

REKABET KURUMU

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-1-038 (Soruşturma/Taahhüt)
Karar Sayısı : 24-40/950-409
Karar Tarihi : 03.10.2024

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Hasan Hüseyin ÜNLÜ,
Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK, Rıdvan DURAN

B. RAPORTÖRLER : Melisa AĞYÜZ AYDOĞDU, Şeyda EROL ÖZTÜRK,
Derya ERMİŞ, Habil Arda KEL, Kübra Nur YILMAZ,
Ömer Furkan ÖZDEMİR, Fatih BOZBIYIK,
Muhammet DEMİREL, Tuğba BOLAT YILDIRIM,
Yağmur DOLU İNCEGELİŞ

C. İLGİLİ TARAF : - DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret AŞ
Temsilcileri: Av. Evrim KAŞLIOĞLU,
Av. Hilal ÖZÇELİK GÜLDESTE, Av. Hakan DEMİRKAN,
Av. Mehmet Taha COŞKUN
Bağdat Cad. Vezir Sk. Ünsal Apt. No:4 D:11
Caddebostan, Kadıköy/İSTANBUL

D. BAŞVURUDA BULUNAN

: - Resen

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Rekabet Kurulunun 19.10.2023 tarihli, 23-49/940-M sayılı kararıyla otomatik fiyatlama mekanizması aracılığıyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin tespit edilmesi amacıyla D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret AŞ hakkında aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca, DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret AŞ ve Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Ltd. Şti. hakkında ise aynı Kanun'un 40. maddesi uyarınca açılan soruşturma kapsamında DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret AŞ'nin sunmuş olduğu taahhütlerin değerlendirilmesi
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret AŞ'nin (HEPSİBURADA) satıcı üyeler arasında ayrımcılık yapmak ve satıcı üyeler ile akdettiği sözleşmelerde "En Çok Kayrılan Müşteri" (EKM) koşuluna yer vermek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u (4054 sayılı Kanun) ihlal edip etmediğinin tespit edilmesi amacıyla düzenlenen 31.08.2023 tarihli ve 2023-1-038/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulunun (Kurul) 31.08.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 23-40/759-M sayılı karar ile HEPSİBURADA hakkında 4054 sayılı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (3) Önaraştırma kapsamında yapılan inceleme, tespit ve değerlendirmeler sonucunda hazırlanan 29.09.2023 tarihli ve 2023-1-038/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, Kurulun 19.10.2023 tarihli toplantısında görüşülerek 23-49/940-M sayılı ile;
 - HEPSİBURADA'nın çevrim içi çok kategorili e-pazaryeri hizmeti pazarında gerçekleştirdiği iddia edilen ayrımcı davranışlar ve satıcı üyeler ile akdettiği sözleşmelerde yer alan EKM koşulu bakımından 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına,

- HEPSİBURADA tarafından kullanılan otomatik fiyatlandırma mekanizması ile 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin tespiti amacıyla HEPSİBURADA hakkında aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına

karar verilmiştir.

- (4) Bununla birlikte 19.10.2023 tarihli Kurul toplantısında HEPSİBURADA ile aynı sektörde faaliyet gösteren diğer teşebbüsler olan DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret AŞ'nin (TRENDYOL) ve Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Ltd. Şti.'nin (AMAZON) de otomatik fiyatlandırma mekanizmasını kullandığı hususu kamuya açık kaynaklardan tespit edilmiş, bu çerçevede TRENDYOL ve AMAZON hakkında da 4054 sayılı Kanun'un 40. maddesi uyarınca re'sen soruşturma açılmasına 23-49/940-M sayı ile karar verilmiştir.
- (5) 31.10.2023 tarihinde TRENDYOL tarafından tebellüğ edilen Soruşturma Bildirimi'ne cevaben TRENDYOL tarafından sunulan birinci yazılı savunma 30.11.2023 tarihli ve 45508 sayılı yazı ile Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına intkal etmiştir.
- (6) Yürütülmekte olan soruşturma kapsamında Kurum kayıtlarına 16.01.2024 tarih ve 47466 sayı ile intikal eden yazıyla TRENDYOL, soruşturma konusu iddialar ile bağlantılı endişeleri bertaraf etmek amacıyla taahhüt sunma talebinde bulunmuştur.
- (7) Tarafın taahhüt sunma talebi üzerine hazırlanan 02.02.2024 tarihli ve 2023-1- 038/BN-01 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 08.02.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş, yapılan görüşme sonucunda tarafların taahhüt sunma taleplerine ilişkin kararın 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önerştirmelerde ve Soruşturmelerde Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ'in (2021/2 sayılı Tebliğ) 6. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca ertelenmesine 24-07/112-M sayı ile karar verilmiştir.
- (8) Kurul tarafından alınan taahhüt başvurularının ertelenmesi kararının akabinde, daha detaylı araştırma yapılarak inceleme konusu edilen rekabet sorunlarının yeterli açıklıkta ortaya konabilmesi adına TRENDYOL tarafından satıcıların kullanımına sunulan otomatik fiyatlandırma mekanizmasının, satıcılar arasında olası bir koordinasyon doğurucu etkisinin olup olmadığının tespitine ilişkin olarak analiz yapılması ihtiyacı ortaya çıkmış olup 19.02.2024 tarihli ve 83807 sayılı yazı ile Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesinden (EAAD) bu hususta görüş talebinde bulunulmuştur. İlgili talebe ilişkin görüş yazısı 12.08.2024 tarih ve 94091 sayı ile kayıt altına alınmıştır.
- (9) İlâveten dosya kapsamında EAAD tarafından gerçekleştirilmesi planlanan veri derleme ve sayısal analizlerin zaman gerektirmesi ile cevabi yazıların tam ve eksiksiz şekilde elde edilmesinin zaman alması sebebiyle, 18.03.2024 tarihli ve 2023-1-038/BN-02 sayılı Bilgi Notu ile ek süre talep edilmiştir. Süre uzatım talebi, Kurulun 21.03.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 24-14/286-M sayı ile soruşturmanın süresinin bitiminden itibaren 6 ay uzatılmasına karar verilmiştir.
- (10) EAAD tarafından hazırlanan görüş yazısının incelenmesinin akabinde 13.08.2024 tarihli ve 2023-1-38/BN-3 sayılı Bilgi Notu ile teşebbüsün taahhüt sunma talebi değerlendirilmiştir. Söz konusu Bilgi Notu, Kurulun 22.08.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 24-34/824-M sayı ile TRENDYOL ile taahhüt görüşmelerine başlanmasına karar verilmiştir.
- (11) Taahhüt süreci kapsamında Soruşturma Heyeti, taahhütlerin şekillendirilmesi adına, TRENDYOL ile 04.09.2024 tarihinde görüşme gerçekleştirmiştir. Bu sürecin sonunda, TRENDYOL tarafından sunulan Taahhüt Metni 24.09.2024 tarih ve 56654 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (12) Yukarıda yer verilen süreç sonucunda TRENDYOL tarafından sunulan Taahhüt Metni'nin değerlendirilmesine ilişkin hazırlanan 27.09.2024 tarihli ve 2023-1-038/BN-04 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (13) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notu'nda özetle; TRENDYOL tarafından sunulan Taahhüt Metni'nin rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu; dosya kapsamındaki rekabet karşıtı endişeleri ortadan kaldırma noktasında yeterli olduğu, dolayısıyla Taahhüt Metni'nin 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin üçüncü fıkrası ile 2021/2 sayılı Tebliğ'in 14. maddesinin birinci fıkrası uyarınca bağlayıcı hale getirilerek soruşturma sürecinin sonlandırılmasının uygun olacağı ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. İlgili Taraf Hakkında Bilgi (TRENDYOL)

- (14) TRENDYOL 12.10.2009 tarihinde kurulmuş olup ticari faaliyetlerini www.trendyol.com adresli internet sitesi üzerinden sürdürmektedir. TRENDYOL kurulduğu yıllarda yalnızca perakendeci olarak kendisine ait ürünlerin satışını yapmaktayken 2017 Ekim ayında hibrit bir yapıya kavuşarak pazaryeri hizmeti de sunmaya başlamıştır. Pazaryeri hizmeti kapsamında üçüncü taraf satıcılar farklı ürün kategorilerindeki birçok ürünü TRENDYOL'un internet sitesi aracılığıyla satışa sunmaktadır. Böylelikle TRENDYOL, hem satıcılar ile tüketiciler arasındaki alışverişlere aracılık etmekte hem de aynı platform üzerinde kendi ürünlerinin satışını yapmaktadır. TRENDYOL, www.dolap.com adresli internet sitesi üzerinden ikinci el ürünlerin satışa sunulmasına da aracılık etmektedir.
- (15) TRENDYOL e-ticaretteki pazaryeri ve perakende faaliyetleri dışında bu faaliyetleriyle ilişkili pazarlara da giriş yapmıştır. 2018 yılında kurduğu ve hisselerinin tamamına sahip olduğu Trendyol Lojistik AŞ (TEX) vasıtasıyla, kendi araçlarıyla kendi hesaplarına çalışan taşıyıcılara taşıma işleri organizatörü sıfatıyla aracılık hizmeti sunmaya başlamıştır. TRENDYOL aynı zamanda, DSM Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri AŞ'nin hisselerinin de tamamına sahip olup bu iştiraki aracılığıyla ödeme ve elektronik para hizmetleri alanında faaliyet göstermektedir. Teşebbüs ayrıca, market ve yemek siparişlerinin 30 dakika içerisinde teslim edilebilmesi için 2020 yılında, DSM Hızlı Teslimat ve Lojistik AŞ adıyla bir şirket daha kurmuştur. Hızlı Market - Trendyol GO adıyla anılan hizmet kapsamında ürünler, teşebbüsün kendi kuryeleri tarafından temin edilerek müşteriye teslim edilmektedir.

H.2. Fiyatlandırma Algoritmalarına İlişkin Teorik Çerçeve ve Literatür

H.2.1 Genel Olarak Algoritmalar

- (16) Ekonominin dijitalleşmesinin bir sonucu olarak, çeşitli sorunları çözmek için giderek artan sayıda teşebbüsün fiyatlandırma modellerini geliştirmek, hizmetleri özelleştirmek ve pazar eğilimlerini tahmin etmek için algoritmaları kullandığı görülmektedir. Kullanımı günden güne artan algoritmalar, çeşitli pazarlardaki rekabet ortamı ile ticari ve stratejik karar alma şeklini de değiştirmiştir. Algoritmalar, çeşitli sektörlerde, veri izleme ve

toplama algoritmaları¹, kişiselleştirme ve tüketici verilerine dayalı algoritmalar² ve fiyatlandırma algoritmaları olarak kategorize edilmekte ve belirli görevleri yerine getirmek adına çalışabilmektedir.

- (17) Algoritmalar, gerek arz gerek talep tarafında etkinlik artırıcı ve rekabet yanlısı birçok etkiye sahip olup bu etkiler etkinlik kazanımlarına ve işlem maliyetlerinin düşmesine sebep olabilmektedir. Söz konusu kazanımlara, algoritmaların, yeni veya geliştirilmiş ürünlerle sonuçlanan yıkıcı inovasyonu tetiklemesi, iyileştirilmiş üretim süreçleri veya daha üretken çalışanlar aracılığıyla maliyetleri düşürmesi, daha küçük yeni katılımcıların pazar bilgisi edinmelerine veya daha düşük maliyetlerle yeni yıkıcı ürünler geliştirmelerine olanak tanıyarak pazara giriş engellerini azaltması, tüketicilere rekabetin temel boyutları (fiyat, kalite ve tüketici tercihleri gibi) hakkında karşılaştırılabilir bilgilerle birlikte uygun bir ürün yelpazesi sunarak müşteri arama maliyetlerini azaltması ve arz ile talebin dengelenmesini sağlayacak dinamik fiyatlandırma mekanizmaları sağlaması örnek olarak gösterilebilecektir³.
- (18) Algoritmalar daha iyi ve özelleştirilmiş ürün ve hizmetler açısından hem teşebbüslere hem de tüketicilere fayda sağlayan önemli verimlilikler yaratabileceği gibi rekabeti azaltıcı ve tüketicilere zarar verici şekilde de kullanılabilir⁴. Algoritmaların yaygın kullanımı, teşebbüslerin herhangi bir resmi anlaşma veya (fiziki) etkileşim olmadan gizli anlaşmaya varmasını ve bu anlaşmayı sürdürmesini kolaylaştırabileceği için muhtemel rekabete aykırı davranışlara ilişkin endişeleri de beraberinde getirmektedir⁵. Bu endişeler özellikle e-ticaret alanında sıklıkla kullanılan ve diğer alanlarda da daha yaygın hale gelmesi muhtemel olan fiyatlandırma algoritmaları üzerinde yoğunlaşmaktadır.

