

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-1-052 (Soruşturma)
Karar Sayısı : 25-20/488-228
Karar Tarihi : 22.05.2025

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER: Esra KÜÇÜKİKİZ, Şeyda EROL ÖZTÜRK, Funda SOYLU,
Kübra Nur YILMAZ, Büşra ÖZDEMİR, Cihan ARIK,
Alp Tuna MERCİMEK, Zehra Seda KAYNAR

C. BAŞVURUDA

BULUNANLAR : - Gizlilik talebi bulunmaktadır.

- (.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

D. HAKKINDA SORUŞTURMA

YAPILAN : - Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda AŞ
Temsilcileri: Av. Şahin ARDIYOK, Av. Barış YÜKSEL,
Av. Gökçe ÇETİNKAYA
Büyükdere Cad. Bahar Sok. No:13 River Plaza Kat:11
Şişli/İstanbul

(1) **E. DOSYA KONUSU:** Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda AŞ'nin çevrim içi yemek siparişi platform hizmeti kapsamında kendi kurye hizmetini zorunlu tutmak ve üye işletmelerin faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği iddiası.

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:**

- Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 10.11.2023 tarih ve 44498 sayı ile intikal eden gizlilik talepli başvuruda özetle;
 - YEMEK SEPETİ'nin üye işletmeleri kendi kurye hizmeti ile çalışmaya zorladığı,
 - YEMEK SEPETİ tarafından bu zorunluluğun kabul edilmemesi halinde platforma yapılan başvurunun kabul edilmeyeceğinin belirtildiği,
 - Daha önce yapılan sözleşmelerde bu zorunluluğa yer verilmediği

ifade edilerek gereğinin yapılması talep edilmektedir.

- Kurum kayıtlarına 13.11.2023 tarih ve 44572 sayı ile intikal eden gizlilik talepli bir diğer başvuruda özetle;
 - YEMEK SEPETİ'nin üye işletmeleri kendi kurye hizmeti ile çalışmaya zorladığı,
 - YEMEK SEPETİ tarafından bu zorunluluğun kabul edilmemesi halinde üyeliğin iptal edileceğinin ve yeni üyelik başvurularının kabul edilmeyeceğinin belirtildiği,
 - Kurumsal bazı firmaların bu zorunluluğa tabi tutulmadığı,
 - Sözleşmede yer verilmemiş olmasına rağmen bu zorunluluğun yeni kurulan ve devredilmiş işletmelere uygulandığı

ifade edilerek gereğinin yapılması talep edilmektedir.

- Bunun yanı sıra, 13.11.2023 tarihli ve 44572 sayılı başvuru kapsamında 21.11.2023 tarihinde başvuru sahibi ile yapılan telefon görüşmesinde, başvuru içeriğindeki hususlara ek olarak;
 - YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmeti ile çalışılması halinde işletmeler tarafından siparişlerin en fazla beş km uzaklıktaki bölgelere ulaştırılabildiği, uzaklığın beş km'den fazla olması durumunda siparişlerin ulaştırılmasının mümkün olmadığı ve dolayısıyla işletmelerin satışlarının kısıtlandığı,
 - YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmeti ile çalışılması halinde kurye hizmeti için ayrı bir komisyon alınması sebebiyle komisyon oranlarının çok yükseldiği,
 - Yapılan şikâyetler üzerine YEMEK SEPETİ tarafından yakın zamanda işletmelerin kendi kurye hizmetini kullanmasına imkân tanınacağı belirtilmişse de YEMEK SEPETİ'nin kendi kurye hizmetlerini zorunlu tutması ve bu hizmetler kapsamında komisyon oranının yüksek seviyelere ulaşması nedeniyle birçok işletmecinin mağdur olduğu ve işletmelerini kapatmak durumunda kaldığı

ifade edilerek gereğinin yapılması talep edilmektedir.

- Kurum kayıtlarına 14.11.2023 tarih ve 44669 sayı ile intikal eden ve (.....) tarafından yapılan başvuruda özetle;
 - Fastfood işletmesi bulunan başvuru sahibinin YEMEK SEPETİ platformuna üyelik başvurusu yapmak istediği,
 - YEMEK SEPETİ bölge sorumlusu tarafından yeni üyelik açan işletmelerin YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetine zorunlu olarak dâhil olacağının ve alınan komisyon tutarının standart satış komisyonu ve kurye komisyon tutarından oluşacağının belirtildiği,
 - Zorunlu kurye hizmeti komisyon tutarının %32+KDV şeklinde olduğu,
 - Başvuru sahibinin bu şartı kabul etmek ve ürün fiyatlarına komisyon tutarını eklemek zorunda kaldığı ve artan satış fiyatlarından dolayı satış yapamadığı,
 - YEMEK SEPETİ'ne önceden üye olan işletmeler bakımından bu kuralın geçerli olmadığı, bu işletmelerin %12+KDV şeklinde komisyon ödediği ve kendi kurye sistemlerini kullandığı,

- YEMEK SEPETİ'nin bu tutumunun başvuru sahibinin rakipleriyle eşit şekilde rekabet edememesine yol açtığı, haksız rekabete neden olduğu ve kurye sisteminin kendisine dayatılmaması gerektiği

ifade edilerek gereğinin yapılması talep edilmektedir.

