Tablo 18: SAHİBİNDEN ve Rakiplerinin Hizmet Bedelleri (TL)

| SAHİBİNDEN | | | ARABAMCOM | | |
|-----------------------|------------------------|------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------|
| Araç Satış Fiyatı | Liste fiyatı | İndirimli fiyat | Araç Satış Fiyatı | Hizmet Bedeli | |
| 0 - 249.999 | 6.000 | 5.500 | 0-199.999 | 4.000 | |
| 250.000 - 499.999 | 9.000 | 8.000 | 200.000 - 399.999 | 7.000 | |
| 500.000 - 749.999 | 12.000 | 10.000 | 400.000 - 599.999 | 10.000 | |
| 750.000 - 999.999 | 16.000 | 13.000 | 600.000 - 799.999 | 11.000 | |
| 1.000.000 - 1.499.999 | 20.000 | 16.500 | 800.000 - 1.249.999 | 13.000 | |
| 1.500.000 - 1.999.999 | 28.000 | 22.500 | 1.250.000 -1.499.999 | 15.000 | |
| 2.000.000 ve üzeri | 35.000 | 27.000 | 1.500.000 TL ve üzeri | 17.000 | |
| BORUSAN | | İKİNCİ YENİ | | AUTOROLA | |
| Araç Satış Fiyatı | Hizmet Bedeli | Satılan Aracın Fiyat Aralığı | Tutar / Araç Başı | Araç Satış Fiyatı | Hizmet Bedeli |
| 0-400.000 TL | 6.000 | 0 - 399.999 | 7.900 | 0-150.000 | 4.000 |
| | | 400.000 - 799.999 | 10.900 | 150.000-200.000 | 6.000 |
| 401.000-1.500.000 | %1.5 (6.000-22.500) | 800.000 – 1.599.999 | 12.900 | 250.000-500.000 | 8.000 |
| | | 1.600.000 – 2.199.999 | 29.900 | 500.000-750.000 | 9.500 |
| 1.500.000 üzeri | 22.500 TL | 2.200.000 ve Üzeri | 39.900 | 750.000-1.000.000 | 12.000 |
| | | | | 1.000.000-1.500.000 | 16.000 |
| | | | | 1.500.000 üzeri | 19.000 |

Kaynak: Teşebbüslerin internet sitelerinden elde edilen bilgiler

- (165) Yukarıda yer alan tablodan görüleceği üzere, her teşebbüs tarafından alınan hizmet bedeli tutarı farklı aralıklarla araç satış bedellerine göre değişmektedir. Dolayısıyla teşebbüslerin hizmet bedelleri arasında doğrudan bir kıyaslama yapılamamaktadır. Bununla birlikte, SAHİBİNDEN'in belirlediği araç satış fiyatı aralıklarındaki varsayımsal her bir araç bedeli için⁶⁰ SAHİBİNDEN'in indirimli hizmet bedelinin rakiplerinin hizmet bedeli ile eşit veya rakiplerinin hizmet bedellerinin üzerinde seyrettiği görülmektedir. Bu çerçevede, SAHİBİNDEN'in S-ATS'de araç alımı için kurumsal alıcılardan tahsil ettiği hizmet bedellerinin indirimli fiyatlarının tek başına kurumsal alıcıları S-ATS'ye yönlendirmeyi teşvik edecek niteliğe sahip olmadığı kanaatine varılmıştır.
- (166) Bunun yanı sıra, hizmet bedeline yönelik indirimin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi bağlamında bir ihlal teşkil edebilmesi için çevrim içi ikinci el araç alım-satım pazarındaki rakiplerini dışlayıcı nitelikte olması bir başka deyişle yıkıcı fiyatlamaya niteliği taşıması gerekmektedir. Zira böyle bir durumda SAHİBİNDEN'in S-ATS'ye yönelik hizmet bedeli indiriminin, hâkim durumda olduğu çevrim içi ilan listeleme pazarındaki finansal gücünü başka bir pazara aktarmasının bir örneği olan çapraz sübvansiyon kapsamında değerlendirilmesi gündeme gelebilir. Bununla birlikte, çapraz sübvansiyon yoluyla yıkıcı fiyatlamadan bahsedilebilmesi için (i) teşebbüsün bir pazarda hâkim

⁶⁰ Örneğin 850.000.-TL'lik bir araç için SAHİBİNDEN'in tahsil edeceği hizmet bedeli tutarı 13.000.-TL'dir. Aynı fiyattaki bir araç için ARABAMCOM'da da hizmet bedeli 13.000.-TL olmakta, ancak diğer rakiplerin tümü bu araç bedeli için daha düşük hizmet bedeli tahsil etmektedir.

durumda olması, (ii) hâkim durumda olmadığı bir diğer ilişkili pazarda maliyetin altında mal ve hizmet sunması ve (iii) söz konusu maliyetin altındaki satışlar nedeniyle ortaya çıkan zararını hâkim durumda olduğu pazarda elde ettiği gelir/kâr ile finanse etmesi koşullarının karşılanması gerekmektedir. Çapraz sübvansiyonun başlı başına hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmemesi nedeniyle, yıkıcı fiyatlamanın tespit edilemediği durumlarda ayrıca bir çapraz sübvansiyon değerlendirmesi yapılmasına gerek duyulmamaktadır. Kılavuz'da ise yıkıcı fiyat analizinde ortalama kaçınılabilir maliyet (OKM) ölçütünün esas alınabileceği belirtilmiştir. Bu çerçevede, aşağıdaki tabloda SAHİBİNDEN'in S-ATS hizmeti kapsamındaki kârlılık analizine yer verilmektedir:

