

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2008-2-252 (İlk İnceleme)  
Karar Sayısı : 09-04/93-33  
Karar Tarihi : 4.2.2009

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
Üyeler : Tuncay SONGÖR, Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN,  
İsmail Hakkı KARAKELLE

**B. RAPORTÖRLER** : İbrahim AYDEMİR, Hüseyin ORMAN

**C. ŞİKAYET EDEN** : - Aydın Saat A.Ş.  
Tefken Tower Büyükdere Caddesi 209/7  
4. Levent/İstanbul

- Onur AYGIT

**D. HAKKINDA İLK**

**İNCELEME YAPILAN:** - Gitti Gidiyor Bilgi Teknolojileri San. ve Tic. A.Ş.  
Eski Üsküdar Cad., Çayır yolu Sok., No:1, PARTAŞ Center  
K:16, 34752, Kadıköy/İstanbul

**E. DOSYA KONUSU:** Gittigidiyor A.Ş.'ye ait "www.gittigidiyor.com" adlı Internet sitesinin fahiş fiyat uyguladığı ve haksız rekabet yaptığı iddiası.

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Aydın Saat A.Ş. (Aydın Saat) Yetkilisi Ahmet AYDIN tarafından gönderilen şikâyet yazısında özetle;

- Yasalara göre yurt dışından saat ithal edebilmek için teknik servis bulundurma, Sanayi Bakanlığı'ndan yasalara uygun garanti belgesi alma gibi belli yükümlülüklerin yerine getirilmesi gerektiği,
- Ancak, "www.gittigidiyor.com" adlı internet sitesinin adı, sanı ve adresi belli olmayan kişilerce, yukarıda yer verilen yasal yükümlüklerini yerine getirmeksizin gümrüğe dahi uğramaksızın posta yoluyla kaçak olarak yurt dışından saat getirterek nihai tüketicilere sattığı,
- Anılan siteden Katma Değer Vergisi (KDV) alınmadığı,
- Söz konusu durumun kendileri aleyhine haksız rekabet teşkil ettiği,
- Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre ticari şirketlerin kuruluş amacının kâr elde etme gayesi olduğu,

ifade edilerek konunun 4054 sayılı Kanun çerçevesinde incelenmesi talep edilmektedir.

Yukarıda yer verilen şikâyet sonrası aynı internet sitesine yönelik Onur AYGIT tarafından gönderilen şikâyet dilekçesinde de özetle;

- "Sıfır ve ikinci el malların internet üzerinden açık arttırma usulü ile el değiştirmesine aracılık" hizmeti sunan "www.gittigidiyor.com" adlı internet sitesinin hakim durumunu kötüye kullandığı,

- 50
- Kendi web sayfalarında anılan sitenin “2 milyondan fazla kayıtlı kullanıcısı, 450 binden fazla günlük ziyaretçisi ve 1 milyonun üzerinde günlük satışları ile Türkiye'nin en işlek alışveriş merkezi” olduğunun belirtildiği ve bu ifadenin de söz konusu sitenin hakim durumda olduğunun bir göstergesi olduğu,
  - Söz konusu sitenin; satışı yapılmak istenilen ürünler için listeme ücreti, satılan ürünlerin satış fiyatı üzerinden %10-15 arası değişen komisyon ücreti talep ettiği, oysa yurt dışındaki benzer sitelerin müşterilerinden en fazla %5 civarında komisyon ücreti aldığı, şikayete konu komisyon bedelinin fahiş olduğu ve diğer kullanıcılar açısından şebeke dışsallığı yaratıldığı,
  - Bahse konu sitenin ortaklarının aynı zamanda online tanışma ve arkadaşlık siteleri olan “www.ankara.net”, “www.izmir.net”, “www.istanbul.net” siteleri ile online alışveriş sitelerinden olan “www.cimri.com” adlı sitenin de sahibi olduğu,

ifade edilerek konunun 4054 sayılı Kanun çerçevesinde incelenmesi talep edilmektedir.

60 **G. DOSYA EVRELERİ** : Kurum kayıtlarına sırasıyla 23.12.2008 tarih, 8300 sayı ve 29.12.2008 tarih, 8393 sayılı ile giren başvurular üzerine 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un ilgili hükümleri çerçevesinde yapılan inceleme sonucunda hazırlanan, 22.1.2009 tarih, 2008-2-252/İİ-09-İA sayılı İlk İnceleme Raporu 27.1.2009 tarih ve REK.0.06.00.00-110/15 sayılı Başkanlık önergesi ile 09-04 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; yapılan şikayete yönelik olarak 4054 sayılı Kanun kapsamında herhangi bir işlem yapılmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. İlgili Pazar

70 **1.1.1. İlgili Ürün Pazarı**

Şikayete konu Gitti Gidiyor Bilgi Teknolojileri San. ve Tic. A.Ş.'ye ait “www.gittigidiyor.com” adlı internet sitesidir.