- Kurum kayıtlarına 16.11.2023 tarih ve 44848 sayı ile intikal eden ve (.....) tarafından yapılan başvuruda özetle;
 - Fastfood işletmesi bulunan başvuru sahibine YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetini bir ay kullanması şartıyla platformda faaliyet gösterebileceğinin belirtildiği,
 - Başvuru sahibinin bu şartı kabul etmek zorunda kaldığı,
 - YEMEK SEPETİ'nin alınan siparişleri sisteme aktarmada geciktiği, ayrıca YEMEK SEPETİ kuryelerinin siparişleri teslim etmede geciktiği,
 - YEMEK SEPETİ tarafından işletmenin kendi kurye hizmetiyle çalışmasına izin verilmediği

ifade edilerek 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun) kapsamında gereğinin yapılması talep edilmektedir.

- Yukarıda yer alanlara ilave olarak Kurum kayıtlarına 12.12.2023 tarih ve 45907 sayı ile (.....), 19.12.2023 tarih ve 46239 sayı ile (.....), 08.01.2024 tarih ve 46983 sayı ile (.....), 16.01.2024 tarih ve 47454 sayı ile (.....), 13.02.2024 tarih ve 48629 sayı ile (.....) tarafından gönderilen şikâyet başvuruları intikal etmiştir. Söz konusu başvurularda özetle;
 - YEMEK SEPETİ'nin platforma üye olmak isteyen işletmeleri kendi kurye sistemi olan YEMEK SEPETİ Express ile çalışmaya zorladığı ve işletmelerin kendi kurye hizmetlerini kullanmalarını engellediği,
 - YEMEK SEPETİ Express hizmetinin kullanılması durumunda piyasada %11-12 şeklinde uygulanan komisyon oranının %42 civarına yükseldiği,
 - YEMEK SEPETİ Express ile çalışması zorunlu tutulan restoranların hizmet bölgelerinin kısıtlandığı, sipariş teslim sürelerinin uzadığı, geç ve yanlış sipariş teslimleri nedeniyle müşteri memnuniyetsizliği yaşandığı,
 - Müşteri kaybı ve yüksek komisyon oranları nedeniyle işletmelerin mağdur olduğu,
 - Hâlihazırda YEMEK SEPETİ'ne üye birçok işletmenin kendi kuryeleriyle çalışmaya devam ettiği ve dolayısıyla bu işletmelerle YEMEK SEPETİ Express kullanmaya zorlanan işletmeler arasında ayrımcılık yapıldığı

iddia edilmekte ve gerekli incelemelerin yapılması talep edilmektedir.

- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 10.11.2023 tarih, 44498 sayı; 13.11.2023 tarih, 44572 sayı; 14.11.2023 tarih, 44669 sayı ve 16.11.2023 tarih, 44848 sayı ile intikal eden başvurular üzerine hazırlanan 27.11.2023 tarihli ve 2023-1-052/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu üzerine alınan 30.11.2023 tarihli ve 23-55/1094-M sayılı Rekabet Kurulu (Kurul) kararı ile önaraştırma başlatılmıştır. Önaraştırma kapsamında, 30.01.2024 tarihinde YEMEK SEPETİ'nde yerinde inceleme gerçekleştirilmiş ve teşebbüsten bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur.
- (4) Önaraştırma sürecinde ayrıca YEMEK SEPETİ'nden, YEMEK SEPETİ'nin rakiplerinden, zincir restoranlardan, şikâyetçilerden, tekil restoranlardan ve kurye hizmeti sunan teşebbüslerden bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. Bu çerçevede;
- YEMEK SEPETİ'nden 16.02.2024 tarihli ve 83724 sayılı yazı ile,
 - YEMEK SEPETİ'nin rakibi konumunda bulunan Dijital Platform Gıda Hizmetleri AŞ'den (MİGROS YEMEK), DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret AŞ'den

(TRENDYOL YEMEK) Getir Perakende Lojistik AŞ'den (GETİR YEMEK), Tıkla Gelsin yemek platformu için Tab Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ'den (TABGIDA), Arafiloğlu İnşaat Doğalgaz Otomotiv Turizm Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.'den (DOYURUNBENİ), Fuudy Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik AŞ'den (FUUDY), Gofody Yazılım Teknolojileri AŞ'den (GOFODY), Zuppa Elektronik İletişim Tanıtım Pazarlama Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ'den (YEMEKUMBARA) 30.01.2024 tarihli ve 82578 sayılı yazı ile, ilaveten MİGROS YEMEK'ten, TRENDYOL YEMEK'ten, GETİR YEMEK'ten, DOYURUNBENİ'den, FUUDY'den ve GOFODY'den 16.07.2024 tarihli ve 92643 sayılı yazı ile,