Tablo 19: S-ATS Hizmeti Karlılık Analizi

| Gelirler | Tutar (TL) |
|--|------------|
| İhale Hizmet Bedeli | (.....) |
| Hemen Al Hizmet Bedeli | (.....) |
| Noter ve Devir Hizmet Bedeli | (.....) |
| Cezai Şart Bedeli | (.....) |
| Gelirler Toplamı | (.....) |
| Giderler | Tutar (TL) |
| Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri | (.....) |
| Dışarıdan Sağlanan Fayda ve Hizmetler | (.....) |
| -Rebate (indirim) giderleri | (.....) |
| -Diğer ⁶¹ | (.....) |
| Çeşitli Giderler ⁶² | (.....) |
| Diğer Danışmanlık Giderleri | (.....) |
| Maliyetler Toplamı | (.....) |
| Kar/Zarar | (.....) |
| Kar Marjı (%) | (.....) |
| Kaynak: Teşebbüsten elde edilen bilgiler | |

- (167) Yukarıda yer alan tablodan, 01.03.2023-01.11.2023 tarihleri arasında, SAHİBİNDEN'in S-ATS'ye yönelik gelirlerinin (.....) olduğu, buna karşın OKM olarak ele alınabilecek değişken maliyetlerinin ise (.....) olduğu ve teşebbüsün yaklaşık (.....) kâr marjı ile çalıştığı görülmektedir. Bu çerçevede, SAHİBİNDEN'in S-ATS faaliyetleri için maliyetinin altında fiyatlama yaptığına yönelik bir sonuca varmanın mümkün görünmediği, dolayısıyla hizmet bedeli indiriminin çevrim içi ikinci el araç alım-satım pazarında rekabeti kısıtlayıcı fiili veya potansiyel bir etki doğurmadığı değerlendirilmiştir.

I.4.4.1.2. Doping Uygulamasına Yönelik Değerlendirme

- (168) Doping uygulaması ilanları ön plana çıkarmaya, benzerlerinden ayrıştırmaya ve bu suretle ilanların daha fazla kişi tarafından görüntülenerek alıcısına hızlıca ulaştırmayı sağlamaktadır. SAHİBİNDEN'in internet sitesinden elde edilen bilgilere göre halihazırda "Üst Sıradayım", "Güncelim", "Küçük Fotoğraf", "Anasayfa Vitriini", "Kategori Vitriini", "Acil acil", "Kalın Yazı & Renkli Çerçeve" ve "Detaylı Arama Vitriini" olmak üzere 8 çeşit doping uygulaması bulunmakta olup S-ATS hizmeti kapsamında

⁶¹ En büyük kalemleri iade/uzlaşma gideri, ekspertiz giderleri, taşıt akaryakıt giderleri ve ödeme kuruluşu hizmet bedeli oluşturmaktadır.

⁶² En büyük kalemleri noter giderleri, taşıt kiralama giderleri ve kira-aidat giderleri oluşturmaktadır.

kurumsal alıcılara sağlanan “Üst Sıradayım” ve “Güncelim” dopingleri en popüler dopingler arasında bulunmaktadır.⁶³

- (169) “Üst Sıradayım” doping uygulaması www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yayında olan bir ilanın ilan yayınlanma tarihinin üzerinden zaman geçtikçe yeni ilanların yayına alınması nedeniyle arka sıralara düşmesinin önüne geçmek için doping sahibine ait ilanın “Gelişmiş Sıralama” seçeneğinde en üst bölümde kalmasını sağlayan bir doping türüdür. “Güncelim” dopingi ise ilan giriş tarihinin eskidiğini düşünen veya uzun zaman önce satmaktan/kiralamaktan vazgeçilip yayından kaldırılan ilanının tarihinin yenilenerek tekrar yayına alınmasını sağlamaktadır.⁶⁴ Aşağıdaki tabloda S-ATS'nin piyasaya sürülmesinden itibaren uygulanan her bir doping kampanyasının içeriğine, kampanya başlangıç tarihlerine ve kampanyadan faydalanan kullanıcı sayılarına yer verilmektedir.

Tablo 20: Doping Kampanyalarına İlişkin Veriler

| Kampanya Adı | Kampanya İçeriği | Kampanya Tarih | Yararlanan Kullanıcı Sayısı |
|--|---|----------------|---|
| İlk İhale Doping Kampanyası | Araç alan kullanıcılara 1 adet Üst Sıradayım dopingi hediye verilmiştir. | 07.03.2023 | (.....) |
| Central Rent a Car Özel İhalesi | İhalelerde teklif veren kullanıcılara 1 adet Güncelim, araç alanlara ise aldıkları araç kadar Üst Sıradayım dopingi hediye verilmiştir. | 06.06.2023 | Üst Sıradayım: (.....) Güncelim: (.....) |
| GRS Filo&Central Rent a Car Özel İhalesi | İhalelerde teklif veren kullanıcılara 1 adet Güncelim, araç alanlara ise aldıkları araç kadar Üst Sıradayım dopingi hediye verilmiştir. | 08.07.2023 | Üst Sıradayım: (.....) Güncelim: (.....) |
| Central Rent a Car Özel İhalesi | Araç alan kullanıcılara aldıkları araç kadar Üst Sıradayım dopingi hediye verilmiştir. | 24.10.2023 | (.....) |
| Ay Sonu İhalesi Doping Kampanyası | Araç alan kullanıcılara aldıkları araç kadar Üst Sıradayım dopingi hediye verilmiştir. | 31.10.2023 | (.....) |
| Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgiler | | | |

- (170) Yukarıda yer alan tablodan görüldüğü üzere, S-ATS hizmeti kapsamında kurumsal alıcılara S-ATS'nin faaliyete geçtiği tarihten bu yana geçen 9 aylık süre zarfında toplam 5 adet doping kampanyası sunulmuştur. Bunun yanı sıra, ilk kampanyanın hizmetin faaliyete geçtiği 2023 Mart ayında düzenlendiği, bunu 2023 Haziran ve Temmuz aylarındaki kampanyaların takip ettiği, son iki adet kampanyanın ise 2023 Ekim ayında düzenlendiği, bu suretle doping kampanyalarının bir süreklilik arz etmediği söylenebilecektir. Buna ilaveten, düzenlenen kampanyaların üç adedinin sadece belirli filo şirketleri veya araç kiralama şirketlerinin ihalelerine özel olduğu, dolayısıyla yalnızca iki adet kampanyanın daha geniş bir araç portföyünün sunulduğu ihaleleri kapsadığı anlaşılmaktadır.
- (171) Kurumsal alıcılar bakımından SAHİBİNDEN'in ilan listeleme platformu çevrim içi ilan listeleme hizmetleri bakımından olmazsa olmaz nitelikte bir üründür. “Vasita Kategorisindeki Çevrim İçi İlan Listeleme Pazarına Yönelik Hâkim Durum Analizi” başlıklı bölümde yer verildiği üzere, SAHİBİNDEN söz konusu pazarda yüksek pazar payına sahip olup uzun süredir hâkim durumdadır. Bu çerçevede, ilk etapta SAHİBİNDEN'in ilan listeleme hizmetlerinde daha görünür olmasına veya ilanının

⁶³ <https://www.sahibinden.com/doping-tanitim/>, Erişim Tarihi: 20.11.2023.

⁶⁴ <https://www.sahibinden.com/doping-tanitim/>, Erişim Tarihi: 20.11.2023.

güncel tutulmasına yönelik bir teşvikin kurumsal alıcı bakımından cezbedici nitelik taşıyabileceği, bu suretle kurumsal alıcılar çevrim içi ikinci el platformlar arasında seçim yaparken SAHİBİNDEN'in söz konusu teşviklerinin kurumsal alıcılar bakımından bir tercih sebebi olabileceği hususu gündeme gelebilecektir. Bununla birlikte, kaldırılacak teorisine ilişkin bölümde yer verildiği üzere, söz konusu eylemin rekabet hukuku kapsamında bir ihlal olarak değerlendirilebilmesi için aktarma eyleminin gerçekleştirildiği pazarda potansiyel veya fiili bir etki doğurması gerekmektedir.

- (172) Aşağıdaki tabloda ilgili kampanyadan yararlanan kullanıcı sayısının araç satın alan ve/veya ihalelerde teklif veren kullanıcı sayısı içerisindeki oranına yer verilmektedir. Tabloda belirtildiği üzere, "Üst Sıradayım" dopingi araç satın alan kullanıcılara, "Güncelim" dopingi ise ihalelerde teklif veren kullanıcılara sağlanmaktadır. İlgili hususlar dikkate alınarak iki doping türünden yararlanan kullanıcı sayısının S-ATS hizmeti ile araç satın alan ve ihalelerde teklif veren toplam kullanıcı sayısı içerisindeki payına aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir.

Tablo 21: "Üst Sıradayım" Dopingine Yönelik Bilgiler

| Kampanya Tarihi | Yararlanan Kullanıcı Sayısı | İlgili Ayda Araç Satın Alan Toplam Kullanıcı Sayısı | Oran (%) |
|--|------------------------------------|--|----------|
| 07.03.2023 | (.....) | (.....) | (.....) |
| 6.06.2023 | (.....) | (.....) | (.....) |
| 08.07.2023 | (.....) | (.....) | (.....) |
| 24.10.2023 ve 31.10.2023 | (.....) | (.....) | (.....) |
| Tarih Aralığı ⁶⁵ | Yararlanan Toplam Kullanıcı Sayısı | İlgili Dönemde Araç Satın Alan Toplam Kullanıcı Sayısı | Oran (%) |
| 01.03.2023-01.11.2023 | (.....) | (.....) | (.....) |
| Kaynak: Teşebbüsten elde edilen bilgiler | | | |

Tablo 22: "Güncelim" Dopingine Yönelik Bilgiler

| Kampanya Tarihi | Yararlanan Kullanıcı Sayısı | İlgili Ayda Teklif Veren Toplam Kullanıcı Sayısı | Oran (%) |
|--|------------------------------------|---|----------|
| 06.06.2023 | (.....) | (.....) | (.....) |
| 08.07.2023 | (.....) | (.....) | (.....) |
| Tarih Aralığı ⁶⁶ | Yararlanan Toplam Kullanıcı Sayısı | İlgili Dönemde Teklif Veren Toplam Kullanıcı Sayısı | Oran (%) |
| 01.03.2023-01.11.2023 | (.....) | (.....) | (.....) |
| Kaynak: Teşebbüsten elde edilen bilgiler | | | |

- (173) Yukarıdaki tablolarda yer alan verilerden, gerek "Üst Sıradayım" gerekse de "Güncelim" dopinginden yararlanan kullanıcı sayısının ilgili buldukları ay içerisindeki toplam kullanıcı sayısının en fazla (.....)'sine tekabül ettiği