H.2.2. Fiyatlandırma Algoritmalarının Yol Açtığı Rekabet Karşıtı Endişeler

- (19) Fiyatlandırma algoritmaları dışındaki diğer algoritmaların da rekabet karşıtı etkiler doğurması mümkün olmakla birlikte literatürdeki çalışmaların büyük bir çoğunluğu, fiyatların belirlenmesine ve fiyatların takip edilmesine hizmet eden fiyatlandırma algoritmalarına odaklanmaktadır. Fiyatlandırma algoritmaları;
- Fiyat izleme algoritmaları,
 - Dinamik fiyatlandırma algoritmaları ve
 - Kişiselleştirilmiş fiyatlandırma algoritmaları

olmak üzere çeşitli türlere ayrılmaktadır. Fiyat izleme algoritmaları, pazarda faaliyet gösteren diğer firmaların fiyatlarını takip etme; dinamik fiyatlandırma algoritmaları, diğer firmaların fiyatlarına ve/veya talep gibi piyasa koşullarına göre bir fiyat önerme veya otomatik olarak fiyat belirleme ve son olarak kişiselleştirilmiş fiyatlandırma algoritmaları

¹ Algoritmalar genel piyasa dinamikleri, rakipler (örneğin, web tarama algoritmaları aracılığıyla) veya alıcı davranışları ve tercihleri gibi çeşitli verilerin toplanmasını kolaylaştırabilmektedir. Örneğin, Avrupa Komisyonu'nun (Komisyon) Haziran 2015 ile Mart 2016 arasında gerçekleştirdiği e-ticaret sektörü araştırması, çevrim içi perakendecilerin önemli bir kısmının, diğer satıcıların belirlediği fiyatları izlemek için bu tarz algoritmalar kullandığını ortaya koymaktadır.

² Çeşitli hedefleme teknolojileri ve tahmin modellerinin tüketici verileriyle kombinasyonu sayesinde, algoritmalar ürün ve hizmetlerin kişiselleştirilmesine özellikle de reklamlar açısından katkıda bulunabilmektedir. Bu algoritma kullanımının klasik bir örneği, birçok e-ticaret sitesinde kişisel ilgi alanlarına ve geçmiş satın alımlara dayalı ürün önerileri şeklinde örneklendirilebilecektir.

³ OECD (2023), *Algorithmic Competition*, *OECD Competition Policy Roundtable Background*, s. 10.

⁴ OECD (2023), s. 11.

⁵ OECD (2017), *Algorithms and Collusion: Competition Policy in the Digital Age*, <https://www.oecd.org/daf/competition/Algorithms-and-collusion-competition-policy-in-the-digital-age.pdf>, Erişim Tarihi: 15.09.2024.

ise fiyatları belirli kişilere ve ilgili kişilerin özelliklerine göre uyarlama işlevi göstermektedir⁶.

- (20) Niteliğinden bağımsız olarak fiyatlandırma algoritmaları, kapsamlı piyasa bilgilerini dikkate alarak dalgalanan talep ve arzın eşleşmesini olanaklı kılacak ve piyasaların daha etkili çalışmasını temin ederek daha düşük fiyatlar ile tüketici ihtiyaçlarının daha iyi karşılanmasını sağlayabilecektir. Fiyatlandırma algoritmaları ayrıca fiyatları belirleme ve değiştirme maliyetlerini önemli ölçüde azaltabilecek ve bir pazarın işleyişini hızlı bir şekilde öğrenebilecekleri için yeni tedarikçilerin pazara girişini de kolaylaştırabilecektir⁷.
- (21) Öte yandan fiyatlandırma algoritmaları karar verme sürecini otomatikleştirdiğinden pazardaki şeffaflığı artırarak rakiplerin birbirini izlemesini, fiyat başta olmak üzere stratejik karar alma süreçlerine etki edecek unsurlar üzerinde anlaşmaya varmasını, anlaşmadan sapmaları gözlemlemesini, nihayetinde bu sapmaları cezalandırmasını kolaylaştırmaktadır⁸. Dolayısıyla bu tip algoritmalar teşebbüsler arasındaki stratejik etkileşimleri tetikleyebilecek ve sonuçta yatay anlamda teşebbüsler arası bilgi değişimlerinin, gizli anlaşmaların veya uyumlu eylemlerin ortaya çıkmasına sebebiyet verebilecektir.
- (22) Algoritmik zarar teorileri kapsamında, zararın hem koordineli bir davranıştan (algoritmik işbirliği) hem de tek taraflı bir davranıştan (algoritmik dışlayıcı ve sömürücü davranış) meydana gelmesi mümkündür. Fiyatlandırma algoritmaları her iki tür davranış kapsamında da ele alınabilirken fiyatlandırma algoritmaları dışındaki algoritmalar genellikle tek taraflı davranışlar kapsamında ele alınmaktadır. Hâlihazırda dünya genelinde rekabet otoriteleri nezdinde algoritmaların inceleme konusu olduğu vakaların büyük bir kısmı hâkim durumun kötüye kullanılması niteliğindeki rekabet sorunları ile ilgilidir. Bu çerçevede algoritmik dışlayıcı davranışlar (i) kendini kayırma, (ii) yıkıcı fiyatlama, (iii) indirimler ve (iv) bağlama ile paket satış olarak; algoritmik sömürücü davranışlar ise (i) aşırı fiyatlandırma, (ii) haksız ticari koşullar ve (iii) fiyat ayrımcılığı olarak gruplandırılabilir⁹. Ancak genel itibarıyla bakıldığında, algoritma aracılığıyla hâkim durumun kötüye kullanılması davranışının çoğunlukla hâkim durumdaki teşebbüsün kendini kayırması şeklinde tezahür ettiği görülmektedir.
- (23) Diğer yandan algoritmalar yukarıda da yer verildiği üzere, çok taraflı rekabet ihlallerinin gerçekleştirilmesinde de bir araç olarak kullanılabilir. Zaman içinde algoritmaların, fiyat tespiti, rakipler arası bilgi değişimi, bölge veya müşteri paylaşımı, ihalede danışıklı tekliflerin verilmesi gibi fiillerin kolaylaştırıcısı olma ihtimali de gündeme gelmiştir¹⁰.
- (24) Algoritmalar bir pazarda faaliyet gösteren tüm rakiplerin fiyatlarını gözlemleyebilme, herhangi bir sapmayı tespit edebilme ve rakipler tarafından kolayca anlaşılacak bir fiyat tepkisi uygulayabilme yetisine sahip olmakla birlikte¹¹ genel itibarıyla üç şekilde teşebbüsler arasında işbirliğini kolaylaştırmaya yardımcı olabilmektedir. Bunlardan ilki; teşebbüslerin mevcut fiyatlandırma verilerine dayalı otomatik fiyatlandırma

⁶ OECD (2023), s. 11.

⁷ European Union (2023), *Algorithmic Competition – Note by the European Union*, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2023\)17/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2023)17/en/pdf), Erişim Tarihi: 15.09.2024.

⁸ Teber Karabudak, P. (2022), *Algoritmik Stratejiler Yoluyla Rekabete Aykırı Anlaşmalar*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, No: 371.

⁹ OECD (2023), s. 17.

¹⁰ Teber Karabudak (2022).

¹¹ CMA (2018), *Pricing Algorithms, Economic Working Paper On The Use Of Algorithms To Facilitate Collusion and Personalised Pricing*, s.5.

sistemlerinin, fiyatlandırmadan sapmaları tespit ederek ve bunlara yanıt vererek firmalar arasındaki işbirliğini istikrarlı hale getirebilme durumudur. Yeniden satış fiyatının tespitinin veya fiyat sabitleme anlaşmasının uygulanıp uygulanmadığının tespiti bakımından kullanılan ilgili algoritmalar bu hususa örnek teşkil etmektedir. İkincisi; teşebbüslerin, fiyatlandırma kararlarını belirleyen aynı üçüncü taraf fiyatlandırma yazılımını kullanarak, bilgi alışverişini kolaylaştıran bir topla-dağıt düzeneği (*hub-and-spoke*) oluşturmalarıdır. Sonuncusu ise kendi kendine öğrenen özerk algoritmalar vasıtasıyla, herhangi bir bilgi paylaşımı veya açık koordinasyon olmaksızın teşebbüsler arası işbirliği yapmaya veya en azından rekabetçi bir sonuca ulaşmaktan kaçınmaya karar verilebilmesidir¹².

- (25) Algoritmaların rekabet üzerindeki etkisi ve bu bağlamda rekabet hukuku araçlarının rolü hakkında son on yıldır yoğun tartışmalar yaşansa da rekabet hukukunun, fiyat algoritmalarının potansiyel olarak gizli anlaşmayı (*tacit collusion, conscious parallelism*) kolaylaştırıcı bir unsur olarak kullanılmasının önlenmesinde önemli bir rol oynayabileceği ve aslında oynaması gerektiği de genel olarak kabul edilmektedir¹³. Bu çerçevede, geleneksel pazarlardan farklı bir işleyişe sahip olan dijital pazarlar bakımından *sui generis* olarak adlandırılacak rekabet sorunlarının ortaya çıkıyor olması, rekabet hukukunun müdahale araçlarının zamanının ötesinde yorumlanması gerekliliğini doğurmuştur¹⁴. Her ne kadar ülkemizde bu yönde bir çalışma hayata geçirilmiş olmasa da- Komisyonun 01.06.2023 tarihinde güncellenen Avrupa Birliği (AB) Yatay Kılavuzu (*Guidelines on the Applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to Horizontal Co-operation Agreements*) rekabet hukuku kurallarının fiyatlama algoritmalarına yönelik yeni bir çerçeve çizmektedir¹⁵. Söz konusu Kılavuz uyarınca algoritmalar, teşebbüslerin kendi fiyatlama davranışlarını belirlemede kolaylık sağlamak ile maliyetleri ve giriş engellerini düşürmek gibi etkinlik kazanımları doğurmaktadır. Bununla birlikte teşebbüslerin, bilgi değişimi gibi rekabet ihlalleri için algoritmalarından faydalanması ihtimali de AB Yatay Kılavuzu'nda değerlendirilmektedir. Algoritmaların ihlalde kullanımına dair verilen örnek durumlar aşağıdaki şekildedir:

- Teşebbüsler Arasındaki Anlaşmanın Uygulanmasını/Denetlenmesini Kolaylaştıran Algoritmalar: Bu kullanım sonucunda pazardaki şeffaflığın artacağı, fiyat değişimlerinin tespitinin kolaylaşacağı ve anlaşmadan sapan teşebbüslerin daha efektif şekilde cezalandırılacağı belirtilmektedir. Başka bir ifadeyle geleneksel şekilde akdedilen anlaşma, algoritmanın sunduğu imkânlar ile daha başarılı şekilde uygulanabilecektir.
- Algoritma Aracılığıyla Anlaşma: Bu örnekte rekabetin temel parametreleri üzerinde anlaşmak için algoritmalar kullanılmaktadır. AB Yatay Kılavuzu, bu durumu kartel olarak tanımlamakta ve amaç bakımından ihlal olarak nitelendirmektedir.
- Ortak Algoritma Kullanımı; Ortak kullanılan bir algoritma, topla-dağıt kartel yapısında merkez (*hub*) sıfatını haiz olabilir. Bu kapsamda teşebbüsler, ortak kullandıkları algoritmaya ekledikleri girdi ile rekabete hassas bilgilerini paylaşılabilir. Başka bir senaryo olarak teşebbüsler, ortak kullanılan algoritmaya

¹² OECD (2023), s. 13.

¹³ Bkz. European Union (2023).

¹⁴ Bkz. Rekabet Kurumu (2023), *Dijital Dönüşümün Rekabet Hukukuna Yansımaları*, Rekabet Kurumu, Ankara, <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Guncel/dijital-donusumun-rekabet-hukukuna-yansi-7f1505d9fadc-ed118eb1005056850339>, Erişim Tarihi: 15.09.2024.

¹⁵ Bkz. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023XC0721\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023XC0721(01)), Erişim Tarihi: 15.09.2024.

rekabete hassas bilgileri girdi olarak sunabilir ve algoritmanın verdiği çıktıya göre hareket ederek dolaylı bilgi değişimi yapabilir.