- Zincir restoranlar olan Anadolu Restoran İşletmeleri Limited Şirketi'nden (MC DONALD'S), Beyaz Fırın Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Sanayi ve Ticaret AŞ'den (BEYAZ FIRIN), Modern Restoran ve Kafeterya İşletmeleri AŞ'den (BRASSERIE PRIME), Burger King bakımından TABGIDA'dan, KFC-Pizza Hut bakımından İş Gıda AŞ'den (İŞ GIDA), Shaya Kahve Sanayi ve Ticaret AŞ'den (STARBUCKS), Shaya Mağazacılık AŞ'den (SHAKE SHACK BURGER), Yörpaş Yöresel Yiyecekler Pazarlama AŞ'den (KOMAGENE), OSES Grup Gıda Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi'nden (OSSES), Köfteci Yusuf Hazır Yemek Temizlik Canlı Hayvan Et Mamulleri Entegre Gıda İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret AŞ'den (KÖFTECİ YUSUF), Altıncılıklar Kahve Kakao Ürünleri Ticaret ve Sanayi AŞ'den (KAHVE DÜNYASI), Ekleristan Gıda Sanayi Ticaret AŞ'den (EKLERİSTAN), Pidem Restaurant İşletmeleri Gıda Turizm İnş. Tic. ve San. AŞ'den (PİDEM), Tavuk Dünyası Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ'den (TAVUK DÜNYASI), Ömer Aybak Grup Gıda Sanayi Ticaret AŞ'den (ÖMER AYBAK), Dürümle Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ'den (DÜRÜMLE), Tatlıbak Gıda Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.'den (TATLIBAK), Yaşar Dondurma ve Gıda Maddeleri AŞ'den (MADO), DDY Gıda İnşaat Taahhüt Turizm İthalat İhracat San. ve Tic. AŞ'den (ARABICA), Eslab Kahve Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nden (ESPRESSOLAB), Hazra Gıda Turizm Pazarlama ve İmalat Sanayi Ticaret Limited Şirketi'nden (ARSEMIA), Pizza Restaurantları AŞ'den (DOMİNOS), Bülent Börekçilik İmalat Pazarlama Sanayi ve Dış Ticaret AŞ'den (BÜLENT BÖREK), Somca Gıda Dağıtım ve Pazarlama AŞ'den (MAYDONOZ DÖNER), Ramiz Restoran İşletmeleri ve Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ'den (KÖFTECİ RAMİZ), ESN Restoranları Gıda Ticaret AŞ'den (HOT DÖNER) 05.02.2024 tarihli ve 82918 sayılı yazı ile,

- Şikâyetçiler (.....)'ndan 06.02.2024 tarihli ve 82967 sayılı yazı ile,

- Tekil restoranlar olan Metet Közde Döner'den (METET KÖZDE DÖNER), Alfı Burger'den (ALFY BURGER), Pizza Amore'den (PİZZA AMORE), Fit House'tan (FIT HOUSE), Jimmy's Burger'den (JIMMY'S BURGER), Cunda Muhallebicisi'nden (CUNDA MUHALLEBİCİSİ), OTOOTO Sushi Restoran'dan (OTOOTO), Chicken Arts'tan (CHICKEN ARTS), Çataldatavuk'tan (ÇATALDA TAVUK), Ravello Pizza'dan (RAVELLO PİZZA), Dürümcü Ümit Usta'dan (ÜMİT USTA), İkram Evi'nden (İKRAM EVİ), Teksos Döner'den (TEKSOS DÖNER) 06.02.2024 tarihli ve 82967 sayılı yazı ile,

- Yemek siparişi teslimi alanında faaliyet gösteren kurye şirketleri olan Ata Express Elektronik İletişim Tanıtım Pazarlama Dağıtım Sanayi ve Ticaret AŞ'den (FİYUU), Paket Lojistik ve Teknoloji AŞ'den (PAKET TAXI), Vigo Teknoloji ve Lojistik AŞ'den (VİGO KURYE), Paketle Lojistik AŞ'den (PAKETLE), Kuryep Kurye Hizmetleri Kargo Lojistik Yazılım Teknoloji Limited Şirketi'nden (HIZLIKURYE), Point Kurye Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi'nden (POINT KURYE), Bas Paket Servis'ten (BAS), Gobox Delivery Services'ten (GOBOX), AC Kurye ve Personel Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi'nden (AC KURYE), Next Kurye'den (NEXT KURYE), İste Kurye'den (İSTE KURYE), Paketgo Lojistik ve Kurye Aracılık Hizmetleri Limited Şirketi'nden

(PAKETGO) ve Ring Paket Dağıtım Hizmetleri AŞ'den (RING) 06.02.2024 tarihli, 82966 sayılı yazı ve 08.02.2024 tarihli, 83148 sayılı yazı ile,

- T.C. Ticaret Bakanlığı'ndan 19.02.2024 tarihli ve 83797 sayılı yazı ile bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur.