⁶⁵ İlgili satırda S-ATS hizmetinin faaliyette bulunduğu tüm döneme ilişkin kümülatif oran ortaya konulmuştur. Bunun yanı sıra, "yararlanan toplam kullanıcı sayısı"nın hesaplanmasında ilgili dopinglerden yararlanan kullanıcı sayılarının toplamı esas alınmıştır. Bir başka deyişle bir kullanıcının farklı tarihlerdeki dopinglerden yararlanmış olması durumunda söz konusu kullanıcı iki farklı kullanıcı gibi dikkate alınmış olup ayırıştırma yapılmamıştır. Bununla birlikte, "ilgili dönemde araç satın alan toplam kullanıcı sayısı"nda bir kullanıcı farklı aylarda düzenlenen farklı ihalelerden toplam 5 araç alsa dahi tek bir kullanıcı olarak sayılmıştır. Dolayısıyla ilgili tablodaki oran ulaşılabilir en yüksek oranı ortaya koymakta, bir başka deyişle "yararlanan toplam kullanıcı sayısı"nda da aynı ayırıştırmanın yapılması durumunda oranın küçük de olsa bir miktar daha düşebileceği öngörülmektedir.

⁶⁶ İlgili satırda S-ATS hizmetinin faaliyette bulunduğu tüm döneme ilişkin kümülatif oran ortaya konulmuştur. Bunun yanı sıra, bir önceki dipnotta belirtilen hususlar bu tablodaki "yararlanan toplam kullanıcı sayısı" ve "ilgili dönemde teklif veren toplam kullanıcı sayısı"na ilişkin de geçerliliğini korumaktadır.

anlaşılmaktadır. Söz konusu oran sadece oransal olarak bakıldığında azımsanmayacak bir sayı olarak görünse de oranın en yüksek çıktığı ayda dopinglerden faydalanan kullanıcı sayısının “Üst Sıradayım” dopingi bakımından (.....) ve “Güncelim” dopingi bakımından (.....) olarak gerçekleştiği, dolayısıyla oldukça az olduğu, oranın yüksek çıkmasının esasında SAHİBİNDEN’in araç satın alan toplam kullanıcı sayısının az olmasından kaynaklandığı hususunun da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. SAHİBİNDEN’in sadece ihale iş modelinin benimsendiği en dar pazar tanımı altında dahi araç satın alan üye sayısı bakımından pazar payı (.....)’dir. Bunun yanı sıra, 2023 yılında pazarda düzenlenen tüm ihalelerde teklif veren üye sayısı 40.057 olup SAHİBİNDEN’in teklif veren üye sayısı (.....)’dir. Bu çerçevede SAHİBİNDEN’in teklif veren üye sayısı bakımından pazar payı (.....)’dir.

- (174) Buna ilaveten, SAHİBİNDEN’in faaliyet gösterdiği 01.03.2023-01.11.2023 dönemindeki kümülatif orana bakıldığında, “Üst Sıradayım” dopinginden yararlanan kullanıcı sayısının araç satın alan üye sayısının (.....)’sine, “Güncelim” dopinginden yararlanan kullanıcı sayısının ise ihalelere teklif veren kullanıcı sayısının (.....)’üne tekabül ettiği, dolayısıyla söz konusu avantaj/teşviklerin SAHİBİNDEN’in kullanıcı tabanının büyük bir bölümüne yayılmadığı anlaşılmaktadır. Dahası SAHİBİNDEN’in “Üst Sıradayım” dopinginden yararlanan toplam kullanıcı sayısının pazarda e-ihaleler vasıtasıyla araç alan toplam kullanıcı sayısı içerisindeki payının ve “Güncelim” dopinginden yararlanan kullanıcı sayısının pazardaki e-ihalelere teklif veren kullanıcı sayısının içerisindeki payının (.....)’in altında kaldığı, dolayısıyla oldukça ihmal edilebilir bir seviyede olduğu ve çevrim içi ikinci el araç-alım satım pazarında rakipleri dışlayıcı fiili veya potansiyel etki doğurmaktan oldukça uzak olduğu değerlendirilmektedir.
- (175) SAHİBİNDEN’in internet sitesinden elde edilen bilgilere göre “Üst Sıradayım” doping ücreti vasıta kategorisi için 1.999 TL, “Güncelim” doping ücreti ise vasıta kategorisi için 255 TL’dir.⁶⁷ 2023 yılında çevrim içi platformlarda satılan bir aracın ortalama değerinin 550.000 TL-750.000 TL⁶⁸ bandında değiştiği göz önünde bulundurulduğunda, maksimum doping ücretinin (2.000 TL) minimum araç bedelinin (550.000 TL) %0,4’üne tekabül ettiği, dolayısıyla araç satın alacak bir kullanıcıyı sadece bu teşvikten ötürü S-ATS’yi kullanmaya itecek bir etki yaratmaktan uzak olduğu kanaatine varılmıştır. Kullanıcı sayıları oranı da bu argümanı net bir biçimde desteklemektedir.
- (176) Şikâyette belirtilen bir diğer husus SAHİBİNDEN’in düzenlediği bu kampanyaları oto galerilerin ihalelere katılımını teşvik etmek için kullanıcıların karşısına açılır ileti çıkarmasıdır. SAHİBİNDEN tarafından gönderilen cevabi yazıda da yukarıda yer verilen kampanyaların SMS ile bildirildiği, buna ilaveten *push* bildirimi, *banner* ve açılır iletiler vasıtasıyla kullanıcıların SAHİBİNDEN hesaplarına girmeleri akabinde “Bana Özel” sayfalarında karşılıklarına çıktığı belirtilmektedir. Söz konusu bildirimlerle ilişkin ekran görüntülerine Bulgu-2’de yer verilmektedir.
- (177) İlgili bildirimlerin ne derece etkili olduğunu ortaya koyabilmek için S-ATS’ye gelen toplam trafiğin arama motoru, SAHİBİNDEN platformunun içerisinde geçiş, açılır iletiler vs. gibi hangi kaynaklardan elde edildiğine ilişkin olarak bilgi talep edilmiş ancak teşebbüs tarafından gönderilen cevabi yazıda; S-ATS’ye ilişkin ölçümleme