- (26) AB Yatay Kılavuzu kapsamında yukarıda yer verilen örneklerden ortak algoritma kullanımı başlığının özel olarak ele alınmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Bu çerçevede rakip teşebbüslerin kendi fiyatlandırma algoritmalarını geliştirmeyi değil de bir üçüncü taraf algoritmayı kullanmayı seçmeleri, gizli anlaşmayı ortaya çıkarabilme potansiyeline sahip olabilecektir¹⁶. Taraflar aynı algoritmayı doğrudan bireysel olarak farklı kanallar aracılığıyla kullanabileceği gibi üçüncü bir tarafça sunulan bir mekanizma yoluyla da kullanabilecektir. Bu senaryoda rakipler arasında doğrudan bir iletişim veya temas bulunmamaktadır ancak, üçüncü tarafın¹⁷ pazarda faaliyet gösteren rakiplere benzer hizmetler sağlaması nedeniyle algoritmaların kullanımında belirli bir uyum ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, özellikle çevrim içi perakendeciler tarafından hâlihazırda yaygın olarak kullanılan fiyatlandırma algoritmalarına vurgu yapılmaktadır.
- (27) Literatürde bu çerçevede ele alınan durumların topla-dağıt karteli olarak sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu perspektiften bakıldığında, topla-dağıt kartelinden bahsedilebilmesi için dağıtıcı A, sağlayıcı B ve diğer dağıtıcı C'nin olduğu bir sistemde şu beş koşulun kümülatif olarak bulunması gerekmektedir¹⁸:
- Dağıtıcı A, sağlayıcı B'ye gelecek ürün fiyatlamaları niyeti hakkında bilgi vermelidir.
 - A'nın niyetinin, B'nin bu bilgiyi pazar koşullarını etkilemek amacıyla C'ye iletmesi olabileceği gösterilmelidir.
 - B, bu bilgiyi C'ye iletmelidir.
 - C'nin, A'nın bu bilgiyi hangi koşullarda B'ye iletmediğini bilebilecek durumda olduğu gösterilmelidir.
 - C bu bilgiyi kendi geleceğe dönük fiyat niyetlerini belirlerken kullanmalıdır. Meşru bir sebebi olmadığı sürece dağıtıcılar ile sağlayıcı arasındaki ilişkide ticari faaliyetlerin normal akışının ötesine geçecek şekilde geleceğe dönük fiyat bilgisinin paylaşılması tarafların niyetlerinin gösterilmesi koşulunun karşılandığı anlamına gelebilecektir.
- (28) Yukarıda kümülatif şartlarına yer verilen topla-dağıt kartellerinin literatürde, iki farklı şekilde ortaya çıkabileceği öngörülmektedir¹⁹: (i) ortak perakendecinin, merkez görevi görerek, sağlayıcılar arasındaki bilgi değişimine aracılık etmesi, (ii) ortak sağlayıcının, merkez görevi görerek, perakendeciler arasındaki bilgi değişimine aracılık etmesi. Ancak fiyatlandırma algoritmalarına yönelik söz konusu topla-dağıt karteli senaryosu da öğretide farklı yönlerden ele alınabilmektedir. Örneğin, Ezrachi/Stucke'a göre²⁰, teşebbüslerin, rakiplerinin aynı veya benzer fiyatlandırma algoritmalarını kullandıklarının farkında olmaları veya buna ilişkin çıkarım yapabiliyor olmaları halinde rakiplerin fiyat değişikliklerine olan tepkilerini daha iyi tahmin edebilecekleri ve böylece rakiplerin fiyat belirleme davranışlarının mantığını veya amacını daha iyi

¹⁶ Sayer, T. (2022), Algoritmalar ve Gizli Anlaşmalar, *Milliyet Gazetesi Aylık Rekabet Eki*, Kasım, 40-43.

¹⁷ Üçüncü taraf, örneğin, aynı sektördeki birkaç teşebbüse algoritmaların tasarımı ve kullanımı konusunda tavsiyelerde bulunan bir dış danışman veya rakiplere benzer yazılım çözümlerini sağlayan bir geliştirici olabilir.

¹⁸ Rekabet Terimleri Sözlüğü, Gözden Geçirilmiş Altıncı Baskı, <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/geneldosya/rk-terimleri-sozluugu-2018-pdf?AspxAutoDetectCookieSupport=1>, Erişim Tarihi: 15.09.2024

¹⁹ Kurulun 16.12.2015 tarihli ve 15-44/731-266 sayılı kararı, para. 37.

²⁰ Bkz. Ezrachi, A. ve Stucke, M. E. (2023), The Role of Secondary Algorithmic Tacit Collusion in Achieving Market Alignment, *University of Oxford, Centre for Competition Law and Policy Working paper CCLP(L)54*, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4546889, Erişim Tarihi: 15.09.2024.

yorumlayabilecekleri kabul görmektedir. Bununla birlikte algoritmalar farklı olsa bile, bu algoritmaların kullanımı sonucunda yine de ortaya bir gizli anlaşma çıkması söz konusu olabilecektir²¹.

- (29) Öte yandan üçüncü taraf hizmet sağlayıcının tek taraflı bir mantık izleyerek belirli bir fiyatlandırma şeması uyguladığı ve müşterilerinin bireysel (kısa vadeli) kârlarının maksimize edilmesini amaçlayan algoritmik çözümler sağladığı durumlar da söz konusu olabilmektedir. Bu durumda müşteriler ilk durumdan farklı olarak aynı veya bir şekilde koordine edilmiş algoritmik çözümleri kullandıklarını bilmemektedir. Ancak bu durumda da algoritmaların benzer şekilde çalışması ve dış etkilere benzer tepkiler vermesi durumunda, şirketler arasında farkında olmadan bir koordinasyon meydana gelebilmektedir. Bu noktada algoritmayı kullanan tarafların üçüncü tarafın geliştirdiği rekabet karşıtı etkileri olan algoritmaları kullanmalarından sorumlu tutulabilmeleri için en azından üçüncü tarafın rekabet karşıtı eylemlerinin farkında olması ya da bunları makul bir şekilde öngörebilmesi gerekmektedir. AB içtihadı, bağımsız bir hizmet sağlayıcının davranışının, hem hizmet sağlayıcının hem de diğer tarafların rekabete aykırı amaçlarının farkında olması ve kendi davranışlarıyla bu amaçlara katkıda bulunmak istemesi halinde, sorumluluğun her iki tarafa da atfedilebileceğini kabul etmektedir²². Böyle bir durum söz konusu değilse, rakiplerin davranışları bilinçli paralellik olarak değerlendirilebilmektedir.
- (30) Tüm aktarılanlara ek olarak söz konusu algoritmaların kullanılıp kullanılmamasının bir irade beyanı sayılıp sayılmayacağı ve iletişim delili olarak kullanılıp kullanılmayacağı yönünde farklı görüşler de mevcuttur²³. İlâveten algoritmayı sağlayan ve kullanan tarafların bu anlamdaki sorumluluklarının ne zaman başlayacağı veya sorumluluklarının kapsamının ne olacağı hususları da tartışmalı alanları oluşturmaktadır.
- (31) Görüldüğü üzere, algoritmaların yol açabileceği rekabet karşıtı etkiler noktasında birden fazla senaryoyla karşılaşabilmektedir. Bu sebeple belirli bir algoritmanın amacını, uygulanışını ve zaman içindeki değişikliklerini anlamak amacıyla;
- Algoritmanın uygulanma nedeni,
 - Algoritmanın ilk uygulanma zamanı,
 - Algoritmanın desteklediği iş süreçleri ve tasarlandığı ya da kullanıldığı türdeki iş kararlarının tanımı,
 - Algoritmayı öneren, sağlayan ve/veya geliştiren kişinin rolü ve kimliği,
 - Üçüncü bir taraf tarafından geliştirilen ve/veya yürütülen algoritmalar söz konusu olduğunda sözleşme şartları ve rakip konumundaki birden fazla teşebbüsün aynı üçüncü taraftan hizmet alıp almadığına dair bilgi

gibi hususların aydınlatılması gerekmektedir. İlgili hususlar potansiyel bir koordinasyonu anlamak, algoritma davranışına ilişkin sorumluluğun hangi taraflara atfedileceğini tespit etmek ve rekabetin algoritma tarafından kısıtlanıp kısıtlanmadığını ortaya koymak bakımından önem taşımaktadır²⁴. Algoritmaların kullanımının rekabeti nasıl etkilediği ve bu etkilerin ne ölçüde bilinçli bir koordinasyonun sonucu olduğu, hukuki değerlendirmelerde önemli bir rol oynamaktadır.

²¹ CMA (2018), s.5.

²² Monopolkommission (2018), *Algorithms and Collusion*, para. 254.

²³ Kel, H. A. (2021), *Fiyatlama Algoritmaları ve Rekabetçi Endişeler*, İçinde A. Kaya, A. Kendigelen vd. (Ed.), *Ord. Prof. Dr. Şevket Memedali BİLGİŞİN'in Anısına Armağan* (ss. 401-440), İstanbul, On İki Levha Yayıncılık.

²⁴ Bundeskartellamt (2019), *Algorithms and Competition*.

- (32) Uygulamaya bakıldığında, mevcut dosya konusu ile benzer nitelikte geçmiş tarihli bir karar olmadığı görülmekle birlikte algoritmaların hangi durumlarda rekabet karşıtı etkilere yol açabileceğini anlamak ve bu etkileri değerlendirmek noktasında önem arz ettiğinden aşağıda yabancı ülke otoritelerinin vermiş olduğu bazı kararlara değinilmektedir.

H.2.3. Fiyatlandırma Algoritmalarının İncelendiği Yabancı Otorite Kararları

E-Turas Kararı²⁵

- (33) AB rekabet hukuku içtihadında algoritmaların değerlendirildiği ilk karar E-Turas kararıdır. E-Turas, seyahat acentelerinin kullandığı bir çevrim içi rezervasyon sistemi olup incelemeye konu olan husus, E-Turas'ın, üçüncü tarafça sağlanan bir algoritma aracılığıyla seyahat acentelerinin müşterilere sunabileceği indirim oranları üzerinde teknik bir kısıtlama getirmiş olması ve sistemin %3'ü aşan indirim oranlarını otomatik olarak %3'e düşürmesidir.
- (34) E-Turas söz konusu algoritma değişikliğine istinaden seyahat acentelerine indirim oranları bakımından (%3) yeni bir kısıtlamanın olduğunu bildiren bir mesaj göndermiştir. Litvanya Rekabet Otoritesi E-Turas isimli çevrim içi rezervasyon sistemini kullanan otuz seyahat acentesine, müşterilerine uyguladığı indirim oranının üst sınırını birlikte belirledikleri gerekçesiyle idari para cezası vermiştir.
- (35) İdari para cezasının iptalini değerlendiren Litvanya Yüksek İdare Mahkemesinin (SACL) Avrupa Birliği Adalet Divanı'na (ABAD) yaptığı ön başvuru sonrasında, ABAD ilk olarak; platform tarafından seyahat acentelerine bir mesaj gönderilmiş olmasının, mesajın muhataplarının mesajın içeriğinden haberdar oldukları veya haberdar olmaları gerektiği anlamına gelip gelmeyeceği ile mesaj içeriğine karşı itirazda bulunulmamasının rekabet hukuku kapsamında sorumlu tutulmalarına yol açıp açmayacağını değerlendirmiştir.
- (36) ABAD, platform tarafından uygulanan koşulların, platform ile kullanıcılar arasında rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşmaya yol açabileceğini teyit etmekle birlikte seyahat acentelerinin, söz konusu mesajın içeriğini öğrenir öğrenmez, açıkça bu mesaj ile bağlı olmadıklarını belirtmedikleri sürece, uyumlu eyleme katıldıklarının varsayılması gerektiğini değerlendirmiştir²⁶. Diğer bir ifadeyle ABAD, seyahat acenteleri arasında Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Anlaşma'nın (ABİHA) 101. maddesi anlamında bir koordinasyonun varlığına kanaat getirebilmek için seyahat acentelerinin E-Turas'ın mesajını yalnızca almalarını değil aynı zamanda mesajın içeriğinden de haberdar olmaları gerektiğini; "sistemde uygulanmış teknik bir kısıtlamanın" varlığının, bir koordinasyona katılımın çıkarımı için yetersiz olduğunu belirtmiştir.
- (37) İlâveten indirim oranına ilişkin mesajın içeriği hakkında bilgi sahibi olan seyahat acentelerinin; platform yöneticisine açık ve net bir itirazda bulunarak, %3'lük sınırı aşan bir indirim tekrar tekrar teklif etmeye çalışarak, E-Turas tarafından gönderilen indirim mesajının alınmadığını kanıtlayarak veya ilgili tarafın mesajın içeriğinden ancak bir süre geçtikten sonra haberdar olduğunu göstererek söz konusu zimni rızayı vermediğini kanıtlaması gerektiği vurgulanmıştır²⁷.
- (38) ABAD'ın kararı üzerine SACL; acenteleri, indirim oranı hakkındaki kısıtlamadan haberdar olup buna karşı çıkmayanlar; indirim oranı hakkındaki kısıtlamadan haberdar

²⁵ Case C-74/14 Eturas and other v Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba [2016] OJ C 98/3 ECLI:EU:C:2016:42; Case C-74/14, Eturas v Others [2016], OJ C 24.