- (5) Talep edilen bilgi ve belgelere istinaden gönderilen cevabi yazılar, 02.02.2024-26.02.2024 tarihleri arasında, Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (6) Bunun yanı sıra, Kurulun 21.02.2024 tarihli ve 24-09/155-M sayılı kararı ile Kurum kayıtlarına 12.12.2023 tarih, 45907 sayı; 19.12.2023 tarih, 46239 sayı; 08.01.2024 tarih, 46983 sayı; 16.01.2024 tarih, 47454 sayı ve 13.02.2024 tarih, 48629 sayı ile intikal eden diğer şikâyet başvurularının da önaraştırma kapsamında ele alınmasına karar verilmiştir.
- (7) Önaraştırma neticesinde hazırlanan 27.02.2024 tarihli ve 2024-1-052/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, Kurulun 07.03.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve YEMEK SEPETİ hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına 24-12/211-M sayı ile karar verilmiştir.
- (8) İlgili Kurul kararı ve Başkanlık Makamının 11.03.2024 tarihli ve 85174 sayılı görevlendirme onayı uyarınca başlatılan soruşturma kapsamında 4054 sayılı Kanun'un eski 43. maddesinin ikinci fıkrası¹ uyarınca YEMEK SEPETİ'ne, hakkında soruşturma başlatıldığına ve 30 gün içerisinde birinci yazılı savunmasının gönderilmesi gerektiğine dair bildirim 11.03.2024 tarihli ve 85215 sayılı yazı ile 13.03.2024 tarihinde elden yapılmış ve aynı gün YEMEK SEPETİ'nde ikinci kez yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir.
- (9) Soruşturma Bildirimi'ne cevaben sunulan birinci yazılı savunma süresi içinde 15.04.2024 tarihli ve 50933 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (10) Soruşturma sürecinde, soruşturma süresinin bitiminden itibaren altı ay uzatılması talebini içeren 01.08.2024 tarihli ve 2023-1-052/BN-02 sayılı Bilgi Notu Kurula sunulmuş, Kurulun almış olduğu 01.08.2024 tarihli ve 24-32/759-M sayılı karar uyarınca soruşturma süresinin altı ay uzatılmasına karar verilmiştir.
- (11) Soruşturma sürecinde YEMEK SEPETİ'nden, YEMEK SEPETİ'nin rakiplerinden ve kurye hizmeti sunan teşebbüslerden bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. Bu çerçevede; YEMEK SEPETİ, TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK, FUUDY, GOFODY, DOYURUNBENİ, MİGROS YEMEK, Onnet Bilişim ve Medya Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (ACIKINCA.COM), FİYUU, PAKET TAXI, VİGO KURYE, POINT KURYE, GOBOX, PAKETGO, İş Express Lojistik AŞ (İŞ EXPRESS), Sendeo Dağıtım Hizmetleri AŞ (SENDEO), Motilet İletim Çözümleri Gıda Lojistik AŞ (MOTİLET), YKG Kurye Dağıtım Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti. (YKG KURYE), Ulak Yazılım ve Teknoloji Taşımacılık Ticaret AŞ (ULAK), Vego Elektronik İletişim Gıda Lojistik Perakende AŞ (VEGO), Bir Günde Kargo Lojistik Dağıtım Nakliyat Oram Ürünleri Gıda Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (BİR GÜNDE), Es Kurye Dağıtım Yayıncılık Ltd. Şti. (ES KURYE), Scotty Kurye Dağıtım ve Teknolojileri AŞ (SCOTTY), Qdelivery Teknoloji AŞ (QDELIVERY), HIZLIKURYE, AC KURYE, Jetconnect Perakende Lojistik AŞ (JETCONNECT) ve T.C. Ticaret Bakanlığı'ndan 05.07.2024-30.01.2025 tarihleri

¹ Söz konusu madde metni 29.05.2024 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanan 7511 Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile değişikliğe uğramış olup ilgili maddenin yeni hali şu şekildedir: "Kurul, başlattığı soruşturmaları soruşturmaya başlanması kararının verildiği tarihten itibaren 15 gün içinde ilgili taraflara bildirir. Kurul, bu bildirim yazısı ile birlikte, iddiaların türü ve niteliği hakkında yeterli bilgiyi ilgili taraflara gönderir."

arasında bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. Anılan teşebbüs ve kurumlardan gelen yazılar ise, 29.07.2024-04.03.2025 tarihleri arasında Kurum kayıtlarına girmiştir.

- (12) Buna ilaveten, soruşturma kapsamında kullanılmak üzere Bilişim Teknolojileri Dairesi Başkanlığının sağladığı altyapı desteğiyle YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı olarak çalışan restoranlar ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket kapsamında objektif bir sonuç elde edilebilmesi adına YEMEK SEPETİ'nden, YEMEK SEPETİ'nin kurye sisteminden çıkma talebinde bulunup talepleri reddedilen en yüksek işlem hacmine sahip 200 restoran (Grup-1) ile YEMEK SEPETİ'nin kurye sisteminden bugüne kadar ayrılma talebinde bulunmayan, bir başka deyişle YEMEK SEPETİ'nin kurye sistemini kendi talepleri doğrultusunda kullanan en yüksek işlem hacmine sahip 200 restoranın (Grup-2) ticaret ünvanı talep edilmiştir. Bu çerçevede, 400 restorana toplamda 65 sorudan oluşan bir anket gönderilmiş olup ankete Grup-1'den 70 restoran, Grup 2'den 48 restoran olmak üzere toplamda 118 restoran katılım sağlamıştır. Anket doğrultusunda elde edilen bulgulara aşağıda ilgili kısımlarda yer verilmiştir.
- (13) Yürütülen soruşturma neticesinde hazırlanan 07.03.2025 tarihli ve 2023-1-052/SR-01 sayılı Soruşturma Raporu, hakkında soruşturma açılan YEMEK SEPETİ'nin temsilcilerine 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi gereğince tebliğ edilmiş ve söz konusu tarafın İkinci Yazılı Savunması talep edilmiştir. Soruşturma Raporu, YEMEK SEPETİ temsilcileri tarafından 17.03.2025 tarihinde tebellüğ edilmiş ve akabinde, YEMEK SEPETİ tarafından sunulan İkinci Yazılı Savunma, 16.04.2025 tarih ve 66503 sayı ile süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (14) Takiben hazırlanan 25.04.2025 tarih ve 2023-1-052/EG-01 sayılı Ek Yazılı Görüş taraflara tebliğ edilmiş ve akabinde tarafların üçüncü yazılı savunmaları süresi içinde Kurum kayıtlarına girmiştir.
- (15) Yürütülen soruşturmaya ilişkin Rapor, Ek Görüş, toplanan deliller, yazılı savunmalar ve incelenen dosya muhteviyatına göre nihai karar tesis edilmiştir.