⁶⁷ <https://www.sahibinden.com/doping-tanitim/>, Erişim Tarihi: 21.11.2023.

⁶⁸ Kullanıcılardan tedarik edilen araçları kendi mülkiyetlerine geçirip daha sonra satma yönünde bir iş modeli benimseyen (.....) 2023 yılında elde ettikleri satış gelirlerinin sattıkları araç sayısına bölünmesi suretiyle elde edilmiştir.

geliştirmelerinin henüz tamamlanamadığı, ayrıca kanallar bazında elde edilen trafiği ayrıştıracak teknik yapının henüz oluşturulmadığı belirtilmektedir. Dolayısıyla ilgili bildirimlerin tıklanma oranlarına ilişkin herhangi bir analiz yapılamamıştır.

- (178) Bununla birlikte, söz konusu teşviklerin etkisine ilişkin yukarıda yapılan değerlendirme bu bölüm açısından da geçerliliğini korumaktadır. Araç satın alan kullanıcıların tamamının ilgili teşvikler ve bu teşviklere ilişkin yapılan bildirimler sonucu S-ATS'yi kullandığı varsayılsa dahi söz konusu unsurların bu aşamada çevrim içi ikinci el araç-alım satım pazarında rekabeti kısıtlayıcı fiili veya potansiyel bir etkiye sahip olmadığı değerlendirilmiştir.

1.4.4.2. SAHİBİNDEN'in Çevrim İçi İlan Listeleme Hizmetleri Pazarında Sahip Olduğu Kullanıcı Sayısı, Çevrim İçi Trafik Gücü, İlan Sayısı ve Galeri Ağını Kullanarak Çevrim İçi İkinci El Araç Alım-Satım Hizmetleri Pazarındaki Rekabeti Kısıtladığı İddiasına Yönelik Değerlendirme

- (179) Başvuru kapsamında ele alınan iddia çerçevesinde, somut olarak belirtilen tüm davranışlar bir önceki başlıkta değerlendirilmiş ve SAHİBİNDEN'in S-ATS sistemine katılımı artırmaya yönelik uyguladığı teşviklerin çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarında rekabeti kısıtlayıcı bir etki doğurmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra başvuruda, SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme hizmetleri pazarında sahip olduğu hâkimiyet unsurlarını (yüksek kullanıcı sayısı, geniş galeri ağı ile buna bağlı elde ettiği üye ilişkileri ve veri gücü, çevrim içi trafik ve ilan sayısı) çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarındaki konumunu güçlendirmek için kullanarak rekabete zarar verdiği iddia edilmiştir. Çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarında faaliyet gösteren ve bu önaraştırma kapsamında SAHİBİNDEN'in pazara girmesinin rekabet üzerindeki etkilerine dair görüşüne başvuru alan sektör oyuncuları da şikâyetçiye benzer şekilde; SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme hizmetleri pazarındaki faaliyetleri kapsamında elde ettiği üyelere ve ilanlara ilişkin çeşitli verileri kullanarak çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarında haksız bir rekabet avantajı elde edip rakiplerini dezavantajlı duruma getirebileceği yönündeki endişelerini dile getirmiştir.
- (180) Kaldıraç etkisi, hâkim durumdaki bir teşebbüsün bu gücünü faaliyette bulunduğu bir başka ilişkili pazarda kötüye kullanması olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu etki çerçevesinde, salt dikey bütünleşme ve komşu pazarlara giriş faaliyetlerinin rekabet hukuku kapsamında doğrudan bir ihlal niteliği taşımadığı, bir ihlal oluşması için hâkim durumdaki teşebbüsün asıl pazardaki gücünü rekabeti kısıtlamaya elverişli olacak bir şekilde yeni girdiği pazarlara aktarmasının beklendiği söylenebilecektir. Bu doğrultuda, hâlihazırda kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi ilan hizmetleri pazarlarında hâkim durumda olduğu tespit edilen SAHİBİNDEN'in bu pazardaki gücünü yeni girdiği çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarındaki rekabeti kısıtlamak için kullanıp kullanmadığı incelenmiştir. ARABAMCOM'dan gelen cevabi yazıda, SAHİBİNDEN'in 20.11.2023 tarihinde "OtoBid" markasıyla bireysel üyelerin araçlarının da e-ihale sistemine katılması faaliyetine başladığı belirtilmektedir. Ancak söz konusu hizmetin henüz yeni olması ve bu alanda bir veri oluşmaması nedeniyle değerlendirme kurumsal üyelere yönelik yapılabilmektedir.
- (181) Bu kapsamda öncelikle kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi ilan listeleme hizmetleri pazarında elde edilen kullanıcı verilerinin çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarında kullanımı yoluyla rekabetin kısıtlanıp kısıtlanmadığı, akabinde dosya kapsamında elde edilen bilgi ve belgelerden hareketle somut bir davranış tespit edilmeksizin genel bir perspektiften yukarıda belirtilen

hâkimiyet unsurları bakımından çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarında rekabet karşıtı bir etki doğup doğmadığı değerlendirilmiştir.