²⁶ Sayer (2022).

²⁷ E-Turas Kararı, para. 41 ve 48-49.

olup kısıtlamaya karşı çıkanlar ve indirim oranına ilişkin kısıtlamadan haberdar olduklarına dair yeterli kanıt sunamayanlar olmak üzere üç kategoriye ayırmıştır. SACL, Litvanya Rekabet Otoritesinin, ikinci ve üçüncü kategorilerdeki acentelerin uyumlu eylem içinde olduğu yönündeki kararının hukuka aykırı olduğuna, yalnızca kısıtlamayı bilen ve buna karşı çıkmayan acentelerin rekabete aykırı uygulamaya zımnen katıldıklarına karar verilmesi gerektiğine, bu sebeple Litvanya Rekabet Otoritesinin kararının kısmen iptaline hükmetmiştir.

Realpage Kararı²⁸

- (39) İncelemeye konu olan husus, Columbia bölgesindeki 14 ev sahibinin, Realpage isimli mülk yönetim yazılım hizmeti sunan teşebbüsün geliştirdiği bir yazılım aracılığıyla, dairelerin kira oranları ve diğer kira koşulları hakkında kamuya açık olmayan rekabete duyarlı bilgileri paylaşmasıdır. Ev sahipleri, mülklerinin kiralınmasıyla ilgili rekabete duyarlı bilgileri aktararak bu bilgilere dayalı bir fiyatlandırma yapması amacıyla Realpage isimli yazılımı kullanmaktadır. Şöyle ki her bir ev sahibi, uygulanan kiralarda dâhil olmak üzere rekabet açısından hassas verilere Realpage'in erişmesine izin vermekte, RealPage de bu verileri geliştirdiği yazılıma aktarmakta, geliştirdiği fiyatlandırma algoritması aracılığıyla ev sahiplerinden topladığı verileri konut arz ve talebine (doluluk vs.) göre değerlendirmekte ve ev sahibinin mülkünü en yüksek seviyeden kiralayabileceği fiyatı teklif etmesine imkân tanımaktadır. Başka bir deyişle söz konusu fiyatlandırma algoritması aracılığıyla ev sahiplerinin mülklerini kiralayabilecekleri fiyat belirlenmektedir. Söz konusu yazılımı kullanan ev sahipleri ise neredeyse aynı fiyat seviyesi üzerinden kiralama yapmaktadır.
- (40) Columbia Bölge Mahkemesi ise rakipler arasında bir anlaşma aracılığıyla gerçekleştirilen rekabeti kısıtlayıcı eylemler ile rakiplerin fiili bir anlaşma olmaksızın birbirlerini takip ettiği bilinçli paralellik arasında ince bir çizginin olduğunu, somut olayın topla-dağıt karteli şeklinde yatay veya Realpage yazılımı aracılığıyla gerçekleştirilen dikey anlaşmalar bağlamında değerlendirilebileceğini ancak yine de önemli olan hususun, rakip olan ev sahiplerinin Realpage yazılımı aracılığıyla fiyatları sabitlemek üzere bir koordinasyon içinde olup olmadığının ortaya konulması olduğunu belirtmektedir. Diğer bir ifadeyle Mahkeme, ev sahiplerinin toplantılar aracılığıyla bir araya gelerek fiyat sabitlemek hususunda anlaşmaları ile bu anlaşmayı Realpage'in fiyatlandırma algoritması aracılığıyla yapmaları arasında, eylemin *per se* hukuka aykırılığı bakımından bir fark bulunmadığını vurgulamıştır.
- (41) Nihayetinde Mahkeme, Realpage ile diğer ev sahiplerinin kiralama koşullarına ilişkin özel verilerine dayalı kira fiyatlandırması hizmeti almak adına on yıldır düzenli olarak sözleşme imzaladığı, bu sözleşmenin rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşmanın varlığını ortaya koymak bakımından makul ve yeterli olduğu, ev sahiplerinin Realpage tarafından oluşturulan fiyatı sıklıkla uyguladığı, Realpage yazılımı aracılığıyla bu yönde bir fiyatlandırma sistemi kurgulanmasaydı her bir ev sahibinin birbiriyle rekabet etme motivasyonunda olacağı ve ev sahiplerinin Realpage aracılığıyla birbirleriyle iletişimde

²⁸ Columbia Bölge Yüksek Mahkemesi, Case No. 2023 CAB 6762, <https://business.cch.com/ald/DistrictofColumbiavRealPageInc792024.pdf>, Erişim Tarihi: 15.09.2024. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri Adalet Bakanlığı, 23.08.2024 tarihli duyurusunda; Realpage'in fiyatlandırma algoritması aracılığıyla rekabeti kısıtladığı gerekçesiyle Realpage'e karşı dava açtığını, bu davanın 2026 yılında görüşmeye başlanacağını, söz konusu davanın ev sahipleri hakkında daha önce açılan davalardan farklı nitelik taşıdığını zira ev sahipleri arasındaki rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar bir yana Realpage'in mülk yönetimi yazılımı pazarındaki gücünü kötüye kullandığı iddiasının münferiden araştırılacağını belirtmektedir. Bkz. <https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-sues-realpage-algorithmic-pricing-scheme-harms-millions-american-renters>, Erişim Tarihi: 15.09.2024.

olduğu hususlarını ifade etmiş; bu yöndeki bir koordinasyonun Sherman Yasası'nın 1. maddesini ihlal edebileceğine, bu sebeple davacıların davanın reddedilmesi yönündeki talebinin reddedilmesine karar vermiştir.

Ageras Kararı²⁹

- (42) Danimarka Rekabet Otoritesinin Ageras kararında, muhasebe hizmeti sunan muhasebeciler ile hizmet talep eden müşterileri birleştiren çevrim içi bir aracı hizmet platformu olan Ageras'ın ticari kullanıcılarına önerdiği fiyatlandırma algoritması değerlendirilmiştir. Ageras, platformda muhasebe hizmeti pazarlayan kullanıcıların müşterilere önereceği hizmetin fiyatının piyasa fiyatının altında olduğunu tespit etmesi halinde, teklifi henüz müşteriye iletmeden teklif sahibine bir açılır pencere sunmaktadır. Açılır pencerede Ageras teklif sahibini tahmini piyasa teklifi ve minimum teklif fiyatı hakkında bilgilendirmekte ve teklif sahibinin fiyatını yeniden ayarlaması için öneride bulunmaktadır. Bu durumda teklif sahibi, fiyatını tahmini piyasa fiyatını dikkate alarak yeniden belirleyebilmekte veya öneriyi reddederek başlangıçta belirlemiş olduğu teklifi sunmaya karar verebilmektedir. Ayrıca Ageras, belirli bir müşteri grubuna ilişkin minimum teklif bilgisini platformdaki hizmet sunan kullanıcılar/teklif sahipleri ile paylaşmaktadır. Danimarka Rekabet Otoritesi ise Ageras'ın söz konusu açılır pencere aracılığıyla rakip olan platform kullanıcıları arasındaki şeffaflığı azaltarak fiyatların sabitlenmesine yol açtığına, rakip platform kullanıcılarının tekliflerini bağımsız olarak belirlemediğine, anılan bu durumun rekabeti amaç bakımından kısıtladığına ve etkinlik yaratamayacağına böylece ABİHA'nın 101. maddesini ihlal ettiğine karar vermiştir.

Trod – GBE Kararı³⁰

- (43) İngiltere Rekabet Otoritesi (CMA) ilgili kararında; Trod ve GBE adlı iki şirketin, yalnızca Amazon İngiltere Pazaryeri'nde satılan belirli lisanslı spor ve eğlence posterleri ve çerçevelerin fiyatlarını birbirinden düşük tutmamak konusunda rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma içinde olduğunu tespit etmiştir. Trod ve GBE anılan uygulamayı gerçekleştirmek üzere üçüncü taraf sağlayıcılar tarafından sunulan fiyatlandırma algoritmasını kullanmıştır. Anılan algoritma aracılığıyla söz konusu iki şirketin, çevrim içi poster ve çerçeve satışlarında fiyatları sabitlediği, bununla birlikte algoritmanın düzgün bir şekilde çalışıp çalışmadığını kontrol etmek üzere düzenli olarak iletişimde kaldığı tespit edilmiştir. Sonuç itibarıyla CMA, Trod ve GBE'nin, anılan ürünlerin satış fiyatlarına yönelik belirli bir otomatik fiyatlandırma mekanizması sunan ve fiyatlarının aynı seviyede kalmasını sağlayan algoritmayı kullandığı, bu algoritmanın Trod ve GBE'nin rakip oldukları dikkate alındığında rakipler arasında rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşmanın uygulanmasında araç olarak kullanıldığı, bu hususun elde edilen ve teşebbüslerin çalışanlarının algoritmanın kullanımıyla ilgili iletişimde olduğunu gösteren yazışmaların incelenmesiyle de teyit edildiği, Trod ve GBE'nin söz konusu uygulamasının rekabeti amaç bakımından kısıtladığına ve Trod'a idari para cezası uygulanması gerektiğine karar vermiştir³¹.

²⁹ Bkz. <https://en.kfst.dk/nyheder/kfst/english/decisions/20200630-danish-competition-council-ageras-has-infringed-competition-law/>, Erişim Tarihi: 15.09.2024; Gerekçeli karar için ayrıca bkz. <https://kfst.dk/media/ws5nbdtx/20200630-ageras-final-a.pdf>, Erişim Tarihi: 15.09.2024.

³⁰CMA, Case 50223, <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57ee7c2740f0b606dc000018/case-50223-final-non-confidential-infringement-decision.pdf>, Erişim Tarihi: 15.09.2024.

³¹ GBE, pişmanlık başvurusunda bulunmuştur.

Uber Kararı³²

- (44) 2015 yılında Spencer Meyer tarafından Uber'e ve Uber'in genel müdürü Travis Kalanick'e karşı, fiyat sabitleme yoluyla rekabeti kısıtladıkları gerekçesiyle toplu dava açılmıştır. Bir teknoloji şirketi olan Uber, akıllı telefonlarda kullanılan bir uygulama aracılığıyla, çeşitli özelliklere sahip araçları taksi olarak işleten sürücüler ile bir noktadan başka bir noktaya taşınacak yolcuları eşleştirmektedir. Bu çerçevede Uber, sürücülerle yolcuları bir araya getiren aracı bir platform olarak hizmet vermekte ve sürücülerin yolculuktan kazandığı ücret üzerinden komisyon geliri elde etmektedir.
- (45) Herhangi bir yolculuk için sürücünün kazanacağı ücret ise Uber tarafından belirlenmektedir. Temel ücret tutarı, yolculuk süresi ve kat edilen mesafe dikkate alınarak bir algoritma aracılığıyla hesaplanmaktadır. Bununla birlikte, Uber'in ücret algoritması sürücülere yönelik talebi sürekli olarak izlemektedir. Belirli bir bölgede yüksek düzeyde talep olduğunu tespit ettiği takdirde, o bölge için ücretleri "ek fiyatlandırma" olarak adlandırdığı yöntemi etkinleştirmek suretiyle artırmaktadır. Uber bu duruma ilişkin olarak, ek fiyatlandırmanın temelinde, yolcuların mümkün olan en kısa zaman dilimi içerisinde hizmet alabilmelerini sağlamak olduğunu belirtmektedir.
- (46) Davadaki iddia ise, Uber'in kurucu ortağı olan ve bazen sürücülük de yapan Kalanick'in, Uber'in hüküm ve koşullarını kabul eden diğer Uber sürücüleriyle birlikte fiyatlandırma algoritmasını kullanarak rekabeti kısıtladığıdır. Diğer bir ifadeyle, algoritma aracılığıyla sürücüler arasındaki fiyat rekabetinin ortadan kaldırıldığı iddia edilmektedir. İddia makamı, Kalanick tarafından gerçekleştirilen eylemin doğası gereği yatay seviyede olduğu ve tüm rakip Uber sürücüleri arasında fiyatları sabitlemek için bir anlaşma ile sonuçlandığını ileri sürmüştür. Kalanick ise sürücülerin Uber'in hüküm ve koşullarını kabul ettiklerinde, bunu bireysel olarak yaptıkları ve diğer sürücülerle yatay seviyede değil, yalnızca Uber ile dikey seviyede bir anlaşma kurulduğunu savunmuştur. Bu savunma karşısında Mahkeme, "*dikey anlaşmaların taraflarının diğer piyasa katılımcılarının aynı anlaşmalarla bağlı olduğunu bildikleri ve katılımlarının bu bilgiye bağlı olduğu durumlarda, ticareti kısıtlayan yatay bir anlaşmanın katılımcıları olarak kabul edilebileceklerini*" belirtmiş ve iddia konusu eylemlerin topla-dağıt karteli şeklinde tezahür ettiğini ifade etmiştir. Mahkeme Uber'in algoritma aracılığıyla uyguladığı sistemin diğer Uber sürücülerinin fiyatlarını düşürmeyeceğini garanti ettiği için sürücüler arasındaki rekabeti azaltacağını, söz konusu bu garantinin karteli istikrara kavuşturacağını, böylece Uber'in fiyatlandırma modelinin rekabetçi düzeyin üstünde fiyatlar elde etmek şeklindeki ortak amacın gerçekleştirilmesine olanak sağlayacağını değerlendirmiştir.