H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor ve Ek Görüş'te;

- Hakkında soruşturma yürütülen YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olmadığı,
- YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti kapsamında kendi kurye hizmetini zorunlu tutmak ve üye işletmelerin faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal etmediği ve dolayısıyla aynı Kanun'un 16. maddesi uyarınca adı geçen teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığı

ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE TESPİTLER

I.1. Hakkında Soruşturma Yapılan Taraf: YEMEK SEPETİ

- (16) 13.09.2000 tarihinde kurulan YEMEK SEPETİ, 2015 yılında Almanya merkezli Delivery Hero Şirketler Grubu bünyesine dâhil olmuştur. YEMEK SEPETİ mevcut durumda Delivery Hero'nun tek kontrolü altında bulunmaktadır.
- (17) YEMEK SEPETİ faaliyetlerini pazaryeri modeli, pazaryeri ve lojistik servisi modeli, hızlı çevrim içi market modeli ve içerik üretimi/blog modeli olmak üzere dört ana model altında yürütmektedir.
- **YEMEK SEPETİ Pazaryeri Modeli:** YEMEK SEPETİ 2001 yılından itibaren tüketici konumundaki kullanıcılar ile sağlayıcı üye işyerleri olan restoranları

www.yemeksepeti.com adlı internet sitesi üzerinden ve mobil uygulaması üzerinden bir araya getirmektedir. Bu çerçevede, kullanıcı tarafından verilen sipariş, üye iş yerinin kendi kuryesi aracılığıyla kullanıcıya ulaştırılmaktadır. YEMEK SEPETİ halihazırda 81 ilde faaliyet göstermektedir.

- **YEMEK SEPETİ Teslimat Seçeneği (Pazaryeri ve Lojistik Servis) Modeli:** Kendi kurye ağı olmayan restoranlara lojistik imkânı sağlanması amacıyla Aralık 2015'te faaliyete geçirilmiştir. YEMEK SEPETİ hizmetlerinin işleyişiyle benzerlik göstermekle birlikte, siparişler söz konusu üye iş yerinin kuryesi yerine YEMEK SEPETİ tarafından sağlanan teslimat hizmeti ile iletilmektedir. YEMEK SEPETİ, bu hizmeti sunmaya Vale markası altında başlamış olup 2022 yılında söz konusu hizmet Yemek Sepeti Express adını almıştır. YEMEK SEPETİ kurye ile teslimat hizmetini halihazırda 48 ilde sunmaktadır.
- **YEMEK SEPETİ Market:** YEMEK SEPETİ Nisan 2019'da tüketicilerin çevrim içi market/bakkal alışveriş ihtiyaçlarını karşılamak için Banabi markasını oluşturmuş, 2022 yılında hizmetin adını Yemek Sepeti Market olarak değiştirmiştir. Bu hizmet kapsamında, tedarikçilerden alınan ürünler kiralanan depolarda tüketicilere sunulmak üzere stok yapılmakta ve üye olan kullanıcılara platform aracılığıyla iletilmektedir.
- **Yemek.com-İçerik Üretim/Blog Modeli:** Eylül 2014'te yayına giren site içerisinde yemek ile ilgili tarif, video gibi içerikler yer almaktadır.

I.2. YEMEK SEPETİ'ne İlişkin Geçmiş Tarihli Kurul Kararları

I.2.1. YEMEK SEPETİ-1 Kararı

- (18) 25.03.2004 tarihli ve 04-22/231-48 sayılı Kurul kararında, YEMEK SEPETİ'nin restoranlar ile yaptığı anlaşmalar doğrultusunda restoranlara başka teşebbüslerle çalışmama yükümlülüğü getirmek suretiyle rakip teşebbüslerin pazara girmesine engel olduğu ve 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği iddiası incelenmiş olup bu kapsamda;
- Rakip teşebbüslerin pazara girmeye çalıştığı dönemde YEMEK SEPETİ'nin İstanbul'da faaliyet gösteren restoranlarla yaptığı ve münhasırlık hükmü içeren sözleşmelerin pazarın önemli bir kısmını kapatmadığı,
 - Yapılan yerinde incelemelerde elde edilen ve restoranlardan alınan bilgiler doğrultusunda, YEMEK SEPETİ'nin restoranların aynı alanda faaliyet gösteren ikinci bir teşebbüsten hizmet almalarını engellemeye yönelik bir tutum ya da davranış içine girdiğine dair herhangi bir bulguya rastlanmadığı,
 - Bu nedenlerle, YEMEK SEPETİ'nin rakip teşebbüslerin pazara girmelerini engellemeye yönelik bir kötüye kullanma fiili içinde bulunmadığı, dolayısıyla soruşturma açılmasına gerek olmadığı,
 - Diğer taraftan, halihazırda münhasırlık içeren sözleşmelerin 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) uyarınca yararlandıkları grup muafiyetinin aynı Tebliğ'in 6. maddesi uyarınca geri alınıp alınmayacağı konusunda YEMEK SEPETİ'nin yazılı görüşlerinin de alınarak gerekli işlemlerin başlatılması
- sonucuna varılmıştır.
- (19) Grup muafiyetinin geri alınmasına ilişkin 20.09.2004 tarihli ve 04-60/869-206 sayılı kararda ise,