I.4.4.2.1. Kullanıcı Verilerinin Kullanımı Yoluyla Rekabetin Kısıtlandığı İddiası

- (182) İlk olarak, SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme hizmetleri kapsamında elde ettiği verilerin hangilerinin S-ATS hizmeti kapsamında kullandığı ve bu verilerin kullanma amacı incelenmiştir.
- (183) SAHİBİNDEN tarafından, hâlihazırda ilan paketi sahibi olan kurumsal kullanıcıların iletişim bilgilerinin ve ilan verdikleri araçlara dair bilgilerin S-ATS hizmetinin tanıtımında ve ihalelere ilişkin bildirimlerde kullanıldığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda kurumsal kullanıcıların www.sahibinden.com'daki hesaplarında kayıtlı olan iletişim bilgileri kullanılarak yapılan saha satış ekibi ziyaretlerinde ve tele satış ekibi aramalarında S-ATS'nin tanıtıldığı belirtilmiştir⁶⁹. Bunun yanı sıra ilan paketine sahip kurumsal mağazaların isimlerine, telefon numaralarına ve ilandaki araçlarına dair bilgilere www.sahibinden.com'daki mağaza ve ilan sayfalarından herkesin erişebildiği de beyan edilmiştir.
- (184) İlgili verilerin kullanım amacına bakıldığında ise, (.....) vurgulanmıştır.
- (185) İkinci olarak ise söz konusu bilgilerin (.....) için kullanıldığı görülmüştür. SAHİBİNDEN, (.....) ifade edilmektedir.
- (186) SAHİBİNDEN'in yukarıdaki beyanlarının yanı sıra, 18.01.2023 tarihli Bulgu-1'deki yazışmalarda; S-ATS hizmeti kullanıma sunulmadan önce hem araç kiralama filoları hem de galerilerle görüşmeler gerçekleştirildiği, ön talep toplama fazında (.....) galerinin sisteme kaydolmayı kabul ettiği, (.....) galerinin ise sisteme kaydının onaylandığı, sisteme kaydolun galerilerin (.....)'ü SAHİBİNDEN'de en fazla 25'lik ilan paketi sahibiyken (.....)'inin en fazla 10 yıldır üye olduğu ve bu noktada SAHİBİNDEN'in marka güvencesinin ve bilinir ara yüzünün galerileri ikna etmeyi kolaylaştırdığı vurgulanmıştır. 11.05.2023 tarihli Bulgu-3'te ise; S-ATS hizmeti kapsamında gerçekleştirilen ihalelere katılmamış (.....) adet mağaza ile görüşmek için aramalara başlandığı, toplamda (.....) firma ile görüşme sağlandığı, görüşme yapılan mağazaların (.....)'sinin (.....) sonraki ihalelere katılacağını belirttiği, sonraki ihalelere katılacağını belirten firmalarının (.....)'inin zaman bulamadığı için, (.....)'unun ise araç fiyatlarının yüksek olmasından dolayı ihalelere katılmadığını belirttiği, görüşme yapılan mağazaların %(.....)'inin (.....) sonraki ihalelere katılmayacağını belirttiği, sonraki ihalelere katılmayacağını belirten firmaların (.....)'sının ise ihale süreci ile araç almak istemediğini ifade ettiği görülmektedir.
- (187) Söz konusu bulgulardan; SAHİBİNDEN'in S-ATS hizmetini uygulamaya geçirmeden önce kurumsal kullanıcılarla iletişime geçerek ön talep topladığı, ilgili hizmet sunulmaya başlandıktan sonra ise ihalelere katılmayan kullanıcılarla görüşmeler gerçekleştirilerek ihalelere katılmama sebeplerinin ve sonraki ihalelere katılıp katılmayacaklarının araştırıldığı anlaşılmaktadır.
- (188) Bunun yanı sıra SAHİBİNDEN ilgili duruma gerekçe olarak, S-ATS hizmeti geliştirilirken araç alım satımlarında güvenli, şeffaf, süreçleri net, ödeme sistemi belirli olan bir sisteme ihtiyaç duyulmasından hareket edildiğini, vasıta alanında çalışılan kurumsal üyelerin ihtiyaç duydukları vasıtalara bu şekilde tasarlanacak bir sistem

⁶⁹Hâlihazırda www.sahibinden.com'da hesabı bulunup, S-ATS kullanıcısı olmayanlara, S-ATS'nin tanıtımının SMS ve e-posta kanalıyla yapılmadığı ancak ticari ileti izinleri mevcut olduğundan ileride bu kanalların kullanılmasının söz konusu olabileceği belirtilmiştir.

aracılığıyla erişebilme imkânları olmasının kurumsal üyelerin faaliyetlerini ekonomik açıdan iyileştireceğini, bu şekilde kurumsal üyelerin ihtiyaç duyacağı vasıtaların belirlenmesinin sistem ile hedeflenen ekonomik etkinliklere erişilebilmesi için önem arz ettiğini beyan etmektedir.