Anılan internet sitesi internet üzerinden perakende satış yapılan bir elektronik ticaret (e-ticaret) sitesidir. Site başlangıçta tüketiciler arasında açık artırma yoluyla satış yaparak faaliyetine başlamış, daha sonra belirli markaların sanal mağazalarına da ev sahipliği yaparak karma bir yapıya dönüşmüştür; site üzerinden halen hem B2C<sup>1</sup> hem de C2C<sup>2</sup> satışlar yapılmaktadır.

80 E-ticaret, son yıllarda web teknolojisindeki gelişmelerle ve özellikle WWW<sup>3</sup> protokolünün yaygınlaşmasıyla ortaya çıkmıştır ve tüketicilerin elektronik ortamda her çeşit ürünü mağazalara gitmeksizin alabilmesini sağlamaktadır. E-ticaret, kimler arasında yapıldığına bakılarak sınıflandırılmaktadır. Başvuru konusu işlem B2C e-ticaret, yani işletmelerin doğrudan tüketiciye satış yaptığı sınıf kapsamına girmektedir. Bu kategori elektronik perakendecilik olarak da adlandırılmaktadır. E-ticaret, son yıllardaki web ve wap teknolojilerindeki gelişmelerle ortaya çıkmış yeni bir tür alışveriş ortamıdır ve içeriğindeki sanal mağaza uygulamaları ile internet üzerinden tüketiciler elektronik ortamda; bilgisayardan otomobile, kitaptan pizzaya birçok ürünü mağazalara gitmeksizin günün her vakti doğrudan alabilmektedir.

<sup>1</sup> Business-to-Consumer

<sup>2</sup> Consumer-to-Consumer

<sup>3</sup> World Wide Web

“İşlemi gerçekleştiren birimlerin türüne göre e-ticaret genel anlamda ikiye ayrılmaktadır.

- 90
1. **İşletmeler arası e-ticaret (B2B: Business to business):** İnternet vasıtasıyla şirketlerin sağlayıcıları ve dağıtımçıları ile aralarındaki alım-satım emri, faturalama, ödeme gibi işlemlerdir.
  2. **İşletmelerle tüketiciler arasındaki e-ticaret (B2C: Business to consumers):** Günümüzde internet üzerinden faaliyet gösteren alışveriş merkezleri vasıtasıyla tüm tüketici mallarına online ulaşılarak gösterilen faaliyettir.<sup>4</sup>

100

Elektronik ortamda yapılan satışların geleneksel satışlarla rekabet halinde olması halinde bu ikisi aynı pazarda kabul edilirken, tamamen yeni ve yalnızca elektronik ortamda satılan bir ürünün mevcudiyeti halinde ya da bir ürünü online satmanın önemli avantajlar sağlaması halinde bahse konu ürünün e-ticareti ayrı bir pazar olarak tanımlanmalıdır. Dosya konusu işlemde birinci durum daha olası olmakla birlikte, bu konuda kesin bir değerlendirme yapmaya ihtiyaç duyulmamıştır.

Sonuç olarak; dosya mevcudu bilgiler ışığında ilgili ürün pazarı “elektronik ortamda mal ve hizmet satışı” pazarına işaret etmekle birlikte, dosya bakımından değerlendirmeyi etkilemeyecek olması dolayısıyla kesin bir pazar tanımı yapılmamıştır.<sup>5</sup>

## I.2. Değerlendirme

Söz konusu şikâyet temel olarak, “haksız rekabet”, ve “fahiş fiyat uygulama” alt başlıkları çerçevesinde değerlendirilecektir.

### I.2.1. Haksız Rekabet Değerlendirmesi

110

Şikâyet dilekçesinde, anılan sitenin mevzuata uygun olmayan yollarla yurt dışından saat ithal ettiği ve bu durumun yasal olarak faaliyette bulunan kendi şirketleri aleyhine haksız rekabet teşkil ettiği ifade edilmektedir.

Türk Ticaret Kanunu’nun (TTK) 57. maddesinde haksız rekabete örnek teşkil eden uygulamalar ifade edilmektedir. Anılan uygulamalara bir örnek de anılan maddenin 10. bendinde “*Rakipler hakkında da cari olan kanun, nizamname, mukavele yahut mesleki veya mahalli adetlerle tayin edilmiş bulunan iş hayatı şartlarına riayet etmemek*” olarak ifade edilmiştir. Şikâyet konusu uygulama bu bağlamda söz konusu Kanun ve bend çerçevesinde değerlendirilebilecek bir husustur.