H.2.4. TRENDYOL Tarafından Uygulanan Otomatik Fiyatlandırma Mekanizmasının Detayları

- (47) Otomatik fiyatlandırma mekanizması esasen satıcılar arasındaki *buybox*ta yer alma yarışını otomatikleştirmek için uygulanan bir sistemdir. E-pazaryerlerinde satış yapan binlerce satıcı bulunduğu için aynı ürünün birden fazla satıcı tarafından satılması kaçınılmazdır. Bir kullanıcı satın almak istediği ürünü ararken yüzlerce mağazanın aynı anda sıralanması alışveriş deneyimini zorlaştırabileceğinden pazaryerleri öncelikle *buybox* uygulamasını geliştirmiştir. *Buybox*, aynı ürünün (aynı barkodlu) birden fazla satıcısı varsa, bu ürünleri tek bir başlıkta toplamaktadır. Böylece belirlenen algoritma metrikleriyle³³ müşterilere maksimum fayda sağlayacak olan ve *buybox*'ı kazanan satıcı, o ürün aratıldığında ilk sırada çıkmaktadır. Bu sistem ile sıralanan satıcı

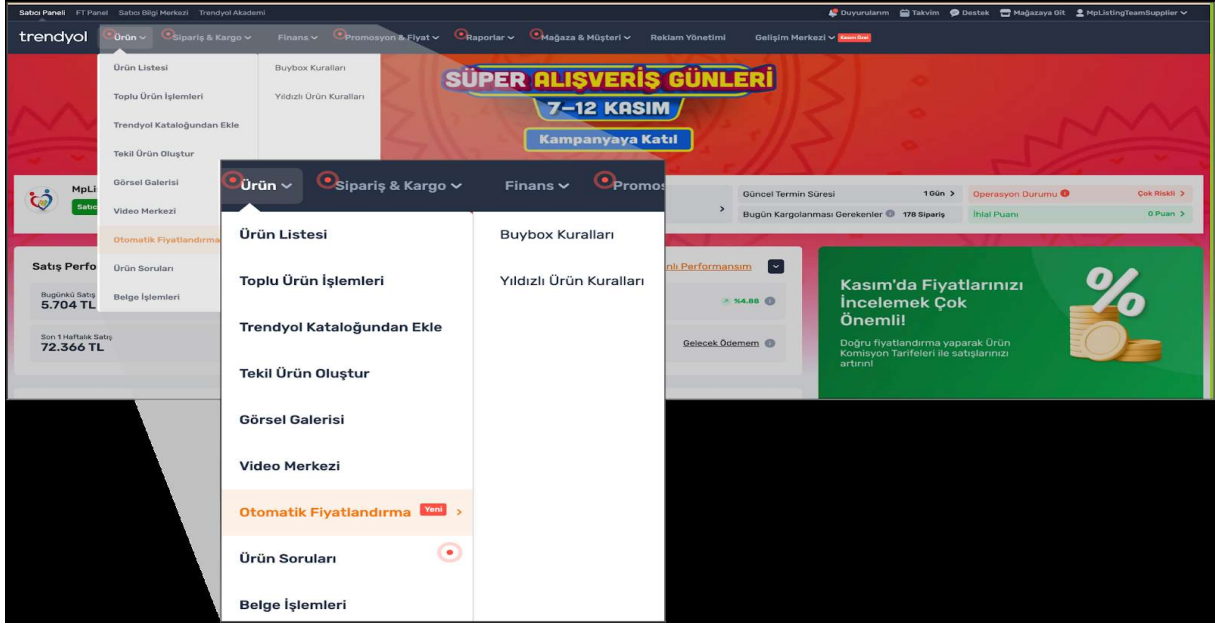
³² Spencer Meyer v Travis Kalanick, 15 Civ 9796; 2016 US. Dist. Lexis 43944.

³³ Söz konusu algoritma metriklerine ilişkin detaylı bilgiye ilerleyen bölümlerde yer verilmektedir.

listesinde kullanıcı “Sepete Ekle” veya “Şimdi Al” butonuna tıkladığı an, *buybox*'ı kazanmış olan satıcının ürünü sepete eklenmektedir. Dolayısıyla pazaryerinde faaliyette bulunan satıcılar için *buybox*'ta yer almak görünürlük ve satış bakımından oldukça önem arz etmektedir. Otomatik fiyatlandırma mekanizması da satıcıların *buybox*'ta yer alabilmesi için kurgulanan ve satıcıların manuel fiyat geçişlerini belirli kurallar dâhilinde otomatikleştiren bir mekanizmadır.

- (48) TRENDYOL tarafından, otomatik fiyatlandırma mekanizması ilk kez 2021 yılı sonunda kullanıma sunulmuştur. Söz konusu mekanizmasının kullanıma sunulmasının gerekçesi olarak satıcıların platform üzerinden fiyatları takip etmesi ve akabinde fiyatları güncellemesi için gereken zaman ve işlem eforunun otomatik fiyatlandırma ile azaltılmak istenmesi ifade edilmektedir.
- (49) TRENDYOL'dan edinilen bilgilere göre; satıcı *buybox* fiyatı ile rekabet etmek istemesi durumunda otomatik fiyatlandırma mekanizması aracılığıyla fiyatlarını güncelleyebilmekte; *buybox* fiyatının ne kadar altında veya üstünde kalmak istediğine kendisi karar vermekte ve bu bilgiler satıcı tarafından tamamen manuel bir şekilde doldurulmaktadır. Otomatik fiyatlandırma mekanizmasına ilişkin ekran görüntülerine aşağıda yer verilmektedir.

Şekil 1: Otomatik Fiyatlandırmaya İlişkin Satıcı Panelinde Yer Alan Ekran Görüntüsü-1



Kaynak: TRENDYOL'dan Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (50) Yukarıdaki ekran görüntüsünden görülebileceği üzere, satıcılar otomatik fiyatlandırma mekanizmasına Satıcı Paneli'nde yer alan “Ürün Sekmesi” isimli ana sekme üzerinde yer alan “Fiyatlandırma” alt sekmesi üzerinden ulaşabilmekte ve bu çerçevede kendi istekleri dâhilinde kural tanımlayabilmektedir. Satıcının otomatik fiyatlandırma mekanizmasını kullanmak istememesi durumunda yine Satıcı Paneli üzerinden sunulan çeşitli alternatiflerden birini kullanarak fiyatlarını güncelleme imkânı bulunduğu belirtilmektedir. Satıcının otomatik fiyatlandırma mekanizması üzerinden kural tanımlamak veya daha önceki kurallarını görmek istemesi durumunda aşağıdaki ekran ile karşısına çıkmaktadır:

Şekil 2: Otomatik Fiyatlandırmaya İlişkin Satıcı Panelinde Yer Alan Ekran Görüntüsü-II

Belirleyeceğiniz Buybox Kuralı ile Satışlarınızı %35'e Kadar Artırabilirsiniz

Buybox Kuralları: 7/10000 | Yıllık Ürün Kuralları: 10/10000

Ürün Adı: [] Barkod: [] Durum: []

Kural Bilgi Tarih Aralığı: [] Devre Dışı Kalma Sebebi: []

Tanımladığınız Buybox Ürün Kuralları

Buybox	Ürün Bilgisi	Model Kodu	Marka	Kategori	Renk	Beden	Satış Fiyatı	Buybox Fiyatı	Stok	Kural	Durum	İşlem
-	Etkek Stok Kodu: --- Barkod: 0002016550551	ANTBPH1054BH300020- WETLE	Antonio Berardi	Etkek	Beyaz	blah-test	222.00 ₺	---	21	Buybox'a eşitle	Devre Dışı Sebebi: Kural Bilgi Tarihi	Düzenle İşlemler
-	Görsel 1122'var Stok Kodu: --- Barkod: 833244809	88742519	Beste Günel	Pantolon	Mor	11 YAŞ	100.00 ₺	---	92	Buybox'a eşitle	Devre Dışı Sebebi: Uygunlanabilir En Düşük Fiyat	Düzenle İşlemler
-	Desenli İpek Krep Saten Esarp6463701362 Stok Kodu: --- Barkod: BurrowSenTestiv4426	BurrowSenTestivKoduy4426	Bila AKSAL	Etkek	Beyaz	20	-	---	0	Buybox'ın 20 TL üzerinde	Aktif	Durdur İşlemler
-	Desenli İpek Krep Saten Esarp6463701362 Stok Kodu: --- Barkod: testkaKaakod4000	testkaKaakod4000	Mahmut	Pantolon	maxi	3	-	---	0	Buybox'ın 20 TL üzerinde	Aktif	Durdur İşlemler

Kaynak: TRENDYOL'dan Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (51) Satıcı yeni bir kural tanımlamak istemesi halinde “Yeni Buybox Kuralı Tanımla” alanını seçebilmektedir. Bu alanı seçmesi durumunda karşısına ürünlerinin sıralandığı bir ekran çıkmakta ve satıcı kural tanımlamak istediği ürünleri seçtikten sonra aşağıdaki ekran ile karşılaşmaktadır:

Şekil 3: Otomatik Fiyatlandırmaya İlişkin Satıcı Panelinde Yer Alan Ekran Görüntüsü-III

Buybox Kuralı Tanımla

1. Ürün Seçimi
Kural tanımlamak istediğiniz ürünü seçiniz.

2. Kuralı Tanımlayın
Buybox kuralı için detayları belirleyiniz.

3. Devam

Buybox Koşulu
Ürünün fiyatı, seçtiğiniz koşula göre otomatik olarak değişir. Böylece Ürünün Buybox'a kazanma şansı artar!

Buybox Fiyatının Altında Kal
Ürün fiyatınız, verdiğiniz değişim ayrımlarına göre belirleyeceğimiz fiyat aralığının dışına çıkmayacak şekilde buybox fiyatının altında olacaktır.

Buybox Fiyatına Eşitle
Ürün fiyatınız, verdiğiniz değişim ayrımlarına göre belirleyeceğimiz analojin dışına çıkmayacak şekilde buybox fiyatına eşit olacaktır.

Buybox Fiyatının Üstünde Kal
Ürün fiyatınız, belirleyeceğimiz belirleyeceğimiz analojin dışına çıkmayacak şekilde buybox fiyatının üstünde kalacaktır.