- (189) SAHİBİNDEN'in konuya ilişkin beyanları ve yerinde incelemede elde edilen belgelerden; SAHİBİNDEN'in S-ATS hizmeti tanıtmak ve kullanıcı çekmek için çevrim içi ilan listeleme pazarındaki faaliyetleri kapsamında elde ettiği kullanıcı ve ilan bilgilerini kullandığı, öte yandan ilgili verilerin (kurumsal üyelerin iletişim ve ilan bilgileri) www.sahibinden.com platformu üzerinden herkesin görebileceği/kamuya açık veriler olduğu ve sadece pazarlama ile tanıtım faaliyetlerinde kullanıldığı anlaşılmıştır. www.sahibinden.com internet sitesine girildiğinde, oto galerilere ait ilanların listelenme imkânı bulunmakta ve her bir galerinin www.sahibinden.com'da yer alan araç portföyüne ve iletişim bilgilerine ulaşılabilir. Bu çerçevede, söz konusu davranışın tek başına SAHİBİNDEN'in çevrim içi ikinci el araç alım satım hizmetleri pazarındaki rekabeti kısıtlama güdüsü olduğunu gösterir nitelikte olmadığı değerlendirilmiştir.

I.4.4.2.2. Kullanıcı Sayısı, Çevrim İçi Trafik Gücü ve İlan Sayısı Parametreleri Üzerinden Rekabetin Kısıtlandığı İddiasının Değerlendirilmesi

Kullanıcı Sayısı

- (190) SAHİBİNDEN, vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında 2020, 2021, 2022 yılları ve 2023 yılının ilk 10 ayında sırasıyla; (.....) kurumsal üye elde etmiş ve ilgili dönem boyunca ortalama (.....) pazar payı ile pazar liderliğini korumuştur. SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında sahip olduğu bu payın ise rakibi ARABAMCOM'un pazar payının yaklaşık (.....) katına tekabül ettiği anlaşılmıştır. Dolayısıyla SAHİBİNDEN'in kurumsal üyelere yönelik vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olduğu tespit edilmiştir.
- (191) SAHİBİNDEN'in S-ATS hizmetini sunmaya başladığı Mart 2023'ten itibaren düzenlendiği ihalelere katılım gösteren kullanıcı sayılarına bakıldığında ise; ihalelere teklif veren üye sayısının (.....), araç satan üye sayısının (.....) ve araç satın alan üye sayısının ise (.....) olduğu görülmektedir. S-ATS hizmeti kapsamında ihalelere teklif veren kurumsal üye sayısı vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında sahip olduğu kurumsal üye sayısına oranlandığında, kurumsal üyelerin ihalelere katılım oranı (.....)'dir. S-ATS ihaleleri kapsamında araç satın alan üye sayısı, ilan hizmetlerini kullanan kurumsal üyelerinin sayısına oranlandığında ise vasıta kategorisine yönelik ilan hizmetlerini kullanan kurumsal üyelerin araç satın alım oranı (.....)'a kadar düşmektedir.
- (192) Hem kurumsal üyelerin vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında hem de çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarında faaliyet gösteren ARABAMCOM için ise kurumsal üyelerin ihalelere katılım oranı (.....)'dir. Her ne kadar SAHİBİNDEN vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında yüksek sayıda kurumsal kullanıcıya sahip olsa da, ilgili kullanıcılarının S-ATS kapsamındaki ihalelere katılımının (.....) ile sınırlı kaldığı, kurumsal üyelerin araç satın alım oranının ise (.....) ile daha da düşük seyrettiği görülmektedir.
- (193) Bulgu-1 ve Bulgu-3'ten görüldüğü üzere, SAHİBİNDEN 2023 yılında toplam (.....) kurumsal üye ile iletişime geçmiştir ve iletişime geçilen kurumsal üyeler SAHİBİNDEN'in tüm kurumsal üyelerinin yalnızca (.....)'ini temsil etmektedir.

(194) İlaveten, SAHİBİNDEN'in ihalede iletilen teklif sayısı bakımından çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarındaki pazar payı (.....)'dir. Çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarında ihalede iletilen teklif sayısı bakımından OTOKOÇ (.....)'luk pazar payı ile pazar lideri konumundadır. AUTOROLA (.....) pazar payı ile ikinci sıradadır. SAHİBİNDEN ise söz konusu parametre bakımından pazar payı en düşük olan oyuncudur.

İlan Sayısı

(195) Hâkim durum değerlendirmesinde dikkate alınan ve SAHİBİNDEN'in pazardaki gücünü gösteren bir diğer parametre ise ilan sayısıdır. SAHİBİNDEN platformunda vasıta kategorisinde son dört yıl içerisinde yayınlanan toplam ilan sayısı yaklaşık (.....) ila (.....) milyon arasında gerçekleşirken kurumsal ilan sayısı (.....) milyon civarında seyretmektedir. Bu kapsamda vasıta kategorisinde yayınlanan kurumsal ilanların sayısının toplam ilan sayısının yaklaşık olarak üçte birine tekabül ettiği görülmektedir.

(196) İlan sayısı üzerinden yapılacak karşılaştırmada, çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarı bakımından kıstas olarak ihalelerde teklife açılan araç sayısı dikkate alınabilecektir. 2023 yılı Mart ayından bu yana SAHİBİNDEN'in S-ATS hizmeti kapsamında ihalelerde teklife açılan toplam araç sayısı (.....)'tür. Bu rakam SAHİBİNDEN üzerinden vasıta kategorisinde yayınlanan kurumsal ilan sayısının (.....)'ına tekabül etmektedir.