- YEMEK SEPETİ'nin restoranlar ile münhasır çalışmasının ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabeti ortadan kaldıracabileceği,
- Sözleşmelerin, incelenen hükmün çıkarılması durumunda 2002/2 sayılı Tebliğ çerçevesinde grup muafiyetinden yararlanabileceği ve bunun için gerekli değişikliklerin yapılarak Kuruma bildirilmesi gerektiği

belirtilmiştir.

I.2.2. YEMEK SEPETİ-2 Kararı

(20) 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı Kurul kararında, YEMEK SEPETİ'nin restoranların rakiplerle çalışmasını engellemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. ve/veya 6. maddelerini ihlal ettiği iddiası incelenmiş olup bu kapsamda;

- Telefon, restoranların kendi internet siteleri ve yalnızca restoran, menü, fiyat ve iletişim bilgilerini sunan ve/veya rezervasyon yapılmasını sağlayan sitelerin YEMEK SEPETİ gibi platformlara alternatif olarak kabul edilemeyeceği ve "çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarı" olarak belirlenen ilgili ürün pazarında YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olduğu,
- YEMEK SEPETİ'nin sözleşme hükmüne dayandığı ileri sürülen ve fiilen bunun kapsamını aşarak yürütülen "En Çok Kayrılan Müşteri Şartı" (EKM) uygulamalarının pazara girişi ve pazarda tutunmayı zorlaştırdığı, rakip platformlarda daha iyi/farklı koşullar (fiyat, indirim, promosyon, menü içeriği, ödeme şekli, gönderim bölgesi ve limiti gibi) sunulmasını önleyerek ilgili pazarda dışlayıcı etkiler doğurduğu ve bu nedenle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında kötüye kullanma teşkil ettiği,
- YEMEK SEPETİ'nin, indirimlerin maliyetine kimin katlandığından bağımsız olarak rakip platformlarda daha iyi/farklı koşullar sunulmasını engelleyen her türlü EKM uygulamasına son vermesi gerektiği, ayrıca restoranların diğer çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarında daha iyi/farklı koşullar sunabileceği ve bu koşulları YEMEK SEPETİ'ne yansıtmak zorunda olmadığı açıkça ifade edilecek şekilde YEMEK SEPETİ'nin restoranlarla olan sözleşmelerinin yeniden düzenlemesi ve bunun Kuruma bildirilmesi gerektiği,
- YEMEK SEPETİ'nin rakip platformların tanıtımlarını engellediği, rakip platformlarla çalışmamları karşılığında restoranlara promosyon sağladığı, ayrıca Joker uygulamasının 4054 sayılı Kanun'a aykırı olduğuna ilişkin iddiaların ise reddedilmesi gerektiği

sonucuna varılmıştır.

I.2.3. YEMEK SEPETİ-3 Kararı

(21) 04.06.2020 tarihli ve 20-27/336-M sayılı Kurul kararı ile çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında dışlayıcı uygulamaları ile 4054 sayılı Kanun'un 4. ve/veya 6. maddelerini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak YEMEK SEPETİ hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir. Soruşturma süreci devam ederken sunduğu ilk taahhüt metni reddedilen YEMEK SEPETİ'nin 22.01.2021 tarih ve 14610 sayı ile Kurum kayıtlarına sunduğu ikinci taahhüt metnine ilişkin olarak alınan 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı Kurul kararıyla;

- Dar EKM uygulamasının restoranların kendi kanallarını geliştirmelerine engel olabileceği, YEMEK SEPETİ'nin kullanıcı ağını daha da güçlendirebileceği, restoranların YEMEK SEPETİ'ne olan mevcut bağımlılığını daha da artırabileceği ve

bu nedenlerle dar EKM uygulamasının rakip platformlara giriş engeli oluşturabilecek nitelikte olduğu,