Seçilen Ürün Detayı

PPKHS0A PINK TEST ÜRÜN
NAME: 990532342

Stok: Dolar-Denemeler-Stack-
Çok
Barkod: 409320482
Marka: ---
Beden: ---

Buybox Fiyatı: 100.00 ₺
Satış Fiyatı: 100.00 ₺
Müşterinin Gördüğü Fiyat: 100.00 ₺

Kaynak: TRENDYOL'dan Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (52) Yukarıdaki ekranda satıcılar satıcının seçtiği koşula göre ürün fiyatının otomatik şekilde değişeceği hakkında bilgilendirilmekte ve tanımlayabileceği üç temel koşula yer verilmektedir. Bu üç temel koşul sırasıyla “Buybox Fiyatının Altında Kal”, “Buybox Fiyatına Eşitle” ve “Buybox Fiyatının Üstünde Kal” şeklindedir. Satıcı bu üç koşuldan kendi fiyatlandırma stratejisine uygun olan koşulu seçebilmekte veya bu özelliği hiç

kullanılabilmektedir. Satıcı herhangi bir ürünü için “Buybox Fiyatının Altında Kal” kuralını tanımlamak istemesi halinde aşağıdaki ekran ile karşılaşmaktadır:

Şekil 4: Otomatik Fiyatlandırmaya İlişkin Satıcı Panelinde Yer Alan Ekran Görüntüsü-IV

Kaynak: TRENDYOL'dan Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (53) Satıcı yukarıdaki ekran görüntüsünde yer alan “Değişim Ayarları” alanı üzerinden “tutar” veya “yüzde” cinsinden *buybox* fiyatının ne kadar altında kalmak istediğine dair bilgileri girebilmektedir. İlâveten satıcı, “Opsiyonel Ayarlar” alanından ilgili kuralın ne kadar süre ile uygulama da kalacağını da düzenleyebilmektedir. TRENDYOL tarafından, *buybox* fiyatının anlık olarak değişebilmesi nedeniyle satıcının öngörmediği fiyatlardan satış yapmasını ve bu nedenle zarara uğramasını önlemek adına “Uygulanabilir En Düşük Fiyat” alanına inmek istediği en düşük fiyat bilgisinin de girilmesinin zorunlu tutulduğu belirtilmektedir.
- (54) “Buybox Fiyatının Üstünde Kal” kuralı bakımından; “Buybox Fiyatının Altında Kal” kuralı ile benzer bir süreç izlenmektedir. Bu noktada satıcılar benzer şekilde “tutar” veya “yüzde” cinsinden *buybox* fiyatının ne kadar üstünde kalmak istediğine dair bilgileri girebilmekte, ilgili kuralın ne kadar süre ile uygulamada kalabileceğini düzenleyebilmektedir. İlâveten “Uygulanabilir En Düşük Fiyat” alanına inmek istediği en düşük fiyat bilgisinin de girilmesinin zorunlu tutulduğu belirtilmektedir.
- (55) Görüldüğü üzere, “Buybox Fiyatına Eşitle” kuralında diğer iki kuraldan farklı olarak satıcının tutar veya yüzde cinsinden herhangi bir bilgi girmesi satıcılara seçenek olarak sunulmamakta; satıcıdan yalnızca “Uygulanabilir En Düşük Fiyat” bilgisini girmesi beklenmektedir.
- (56) İlâveten TRENDYOL tarafından kullanıma sunulan otomatik fiyatlandırma mekanizmasında referans olarak dikkate alınan *buybox* algoritmasına değinilmesi de faydalı olacaktır. TRENDYOL'dan edinilen bilgilere göre, *buybox* vasıtasıyla aynı ürünü satmakta olan satıcılar tek bir başlık içerisinde toplanmaktadır. Herhangi bir ürün kullanıcılar tarafından aratıldığında *buybox*'ı kazanan satıcının ürünü ilk sırada görünmekte ve *buybox* puanlarına göre ürün sayfasının altında “Ürünün Diğer Satıcıları” bölümünde sıralanmaktadır. *Buybox* algoritmasını belirli oranlarda etkileyen parametrelerin;

- (.....),
- (.....),
- (.....),
- (.....),
- (.....),
- (.....)

olduğu ifade edilmektedir.

- (57) İlâveten, bu parametrelerin (.....), (.....), (.....) ve (.....) olmak üzere dört ana metrik altında toplanmasının mümkün olduğu; algoritmanın yalnız fiyat odaklı çalışmadığı ve otomatik fiyatlandırma kuralını aktif eden bir satıcının *buybox*'ı kazanan satıcı olacağı anlamına gelmediği, ayrıca, algoritmada etkili olan metriklerin katsayıları değişmese de, farklı parametrelerin dağılımları, varyansları ve ölçekleri birbirinden farklı olduğundan metriklerin yüzdelerle dağılımlarını düz bir ağırlıklı ortalama mantığı ile belirtmenin doğru olmayacağı ve ayrıca bir ürünün bir satıcı ile diğer satıcılarla olan fiyat farkının yüzde cinsinden büyüklüğünün de önemli olduğu dikkate alındığında farklı fiyat aralıkları için metriklerin yüzdelerle dağılımlarının da değiştiği ifade edilmektedir.
- (58) TRENDYOL tarafından, otomatik fiyatlandırma mekanizmasının kullanımının oldukça sınırlı olduğu, satıcıların otomatik fiyatlandırma mekanizması dışındaki araçlarla da fiyat girişi yapabildiği, fiyatlarını güncelleyebildiği veya kampanyalar tanımlayabildiği, söz konusu mekanizmasının tüm satıcılar tarafından kullanılmadığı, kullanımının tamamen isteğe bağlı olduğu ve TRENDYOL tarafından zorunlu tutulmadığı belirtilmekte; binlerce ürünü olan bir satıcının platform üzerinden her bir ürününe ait *buybox* fiyatlarını takip etmesi satıcının hayatını zorlaştıran bir unsur olduğu ve ilgili mekanizmanın satıcılara normal şartlar altında gerçekleştirdikleri fiyat değişimlerini efor ve zaman harcamaksızın sunma noktasında fayda sağladığı ifade edilmektedir.
- (59) Özetle, TRENDYOL tarafından kullanıma sunulan otomatik fiyatlandırma mekanizmasının mevcut durumda zorunlu tutulmadığı ve kuralların satıcıların istekleri doğrultusunda tanımlandığı, satıcılar tarafından referans fiyat olarak *buybox*'ı kazanan satıcının fiyatının baz alındığı, *buybox* sıralamasının yukarıda yer verilen dört ana parametreye göre belirlendiği, otomatik fiyatlandırma mekanizmasında, "*Buybox* Fiyatının Altında Kal" ve "*Buybox* Fiyatının Üstünde Kal" seçeneklerinde alt ve üst limitlerin yüzdelerle olarak belirleme imkanının yanı sıra tanımlanan kurallara ilişkin olarak geçerlilik süresinin belirleyebilme imkanının da bulunduğu anlaşılmaktadır.

H.3. Değerlendirme

- (60) Dosya kapsamında TRENDYOL, soruşturma konusu iddialar ile bağlantılı endişeleri bertaraf etmek amacıyla, 2021/2 sayılı Tebliğ kapsamında taahhüt sunma talebinde bulunmuş ve bu talep Kurulun 22.08.2024 tarihli ve 24-34/824-M sayılı kararıyla kabul edilerek taahhüt görüşmelerine başlanmasına karar verilmiştir. Taahhüt görüşmelerinin akabinde TRENDYOL tarafından sunulan Taahhüt Metni, 24.09.2024 tarihli ve 56654 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (61) 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Taahhüdün niteliği" başlıklı 9. maddesinin ikinci fıkrası "*Taahhüt rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olmalıdır...*" düzenlemesini haizdir. Aynı Tebliğ'in "Taahhüdün değerlendirilmesi" başlıklı 10. maddesinin birinci fıkrası "*Kurul, 8 inci ve 9 uncu maddelerde belirtilen unsurları dikkate alarak taahhüdün rekabet sorunlarını giderip gidermediğini ve gerekli gördüğü diğer hususları değerlendirir.*" şeklindedir. Bu kapsamda Taahhüt Metni, esas itibarıyla dosya kapsamındaki rekabet sorunlarını gidermeye elverişli olup olmadığı yönünden 2021/2 sayılı Tebliğ

kapsamında değerlendirilmelidir. Bu noktada öncelikle dosya kapsamındaki rekabet sorunlarının detaylı olarak izah edilmesinde fayda görülmektedir.

H.3.1. Dosya Kapsamında Rekabet Karşıtı Endişeler

- (62) Mevcut soruşturma kapsamında esas itibarıyla TRENDYOL tarafından kullanılan ve yukarıda ayrıntılarına yer verilen otomatik fiyatlandırma mekanizmasının yol açabileceği rekabet karşıtı endişeler incelenmektedir. Bu çerçevede, endişeler, otomatik fiyatlandırma mekanizmasının kullanılması suretiyle, çevrim içi çok kategorili e-pazaryeri hizmeti pazarında faaliyet gösteren satıcıların fiyatları arasında bir koordinasyon riski ile satıcıların özgür iradelerinden bağımsız bir şekilde fiyatların sabitlenmesi riskinin doğabileceği noktasında yoğunlaşmaktadır.
- (63) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde, belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmaların, uyumlu eylemlerin ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemlerinin hukuka aykırı ve yasak olduğu ifade edilmektedir. Bu çerçevede, 4. madde kapsamında bir ihlal sonucuna ulaşabilmek için teşebbüslerin, amacı veya etkisi rekabeti engellemek, bozmak ya da kısıtlamak olan bir anlaşma ve/veya uyumlu eylemin tarafı olduğunun tespit edilmesi gerekmektedir.
- (64) Teşebbüsler arası oluşturulan koordinasyonun gücü ve ortaya çıkış şekillerindeki farklılıkların bir sonucu olarak madde kapsamında "anlaşma" ve "uyumlu eylem" olarak iki farklı nitelendirmeye gidilmesi ile ekonomik aktörlerin piyasada alacakları kararları bağımsız bir biçimde belirlemesine yönelik sahip oldukları yükümlülüğe aykırı olabilecek tüm irade uyuşmalarının ve bunların olası alternatif tezahürlerinin hüküm kapsamına alınması sağlanmıştır. Dolayısıyla hükmün ana amacı, her bir teşebbüsün ticari hayatta uygulamaya koymayı planladığı stratejisini, diğer (rakip) teşebbüslerden bağımsız olarak belirlemesini sağlamaktır. Rekabeti bozucu bir anlaşmanın varlığı halinde ise teşebbüslerin bağımsız olması gereken karar süreçlerinin yerini, anlaşmaya taraf teşebbüslerin ortak çıkarlarını maksimize eden koordineli davranışlar alabilecektir.
- (65) İlk bakışta, mevcut dosya kapsamında sağlayıcı konumundaki aracı platform olan TRENDYOL'un sunmuş olduğu otomatik fiyatlandırma mekanizması ile alıcı konumundaki satıcıların karar alma mekanizmalarına detayları yukarıda aktarılan ikinci tip topla-dağıt kartellerine benzer şekilde etki oluşturabileceği izlenimi uyanmaktadır. Algoritmik topla-dağıt modelinin en basit şekliyle, rakiplerin fiyatlandırma stratejilerini belirlemek için aynı algoritmayı kullanması durumunda ortaya çıkabileceği, bu durumun kasıtlı veya tesadüfi bir stratejiden (rakiplerin aynı fiyatlandırma algoritması sağlayıcısına geçmesi gibi) ileri gelebileceği ve her iki durumda da tek bir merkezin fiyatlandırma algoritmasının artık birçok rakibin fiyatlandırma stratejilerini etkilemesiyle sonuçlanabileceği ifade edilmektedir³⁴. Böylece rakipler birbirleriyle doğrudan etkileşime geçmemekte ancak fiyat stratejilerini belirlemek için -fiyatları dengeleyen ve rekabeti azaltan- aynı algoritmayı kullandıkları durumda rakiplerin fiyatlama davranışları uyumlu hale gelebilmektedir. Dolayısıyla, işbirlikçi sonuç ortaya çıkabilmektedir. Öyle ki aynı algoritmanın kullanılması hizmet sağlayıcının her satıcıya fiyat önerilerini sunmak için aynı veri havuzuna/veri noktasına güvenmesi durumunda, uyumun artmasına neden olacaktır. Bu gibi durumlarda, rakipler yalnızca aynı algoritmayı (merkez tarafından sağlanan) kullanmakla kalmayacak, aynı zamanda

³⁴ Bkz. Ezrachi ve Stucke (2023).

fiyatlandırma stratejilerini belirlemek için de aynı veri girişine güvenir hale geleceklerdir³⁵.