120

Türk Ticaret Kanunu kapsamındaki uygulamalar ise adli yargı bünyesindeki ticaret mahkemelerinin, ticaret mahkemelerinin olmadığı yerlerde ise asliye hukuk mahkemelerinin görev alanına girmektedir.

Rekabet Kurulu’nun yetki ve inceleme alanı ise 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’dur. Söz konusu Kanun’un “Kapsam” başlıklı 2. maddesinde; “... her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukuki işlem ve davranışlar, rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemler bu Kanun kapsamına girer.” denilmektedir.

<sup>4</sup> Aydemir, İbrahim, Elektronik Ticaret Alanındaki Rekabet Sorunları, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, No: 53

<sup>5</sup> 20.11.2008, 2008-2-209/Öİ-08-İA sayılı devralma raporu.

130 Özetle, haksız rekabete ilişkin olarak öne sürülen ve bu bölümde yer verilen iddiaların, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında olmadığı sonucuna varılmıştır.

### **I.2.2. Fahiş Fiyat Uygulandığı İddiası**

Şikâyet bağlamında “www.gittigidiyor.com” adlı sitenin müşterilerden sattıkları ürün başına %10-15 arası komisyon ücreti aldığı, yurt dışında ise anılan komisyon ücretinin en fazla %5 olduğu, %10-15 oranındaki komisyon ücretinin fahiş fiyat teşkil ettiği ifade edilmektedir.

140 Öncelikle vurgulamak gerekir ki, rekabetin tesisi ve serbest rekabet ortamının sağlanmasının en önemli unsurlarından biri piyasada faaliyet gösteren ekonomik aktörlerin kendi özgür iradeleriyle ekonomik kararlar alabilmesidir. Söz konusu kararlardan biri de firmaların sundukları ürünlerin satış fiyatlarını istedikleri gibi belirleyebilmesidir. Bahse konu özgürlüğün çok az sayıdaki istisnalarından biri, hakim durumdaki firmaların, pazara giriş engellerinin mevcudiyeti gibi koşullar altında, tüketicileri sömürmeye dönük aşırı fiyat uygulamalarına ilişkin yasaktır. Söz konusu şikâyet, anılan internet sitesinin ilgili ürün pazar(lar)ında hakim durumda olması durumunda 4054 sayılı Kanun kapsamında bir önem kazanacaktır.

Bu nedenle, % 10-15 oranında komisyonun fahiş fiyat olarak kabul edilip edilmeyeceği bir yana, öncelikle şikâyet konusu internet sitesinin ilgili ürün pazarlarındaki konumunu incelemek gerekmektedir.

150 İlgili pazarda anılan Internet sitesinin dışında faaliyet gösteren çok sayıda oyuncu mevcuttur. Bunlar arasında “www.sahibinden.com”, “www.verdimgitti.com” gibi ikinci el ürün satışı ve online açık artırma yapan siteler olduğu gibi, “www.hepsiburada.com”, “www.bidolu.com” ve “www.ideefixe.com” gibi yeni ürün satışı yapanlar da vardır. Pazara çok sayıda oyuncunun giriyor olması pazara giriş engeli olmadığını ortaya koymaktadır. Girişler olduğu gibi çıkışlar da sık yaşanmaktadır. “www.weblebi.com” alışveriş sitesinin iflası bunun örneğidir. Burada kritik nokta, kurulan e-ticaret firmalarının en azından işletme giderlerini orta vadede karşılayabilir hale gelmeleridir. Bu eşiği aşabilenler ayakta kalmaktadır.

160 Gittigidiyor.com’un yüksek bir işlem hacmine ulaştığı ve yüksek sayıda kullanıcıya sahip olduğu göz önüne alındığında, pazarda tutunmak için kritik eşiği aşmış olması, hatta bir ağ etkisi oluşturmuş olması kuvvetle muhtemeldir. Bunlardan hareketle adı geçen firmanın önemli bir pazar gücüne erişmiş olması da mümkündür. Ancak yukarıda da değinildiği gibi pazara giren ve çıkan firmaların varlığı ve pazara giriş engeli bulunmaması, bu pazarda rekabet hukukundaki anlamıyla fahiş fiyat uygulanmasının halihazırda mümkün olmadığını ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede şikâyet konusu uygulamaya ilişkin ön araştırma ya da soruşturma açılmasına gerek bulunmadığı sonucuna varılmıştır.

## **J. SONUÇ**

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

170 Başvuru konusu iddialara yönelik olarak, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde herhangi bir işlem yapılmasına gerek bulunmadığına, şikâyetin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.