- İlk bakışta kullanıcıya sunulan bir fayda gibi görünen zorunlu Joker uygulamasının uzun vadede restoranları YEMEK SEPETİ'ne bağımlı kılabilirdiği, restoranların sınırlı kaynaklarını YEMEK SEPETİ platformu için kullanmak durumunda bırakıldığı ve bu durumun rakip platformları dışlayıcı nitelikte olabileceği,
- Minimum sepet tutarının zorunlu olarak düşük tutulmasının kısa vadede kullanıcının menfaatine gözüke de uzun vadede restoranların artan maliyetleri sonucu hem paket yemek fiyatlarının yükselmesine yol açacağı hem de rakip platformların gelişmesini engelleyerek kullanıcıların platform hizmetindeki rekabetten faydalanmasını engelleyeceği ve yalnızca tekil restoranlarla sınırlı olsa dahi rekabeti sınırlayıcı etkisinin tüm pazara tesir edebilecek nitelikte olacağı,
- YEMEK SEPETİ'nin, Vale uygulaması ile çevrim içi yemek servisine yönelik platform ve kurye hizmetleri pazarındaki maliyet altı fiyatlandırma stratejisinin platform hizmetleri pazarındaki rekabeti bozabileceği, bu durumun rakipleri üzerinde kısa ve uzun vadede dışlayıcı nitelikte olabileceği

değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, YEMEK SEPETİ'nin dar EKM koşulu, zorunlu minimum sepet tutarı, zorunlu Joker uygulamalarına son vereceğine ve Vale fiyatlandırma politikasının ilgili maliyet kalemlerini karşılayacak şekilde sürdüreceğine ilişkin olarak sunduğu taahhütlerin, makul sürelerde hayata geçirilebilecek ve tespit edilen rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olması nedeniyle kabulüne karar verilmiştir.

I.2.4. YEMEK SEPETİ-4 Kararı

- (22) 18.05.2022 tarihli ve 22-23/366-155 sayılı Kurul kararında, YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarındaki dışlayıcı uygulamalarıyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği iddiası incelenmiştir. İlgili kararda, YEMEK SEPETİ'nin restoranların arama sonuç sayfalarında görünürlükleri, puanları ve reklam mecralarının kullanımına ilişkin çeşitli uygulamalarla restoranların rakip platformlarla çalışmasını engellediği iddiası fiili münhasırlık kapsamında ve restoranların rakip platformlarda daha avantajlı koşullar sunmasını söz konusu uygulamalar aracılığıyla engellediği iddiası ise EKM şartı uygulanması kapsamında ele alınmış olup bu çerçevede;

- YEMEK SEPETİ'nin platformunda yer verdiği kullanıcı yorum ve puanları aracılığıyla restoranların rakip platformlarla çalışmasına veya rakip platformlara daha avantajlı koşullar sunmasına engel teşkil edebilecek uygulamalarda bulunmadığı,
- YEMEK SEPETİ'nin reklam alanlarının restoranlara tesisi konusunda EKM şartı ve/veya fiili münhasırlığa yol açabilecek bir uygulama içerisinde olduğuna dair herhangi bir belge veya bulguya rastlanmadığı,
- YEMEK SEPETİ'nin restoranların siparişlerini kapatmak ve/veya platform sıralamalarına müdahale etmek suretiyle rakip platformlara daha avantajlı koşullar sunmalarını veya rakip platformlarla çalışmalarını engellediğine ilişkin herhangi bir bulgu ve tespiti ulaşılmadığı

değerlendirilmiştir. YEMEK SEPETİ'nin rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırdığı iddiası bakımından ise,

- YEMEK SEPETİ'nin şikâyetle konu uygulamaları ile zincir restoranların diğer rakip platformlarla çalışmasının engellendiği ve pazarın rakip platformlara kapatıldığı iddiasına ilişkin herhangi bir tespite ulaşılamadığı,
- YEMEK SEPETİ'nin yapmış olduğu kampanyalarla rakiplerini dışlamayı hedeflediğine ve bu yönde bir etkinin gerçekleştiğine, bu şekilde 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlâl ettiğine dair bir sonuca ulaşılamadığı,
- YEMEK SEPETİ'nin uyguladığı kampanyalara ilişkin iddiaların ise haksız rekabete ilişkin olduğu ve 4054 sayılı Kanun'un kapsamı dışında kaldığı

sonucuna varılmış ve 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikâyetin reddi ile soruşturma açılmamasına karar verilmiştir.

I.3. Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler

- (23) Dosya kapsamında 30.01.2024 tarihinde ve 13.03.2024 tarihinde YEMEK SEPETİ'nde yerinde incelemeler gerçekleştirilmiştir. Söz konusu yerinde incelemeler sırasında elde edilen bilgi ve belgelerin gerekli görülen kısma aşağıda kronolojik olarak yer verilmektedir. Belgeler yazım hataları ile birlikte ve orijinal içeriği korunarak sunulmuştur.
- (24) **Bulgu-1:** YEMEK SEPETİ (.....)'nin bilgisayarından elde edilen, (.....) yetkilisi tarafından YEMEK SEPETİ yetkililerine gönderilen “!!!!!! ŞİKAYET !!!!!!” konulu e-posta ile sonrasında YEMEK SEPETİ (.....) YEMEK SEPETİ (.....) ve YEMEK SEPETİ (.....) arasında gerçekleştirilen ve bilgide YEMEK SEPETİ (.....) ve YEMEK SEPETİ (.....)'nun yer aldığı 14-15.06.2023 tarihli yazışmalara aşağıda yer verilmektedir:

(.....)

Bir Gün Telefonla Bizi Aradınız ve Vale Sistemine Geçmemizi İstediniz. ...Bizde Kabul Ettik. Fakat Geçiş yaptıktan sonra işlerimiz İyice Azaldı. Bunun Üzerine Şirketinize Mailler Attık... Bizi Arayan Numarayı da Aradık...Whatsapptan yazdık ama onada cevap olmadı. Biz Diğer Uygulamalarda Ciddi Satışlar yaparken, yemek Sepetinde İyice ciromuz azaldı. Yemek sepetin 300 - 500 TL satış yaparken Diğer Uygulamalarda 4-5 Bin Cirolu satışlar çıkıyor.