(197) Bunun yanı sıra, SAHİBİNDEN'in ihalede teklife açılan araç sayısı bakımından çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarındaki pazar payı ise (.....)'tür. Çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarındaki oyuncuların ihalede teklife açılan araç sayısı bakımından AUTOROLA (.....)'luk pazar payı ile pazar lideri konumundadır. AUTOROLA'yı, (.....) ve (.....)'lik pazar payları ile sırasıyla OTOKOÇ ve BORUSAN takip etmektedir. SAHİBİNDEN ise ARABAMCOM ile birlikte pazarın en küçük oyuncuları arasında yer almaktadır.

Çevrim İçi Trafik

(198) SAHİBİNDEN'in aldığı çevrim içi trafiği yansıtması bakımından sayfa ziyaret sayıları dikkate alınabilecektir. SAHİBİNDEN' tüm kategorilerine ilişkin olarak 10-31 Ekim 2023 tarihleri arasında mobil uygulama üzerinden (.....), internet sitesi üzerinden (.....) ve toplamda ise (.....) ziyaret almıştır. S-ATS'nin ziyaret sayısının ise aynı tarih aralığı için (.....) olduğu belirtilmektedir⁷⁰. S-ATS'nin aldığı trafik SAHİBİNDEN'in aldığı trafiğe oranlandığında mobil uygulamalar için (.....)'den bile küçük olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda SAHİBİNDEN'in sahip olduğu trafiği, S-ATS'ye yönlendirildiği çıkarımını yapmak mümkün değildir.

(199) Sonuç olarak,

- SAHİBİNDEN'in vasıta kategorisine yönelik ilan hizmetlerini kullanan kurumsal üyelerin ihalelere katılım oranının (.....) olduğu,
- S-ATS hizmeti kapsamında ihalelerde teklife açılan toplam araç sayısının vasıta kategorisinde yayınlanan kurumsal ilan sayısının (.....)'ına tekabül ettiği,

⁷⁰ SAHİBİNDEN tarafından söz konusu verilerin yalnızca iOS ve Android mobil uygulamalara ait olduğu, web platformuna ait verilerin iş geliştirme sürecinin tamamlanamaması nedeniyle hâlihazırda ölçülemeye, mobil uygulamalardaki ölçümleme işlemleri Ekim ayı başında başladığı için mobil uygulamalara ait verilerin de sadece 10-31 Ekim tarihleri arasına ait olduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda ziyaret sayısına ilişkin değerlendirmeler yalnızca 10-31 Ekim tarihleri arasında alınan ziyaretleri kapsamaktadır.

- S-ATS'nin aldığı trafiğin SAHİBİNDEN'in toplam trafiği içerisindeki payının (.....)'in altında olduğu

tespit edilmiştir.

- (200) Diğer taraftan çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarında genel olarak SAHİBİNDEN ile birlikte AUTOROLA, BORUSAN, OTOKOÇ, İKİNCİYENİ, ARABAMCOM, MÜZAYEDE ve OTONET gibi çok sayıda oyuncu bulunmakta, SAHİBİNDEN'in düzenlenen ihale sayısı, teklife açılan araç sayısı, teklif sayısı ve satılan araç sayısı parametreleri bakımından pazar payının sırasıyla (.....), (.....), (.....) ve (.....) ile düşük oranlarda seyretmekte ve pazarda AUTOROLA, OTOKOÇ, BORUSAN ve ARABAMCOM güçlü bir konumda bulunmaktadır.
- (201) Tüm bu bilgiler ışığında, SAHİBİNDEN'in vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında sahip olduğu gücü çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarına aktardığına yönelik herhangi bir gösterge bulunmamaktadır. Çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarının genel olarak rekabetçi bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Bu kapsamda SAHİBİNDEN'in vasıta satış faaliyetlerine yönelik çevrim içi platform hizmetleri pazarında sahip olduğu gücü çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarına aktarmak suretiyle bu pazardaki rekabeti kısıtlamadığı, SAHİBİNDEN'in çevrim içi ikinci el araç alım-satım hizmetleri pazarına girişinin bu pazardaki rakipleri üzerinde herhangi bir dışlayıcı etkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

I.4.5. Geçici Tedbir Talebinin Değerlendirilmesi

- (202) Başvuru sahibi tarafından ayrıca çevrim içi ikinci el araç alım-satım pazarında rekabetin korunması maksadıyla geçici tedbir uygulanarak SAHİBİNDEN'in S-ATS hizmetini sunmasının durdurulması veya anılan hizmetin sunumunda SAHİBİNDEN'in çevrim içi ilan listeleme pazarında sahip olduğu pazar gücünü kullanmasının engellenmesi talep edilmektedir. 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin dördüncü fıkrasında "Kurul, nihai karara kadar ciddi ve telafi olunmayacak zararların ortaya çıkma ihtimalinin bulunduğu durumlarda, ihlalden önceki durumu koruyucu nitelikte ve nihai kararın kapsamını aşmayacak şekilde geçici tedbirler alınabilir." ifadelerine yer verilmektedir. Dosya kapsamında elde edilen bilgiler ışığında iddia konusu eylemlerin rekabet ihlali oluşturmadığı sonucuna varıldığından geçici tedbir kararı alınmasına gerek olmadığına karar verilmiştir.

J. SONUÇ

- (203) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,
- 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikâyetin reddi ile soruşturma açılmamasına,
 - 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesi kapsamında geçici tedbir kararı alınmasını gerektirecek şartların varlığına dair herhangi bir tespit yapılamadığından, başvuru sahibinin geçici tedbir talebinin reddine

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