- (66) Yukarıda dile getirilen endişelerin 4. madde kapsamında topla-dağıt modeli olarak değerlendirilebilmesi için satıcı konumundaki bir teşebbüsün ürün fiyatı hakkındaki stratejisini TRENDYOL'a, TRENDYOL'un diğer bir satıcıya bu bilgiyi pazar koşullarını etkilemek amacıyla ileteceğini öngörerek, sağlaması; sağlayıcı konumundaki TRENDYOL'un söz konusu bilgiyi diğer bir satıcıya iletmesi; kendisine bilgi iletilen satıcının bilginin kaynağı olan diğer satıcının hangi koşullarda sağlayıcı olan TRENDYOL'a bu bilginin iletilmiş olduğunu bilebiliyor olması ve son olarak geleceğe dönük fiyat stratejisini oluştururken bu bilgiye dayanması gerekmektedir.
- (67) Bununla birlikte, geleneksel pazarların aksine dijital pazarlar bakımından sayılan unsurları ortaya koymak oldukça güç olduğundan pazaryerlerinin sunmuş olduğu otomatik fiyatlandırma mekanizmaları gibi algoritmaların bu şekilde bir sonuca yol açacağı yönünde kesin bir yargıya ulaşılamayabilecektir. Öyle ki geleneksel pazarlarda var olan alışılmış bir dikey ilişki, dijital pazarlarda tam olarak ortaya çıkamayabilecek ve tipik bir ihlal niteliği taşımayabilecektir. Kaldı ki 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerinde sayılan ihlal türleri sınırlı bir yapı teşkil etmemekte, her somut olay bakımından yeni ihlal türlerinin gündeme gelme ihtimali de bulunmaktadır.
- (68) Diğer taraftan, incelemeye konu edilen otomatik fiyatlandırma mekanizması hem 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan hem de 2021/2 sayılı Tebliğ'in dördüncü maddesinde tanımlanan ve açık ve ağır ihlal kapsamına giren fiyat tespiti davranışını da akla getirebilecektir. Ancak mevcut dosya bakımından incelenen davranışın söz konusu madde kapsamında özel olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Öyle ki algoritmik fiyatlandırma davranışları her durumda ve koşulda amaç bakımından ihlal niteliği taşımayabilecektir. Yukarıda ilgili bölümde yer verilen literatür çalışmaları dikkate alındığında, fiyatlandırma algoritmalarının tüketici faydası yaratabileceği kabul görmektedir. Öte yandan fiyatlandırma algoritmaları karar verme sürecini otomatikleştirdiğinden -pazardaki oyuncular arasında 4054 sayılı Kanun kapsamında irade uyuşması olarak nitelendirilebilecek herhangi bir anlaşma olmasa da- bireysel karar alma süreçleri üzerinde olumsuz etki yaratabilecek ve zımni anlaşma olarak kategorize edilebilecek olan bu durum rekabet hukuku bakımından istenen bir sonuç olmayacaktır. Buradan hareketle fiyatlandırma algoritmalarının ilgili pazarlarda zımni anlaşmayı kolaylaştırıcı bir etkisinin olup olmadığının değerlendirilmesi önem kazanmaktadır.
- (69) Otomatik fiyatlandırma mekanizmasında satıcılar, fiyatlarını yalnızca *buybox* fiyatı üzerinden belirlemekte, *buybox* fiyatı ise her bir ürün için ayrı ve değişken bir fiyat değerini ifade etmektedir. Bu yönüyle otomatik fiyatlandırma mekanizmasında, satıcılar arasında rekabetçi parametrelere ilişkin doğrudan veya dolaylı bir temas bulunmamakta, satıcıların fiyatları belirlenirken baz alınan tek kriter olan "*buybox fiyatı*" platformun iç işleyişinde tüm satıcılara eşit şekilde uygulanan birçok parametre ışığında belirlenmektedir. İlgili mekanizmayı hayata geçiren platformlar tarafından bu mekanizmanın zorunlu tutulmaması, platformlara üye satıcılar arasında söz konusu mekanizmanın kullanımı konusunda herhangi bir anlaşma ve/veya uyumlu eylem anlamına gelebilecek bir irade uyuşmasının tespit edilmemiş olması, platformlar tarafından otomatik fiyatlandırma mekanizması kapsamında sunulan hizmetin her bir satıcı tarafından farklılaştırılabilir nitelikte tasarlanması (*buybox* fiyatının altında kal, *buybox* fiyatına eşitle ve *buybox* fiyatının üstünde kal seçeneklerinin sunulması ve her

³⁵ Ezrachi ve Stucke (2023).

bir seçeneğe ilave parametre eklenerek kullanılabilmesi), her bir satıcının tanımladığı kurallara ilişkin olarak farklı geçerlilik süreleri belirleyebiliyor olması sebepleriyle bu aşamada ilgili mekanizmanın işlevi ve mahiyeti gereği, 2021/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde yer alan açık ve ağır ihlal teşkil eden davranışlara vücut verebilecek nitelikte olmadığı değerlendirilmektedir.

- (70) Öte yandan, somut olayda birbirine rakip ve aynı pazarda faaliyet gösteren farklı e-pazaryeri platformları tarafından hayata geçirilen, satıcıların kullanımına isteğe bağlı olarak sunulan ve neredeyse çok benzer dinamikleri barındıran söz konusu mekanizma platforma üye satıcılar bakımından yaygın olarak kullanılmaya başlandığında fiyat katılığına yol açabilecek, başka bir deyişle sisteme e-pazaryeri platformları ile yapmış oldukları dikey bir anlaşma ile entegre olan her bir satıcının kullanıma sunulan ve benzer özellikler taşıyan mekanizmalar aracılığıyla gerçekleştirmiş olduğu bireysel fiyatlandırma davranışı nedeniyle yatay anlamda kümülatif rekabeti kısıtlayıcı etkiler oluşabilecektir.
- (71) Özellikle e-ticaret sektörü söz konusu olduğunda yarattıkları etkiler bakımından yatay ve dikey anlaşmalar arasındaki çizgi bulanıklaşabilmekte ve dikey anlaşmaların yatay anlaşmalara benzer etkiler doğurduğu gözlemlenebilmektedir. Bu bakımdan dikey bir anlaşma, rakipler arasında açık bir anlaşma veya uyumlu bir uygulama olmadığında da ortaya çıkabilmekte ve bu dikey kısıtlamaların sektör genelinde kullanılması yatay bir anlaşmaya benzer şekilde rekabet karşıtı etkiler yaratabilmektedir. Dolayısıyla yatay etkiye sahip dikey anlaşmalar bu yönüyle hibrit bir rol üstlenmektedir. Mevcut dosya özelinde değerlendirildiğinde pazaryerleri ve satıcılar arasında birden fazla benzer dikey anlaşmanın akdedilmesinin yatay bir etki yaratması mümkün olabilecektir. Bir pazaryerinin farklı satıcılarla bir dizi anlaşmaya varması halinde, pazaryerinin tüm satıcılar arasında perakende fiyatlarını farklı seviyelerde belirleme olasılığını etkileyebilecek ve kümülatif etkiler doğurabilecektir³⁶.
- (72) İlave olarak, incelenen rekabet sorunlarının yeterli açıklıkta ortaya konabilmesi için platformlar tarafından satıcıların kullanımına sunulan otomatik fiyatlandırma mekanizmasının satıcılar arasında olası bir koordinasyon doğurucu etkisinin olup olmadığının tespitine ilişkin olarak soruşturma döneminde EAAD tarafından hazırlanan görüşte;
- Otomatik fiyatlandırma mekanizmasını kullanan satıcı sayısının, kullanım oranının ve istikrarının oldukça düşük olması nedeniyle, yapılan analizlerin sonuçlarına ihtiyatla yaklaşılması ve bu bulguya dayanarak algoritmik fiyatlandırma sistemlerinin potansiyel risklerinin göz ardı edilmemesi gerektiği,
 - Bu kapsamda özellikle ilgili ürünün fiyatını kıstas alınan *buybox* fiyatına eşitle algoritmasının uzun vadede kullanımının yaygınlaşmasına bağlı olarak pazardaki fiyat çeşitliliğinin azalmasına veya fiyat katılığına yol açma riskinin, "altında kal" veya "üzerinde kal" algoritmalarına kıyasla daha yüksek olabileceği,
 - Daha fazla sayıda satıcının bu algoritmayı kullanması durumunda bu etkilerin daha da kuvvetli hissedilmeye başlanacağı

hususları belirtilmiştir.

- (73) Benzer şekilde önaraştırma sürecinde Bilişim Teknolojileri Dairesi (BTD) tarafından hazırlanan görüş yazısında da otomatik fiyatlandırma mekanizmasının kullanılması durumunda satıcılar arasında koordinasyonun oluşabileceği, satıcıların bu algoritma

³⁶ Balasingham, B. (2020), *Hybrid Restraints and Hybrid Tests Under US Antitrust and EU Competition Law*.

yardımla diğ er satıcıların fiyatlarına uyumlu bir şekilde fiyat arttırmasının veya azaltmasının daha kolay olacağı nın düşün üldüğü ifade edilmektedir.

- (74) Dolayısıyla ileride otomatik fiyatlandırma mekanizmasını ve özellikle “Buybox Fiyatına Eşitle” kuralını kullanan satıcı popülasyonun genişlemesi, bu yolla mekanizmanın istenen sonuçları sağlayarak en uygun biçimde işleme, satıcıların perakende fiyatlarını farklı seviyelerde belirleme olasılığının zarar görmesi ve platformlarda listelenen ürün fiyatlarında kümülatif etkiye bağlı fiyat katılaşması söz konusu olabilecektir. Bu noktada TRENDYOL tarafından sunulan taahhütlerin, yukarıda yer verilen endişeleri bertaraf edip etmeyeceği değerlendirilmelidir.

H.3.2. TRENDYOL Tarafından Sunulan Taahhüt Metni

- (75) TRENDYOL tarafından sunulan ve 24.09.2024. tarih ve 56654 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden Taahhüt Metni’nde aşağıda ifadeler yer almaktadır:

“1. TRENDYOL, satıcılarına otomatik fiyatlandırma mekanizması zorunlu tutmamaktadır. TRENDYOL taahhüt süresince bahse konu uygulamanın zorunlu tutulmasına yönelik aksiyon almayacaktır. TRENDYOL taahhüt süresi boyunca satıcılar bakımından otomatik fiyatlandırma mekanizmasının kullanımının zorunlu tutulmamasına yahut zorunlu tutulma ile aynı sonuca varabilecek herhangi bir teşvik sunulmamasına yönelik uygulamasına devam edecektir.

2. TRENDYOL’a ait otomatik fiyatlandırma mekanizmasında satıcılar kural tanımlarken belirli satıcıyı/satıcıları hedefleyememektedir. TRENDYOL taahhüt süresince bu uygulamasına devam edecektir.

3. Otomatik fiyatlandırma mekanizmasındaki “Buybox Fiyatına Eşitle” kural türü kaldırılacaktır. Otomatik fiyatlandırma mekanizmasında mevcut durumda var olan “Buybox Fiyatının Altında Kal” ve “Buybox Fiyatının Üstünde Kal” seçeneklerinde satıcılar “Buybox Fiyatına Eşitle” ile aynı sonuca neden olabilecek şekilde yüzde bakımından %0 ve tutar bakımından 0 TL altında kal veya üstünde kal şeklinde kural tanımlanamayacaktır.

4. TRENDYOL’un buybox algoritmasında, otomatik fiyatlandırma mekanizmasının kullanılması bir parametre olarak dikkate alınmamaktadır ve taahhüt süresi boyunca dikkate alınmaya devam edilecektir. Otomatik fiyatlandırma mekanizmasının kullanılması durumu buybox algoritmasında dikkate alınan kriterler/parametreler bakımından da dikkate alınmayacaktır.

5. Satıcılar, otomatik fiyatlandırma mekanizmasını kullanan diğ er satıcılar tarafından hangi ürünlere hangi kapsamda kural tanımladığına dair bilgilere ulaşmamaktadır. Taahhüt süresince TRENDYOL otomatik fiyatlandırma mekanizmasına ilişkin satıcı ve ürün bazlı verileri satıcılarla paylaşmak yönünde aksiyon almayacaktır³⁷.

6. Satıcılar otomatik fiyatlandırma mekanizmasının özellikleri hakkında bilgilendirilecektir. Söz konusu bilgilendirme genel olarak; otomatik fiyatlandırma mekanizmasının zorunlu bir özellik olmadığı, tanımlanan kuralın istenildiği anda kaldırılabilir olduğu, otomatik fiyatlandırma kuralı tanımlanmasının veya fiyat

³⁷ Söz konusu veriler, otomatik fiyatlandırma mekanizmasının kullanılıp kullanılmadığı bilgisi, otomatik fiyatlandırma mekanizmasında hangi koşulların uygulandığı bilgisi, hangi koşulun hangi sıklıkla kullanıldığı bilgisi, uygulanabilir en düşük fiyat bilgisi, kurala ilişkin girilen tutar ve yüzde bilgisi ve opsiyonel ayarların bilgisi olarak sayılmaktadır. İlaveten genel olarak satıcıları bilgilendirme amacıyla paylaşılmakta olan toplulaştırılmış nitelikteki veriler ve kamuya açık olan veya kamuya açık kaynaklardan erişilebilen bilgiler ise bu taahhüdün kapsamında yer almadığı belirtilmektedir.

değişimi yapılmasının buybox kazananı olunabileceği anlamına gelmediği, buybox'ı fiyat dışında etkileyen başka parametrelerin de bulunduğu hususlarını kapsayacaktır.

7. Otomatik fiyatlandırma mekanizmasının işleyişine ilişkin eğitim içeriği satıcıların erişimine sunulacaktır.

8. TRENDYOL çalışanlarına soruşturma kapsamındaki endişeler ve sunulan taahhütler kapsamında bilinçlendirilmesi için Rekabet Hukuku eğitimleri verilecektir.

9. TRENDYOL tarafından sunulan taahhütler Kurulun TRENDYOL tarafından sunulan taahhütlerin kabul edilmesine ilişkin kısa kararının TRENDYOL'a tebliğini takiben 60 (altmış) gün içerisinde uygulamaya geçirecektir.

10. TRENDYOL tarafından 3 yıl süre boyunca 1,2,3,5,6 ve 7 numaralı taahhütlere ilişkin olarak Kurum'a yıllık olarak Bağımsız Denetçi Raporu sunulacaktır. Kurul'un sunulan taahhütleri kabul etmesine karar vermesi durumunda, 1, 2, 3, 5, 6 ve 7 numaralı taahhütlere ilişkin Bağımsız Denetçi Raporu'nu, ilk rapor 2025 yılının son çeyreği (01.10.2025-31.12.2025) ve son rapor 2027 yılının son çeyreği (01.10.2027-31.12.2027) içerisinde Kuruma sunulmak üzere, her yıl ilgili yılın son çeyreği içerisinde Kurum'a sunacaktır. 4 numaralı taahhüttün ise Bağımsız Denetçi Raporu'nun kapsamına dâhil edilmeyecektir³⁸. Yıllık olarak Kurum'a sunulacak Bağımsız Denetçi Raporu'na ek olarak, bizzat TRENDYOL tarafından 4 numaralı taahhüde ilişkin olarak Buybox algoritmasında dikkate alınan parametrelerin neler olduğunu ve Buybox algoritması ve bahsi geçen parametrelerde taahhüt konusu kriterin dikkate alınıp alınmadığı konusunda Kurum'a bilgi sunulacaktır.

11. TRENDYOL tarafından sunulan taahhütler otomatik fiyatlandırma mekanizmasının uygulandığı süre boyunca geçerli olacaktır. 10 numaralı taahhüt ise üçüncü bağımsız denetçi raporunun Kuruma sunulmasıyla birlikte geçerliliğini yitirecektir."

H.3.3. 4054 Sayılı Kanun'un 43. Maddesi ve 2021/2 Sayılı Tebliğ Kapsamında Yapılan Değerlendirme

- (76) 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Taahhüdün niteliği" başlıklı 9. maddesinin ikinci fıkrası, sunulan taahhüdün değerlendirilmesi bakımından yol göstericidir ve buna göre "Taahhüt rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olmalıdır ..."
- (77) TRENDYOL tarafından sunulan Taahhüt Metni incelendiğinde, sunulan taahhütlerin rekabet karşıtı endişeleri bertaraf etmeye yönelik olduğu anlaşılmaktadır. İlgili bölümde yer verildiği üzere dosya konusu endişeler özellikle otomatik fiyatlandırma mekanizmasının "Buybox Fiyatına Eşitle" kuralı etrafında yoğunlaşmaktadır. Söz konusu kural, kuralın -diğer iki kurala nazaran- farklılaştırma imkânının bulunmaması ve satıcıların fiyatlarının doğrudan birbirine eşitlenmesi işlevi görmesi nedeniyle "Buybox Fiyatının Altında Kal" ve "Buybox Fiyatının Üstünde Kal" kural türlerinden farklılaşmakta ve koordinasyona imkân sağlayacak bir nitelik ihtiva etmektedir. Bu çerçevede TRENDYOL, "Buybox Fiyatına Eşitle" kuralının uzun vadede kullanımının yaygınlaşmasına bağlı olarak pazardaki fiyat çeşitliliğinin azalmasına veya fiyat katılığına yol açma riskini ortadan kaldırmaya yönelik olarak söz konusu kuralın kaldırılacağını ve mevcut durumda var olan "Buybox Fiyatının Altında Kal" ve "Buybox

³⁸ 4 numaralı taahhüdün kapsamının buybox algoritması ile sınırlı olmaması ve buybox algoritmasında dikkate alınan parametrelerin hesaplanmasında kullanılan algoritmaları da kapsamı nedeniyle ticari sır teşkil eden algoritmaların detaylarının Kurum dışında üçüncü bir kişi veyahut firmaya ifşa edilmesinin TRENDYOL bakımından telafisi imkânsız zararlara yol açabileceği ifade edilmiştir.

Fiyatının Üstünde Kal” seçeneklerinde de satıcıların “Buybox Fiyatına Eşitle” ile aynı sonuca neden olabilecek şekilde yüzde (%0) ve tutar bakımından (0 TL) kural tanımlayamayacaklarını taahhüt etmektedir. Söz konusu taahhüdün uygulamaya geçirilmesi ile birlikte satıcıların buybox kazananı olma konusunda katlanacakları arama maliyetlerinin, satıcılar arasında koordinasyon oluşma riskini en aza indireceği, “Buybox Fiyatına Eşitle” kuralının tanımlandığı ihtimalde fiyatların sabitleneceğine yahut katılacağına dair dosya kapsamında ortaya çıkan endişelerin giderebileceği ve yatay anlamda oluşması muhtemel görülen kümülatif etkilerin önüne geçilebileceği değerlendirilmektedir.

- (78) İlâveten TRENDYOL tarafından, geçmişte de öyle olmakla beraber gelecekte de satıcılara otomatik fiyatlandırma mekanizması ile ilgili spesifik bilgilendirmeler yapılmayacak olması (söz konusu mekanizmanın kullanılıp kullanılmadığına, hangi kuralın hangi sıklıkla uygulandığına ya da bir ürün için ne kural oluşturulduğuna dair vb.), satıcılar akımından otomatik fiyatlandırma mekanizmasının kullanımının zorunlu tutulmayacak yahut zorunlu tutulma ile aynı sonuca varabilecek herhangi bir teşvik sunulmayacak olması taahhüt edildiğinden, “Buybox Fiyatına Eşitle” kuralının kaldırılması ile birlikte değerlendirildiğinde söz konusu taahhütlerin de satıcılar arasında ortaya çıkabilecek koordinasyon riskini bertaraf edeceği değerlendirilmektedir.
- (79) Tüm bunların yanında H.2.4. numaralı bölümde aktarılan buybox algoritmalarında ve bu algoritmalarda yer alan her bir parametrede (.....) otomatik fiyatlandırma mekanizmasının kullanılması, TRENDYOL tarafından taahhüt edildiği üzere, bir ölçüt olarak dikkate alınmamaya devam edecektir. Böylece, bir satıcı sadece otomatik fiyatlandırma mekanizmasını kullanıyor olması nedeniyle diğer bir satıcıya nispeten buybox sıralamasında daha yüksek bir skora sahip olmayacak, söz konusu mekanizmanın kullanılması bakımından satıcıların ürün satışını doğrudan etkileyen buybox parametreleri açısından satıcılar nezdinde herhangi bir teşvik yaratılmamış olacak ve satıcıların buybox'ta görünür olma gayeleri temelinde otomatik fiyatlandırma mekanizmasının kullanımı fiilen zorunlu hale gelmeyecektir.
- (80) İlâveten TRENDYOL tarafından satıcıların otomatik fiyatlandırma mekanizmasının özellikleri hakkında bilgilendirileceği ve otomatik fiyatlandırma mekanizmasının işleyişine ilişkin eğitim içeriğinin satıcıların erişimine sunulacağı da taahhüt edilmektedir. Söz konusu taahhütle öncelikle TRENDYOL bünyesinde faaliyet gösteren satıcıların da pazaryerleri tarafından kendilerine sunulan araçlar hakkında daha fazla bilgi edinmesi ve bilinçlenmesi sağlanacaktır. Ayrıca özellikle “Buybox Fiyatına Eşitle” kuralının artık geçerli olmadığı bir durumda, satıcıların diğer kurallara ilişkin detaylı bilgiler edinmesinin satıcılar arasındaki fiyat ve kalite rekabetini daha etkin kılacağı ve önceki bölümlerde de ifade edildiği üzere fiyatlandırma algoritmalarının tüketici ve satıcı nezdinde yaratacağı faydaların ortaya çıkabileceği değerlendirilmektedir.
- (81) Taahhüt metninin son kısmında ise taahhütlerin süresine ve raporlanmasına ilişkin hususların yer aldığı görülmektedir. Bilindiği üzere, 2021/2 sayılı Tebliğ’in 15. maddesi³⁹ taahhütlerin izlenmesi ve yerine getirilmesini düzenleme altına almaktadır.

³⁹ “**Taahhüdün izlenmesi ve yerine getirilmesi**

MADDE 15 – (1) Tarafların taahhüde uyumlarının izlenmesi taraflarca düzenli olarak rapor sunulması, denetim amacıyla üçüncü kişilerin atanması ya da meslek birlikleriyle veya ilgili kamu kurum ve kuruluşlarıyla işbirliği yapılması gibi yollarla gerçekleştirilebilir. Denetim amacıyla üçüncü kişilerin atanmasının öngörüldüğü durumlarda, taraflarca önerilen üçüncü kişinin uygunluğunun Kurul tarafından onaylanması gereklidir.

(...)”

Bu kapsamda, TRENDYOL sunulan taahhütlerle, otomatik fiyatlandırma mekanizması uygulamada kaldığı süre boyunca bağlı kalmayı taahhüt etmektedir. Bunun yanı sıra TRENDYOL, 3 yıl süre boyunca -4 numaralı taahhüt hariç olmak üzere- Kuruma yıllık olarak Bağımsız Denetçi Raporu sunacaktır. 4 numaralı taahhüde ilişkin olarak ise bizzat TRENDYOL tarafından Kuruma bilgi sunulacaktır. 4 numaralı taahhüdün izlenmesi bakımından bu şekilde bir ayrıma gidilmesinin gerekçesi olarak ise taahhüdün kapsamının *buybox* algoritması ile sınırlı olmaması ve *buybox* algoritmasında dikkate alınan parametrelerin hesaplanmasında kullanılan algoritmaları da kapsamı gerekçe gösterilmektedir. Ticari sır teşkil eden algoritmaların detaylarının Kurum dışında üçüncü bir kişi veyahut firma tarafından denetlenmesinin arzu edilmemesi bakımından söz konusu gerekçe makul görülmektedir. İlâveten TRENDYOL dosya kapsamında oluşan rekabet sorunlarını gidermek amacıyla sunulan taahhütlerin, söz konusu taahhütlerin bağlayıcı hale getirilmesine ilişkin gerekçeli karar beklenmeksizin ilgili kısa kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde yerine getirileceğini de taahhüt etmektedir.

- (82) Sonuç olarak, TRENDYOL tarafından sunulan taahhüt metni değerlendirildiğinde; sunulan taahhütlerin, soruşturma dosyasında yer alan ve uygulamada karşılaşılabilecek rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu, bu doğrultuda ilgili taahhütlerin kabul edilerek soruşturmanın sonlandırılabilmesi kanaatine ulaşılmıştır.

I. SONUÇ

(83) Rekabet Kurulunun 19.10.2023 tarihli, 23-49/940-M sayılı kararı uyarınca yürütülen soruşturma kapsamında;

- DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret AŞ tarafından sunulan ve Kurum kayıtlarına 24.09.2024. tarih ve 56654 sayı ile intikal eden Taahhüt Metni'nde yer alan taahhütlerin, dosya kapsamında tespit edilen rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olması nedeniyle kabulüne ve ilgili teşebbüs açısından bağlayıcı hale getirilmesine,
- Bu çerçevede 19.10.2023 tarihli, 23-49/940-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturmanın DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret AŞ bakımından sonlandırılmasına

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

Başkan
Biol KÜLE

İkinci Başkan
Ahmet ALGAN

(Raporlu)
Şükran KODALAK

Hasan Hüseyin ÜNLÜ

Ayşe ERGEZEN

Cengiz ÇOLAK

Rıdvan DURAN