...

Konu artık İşlerin Azalması Yerlere İnmesi. Kendi Kuryemize Geçirecekseniz Bilmek İstiyoruz. Geçirmek İstemiyorsanız, Bunuda Bilelim. bizde Ona Göre Aksiyon alalım.

...

Vale Sisteminizden Bizi Çıkarırsanız Seviniriz Kendi Kuryemize Dönüş yapmak istiyoruz.

...

(.....)

Restoranın siparişlerinde ciddi bir azalma görünmüyor, örneğin bayram sonrası yalnızca 8 Mayıs haftasında yüksek adette sipariş almış.

...

Son haftaki yüksek fail dışında operasyonel bir sıkıntı da yaşamış gözüküyor. Sipariş dalgalanmasındaki etkenlerden biri 20% civarında seyreden offline ödeme tipleri olabilir diye düşünüyorum, fakat farklı bir tespit yapamadık maalesef.

(.....)DT hiç fena değil, siparişi de düşmemiş. Tamamen yanlış bir restoran sahibi algısı diye anlıyorum.

Restoranı VD²'ye geri geçirmeden önce bunu nasıl yönetmeliyiz sence (.....) ?

(.....)Selam herkese,

Biz arayalım – elimizdeki bilgilerle tekrar ikna etmeye çalışalım.

² VD “Vendor Delivery” kısaltması için kullanılmaktadır. Vendor Delivery YEMEK SEPETİ platformu üzerinden alınan siparişlerin restoran tarafından nihai kullanıcılara teslim edilmesi anlamına gelmektedir.

- (25) **Bulgu-2:** YEMEK SEPETİ (.....)'in telefonundan elde edilen, (.....) adlı mesajlaşma uygulaması üzerinden YEMEK SEPETİ personeli arasında gerçekleştirilen 26.07.2023 tarihli yazışmaya aşağıda yer verilmektedir:

...
 (.....): ...
 Biraz önce sözleşmeyi inceledik...
 Bu od³ işini büyütmek istiyor isek minimum 3 yıllık sözleşme,
 - Cap 210
 - %18 komisyon oranı
 - od ye geçen markalarımız için kuvvetli ekstra kampanyalar (1y1 hediye gibi)
 - görünürlük ve reklam desteği (somut maddeler)
 - iade iptal eksik ürün yarı yarıya (ys call center yönetir)
 - taşıma ücretinin yarısını istiyoruz (Uygulanan ücret piyasanın üzerinde olamaz)
 - taşıma ücreti saat17-21 saatleri haricinde mutabakatsiz olarak uygulanamaz
 - puan yükseltme konusunda destek (Sözlü taahhüt yeterli)
 - 2'lden daha fazla sipariş aynı anda taşınmaz (başka markalar dahil)
 - ilgili markalarda bir önceki yıla göre %200 üzeri fiş artışı ekstra 0,5- %300 artarsa %1 , %600 artışa %2 ekstra komisyon öderiz
 Her yıl sıfırlanır

- (26) **Bulgu-3:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen, (.....) isimli uygulama üzerinden (.....) tarafından (.....)'a 07.08.2023 tarihinde gönderilen "FW: OD (Vale) Süreçleri Hk." konulu e-postaya aşağıda yer verilmektedir:

(.....):
 Selamlar (.....),
 Slackten konuştuğumuz mail bilgilendirmesini iletiyorum...Ay başında uygun zonelerde olan markaların şubeleri için aşağıdaki gibi bir bilgilendirme çıkıyoruz. CPC maddemizi de son attığımız bilgilendirmelere eklemiştik.
 Bunun yanında CPC konusunu ay içerisinde yapacağımız tüm toplantılarda satış kapatma için kullanacağız...
 "Merhabalar,
 Yemeksepeti Vale (OD) performansının yüksek olduğu bölgelerde bulunan şubeleriniz özelinde inceleme sağladık. Markanızın ekte ileteceğimiz şubeleri şu an için kendi kuryeleri ile teslimatlarını gerçekleştiriyor olup Yemeksepeti OD teslimatına geçmesi akabinde sizlere sunacağımız bazı avantajlardan bahsetmek isteriz;
 Güncel OD komisyon oranından bağımsız olarak geçiş yapan tüm şubeler (.....) gün boyunca %(.....) komisyon ile çalışma fırsatından faydalanacaktır. (.....) günü sonunda güncel komisyon oranınıza dönüş sağlanacaktır.
 Geçiş yapan tüm şubelere (.....) TL değerinde CPC tanımlaması gerçekleştirilecek. (31 Ağustos'a kadar geçiş yapacak şubeler için)
 (.....) ay boyunca ilgili şubelerden verilen siparişlerde kullanıcılarımızdan gönderim ücreti talep edilmeyecek.
 (.....) ay boyunca restoranlar mobil ve web sitemizde üst sıralarda listelenecek olup kullanıcılar tarafından daha kolay bir şekilde görünür duruma gelecek.
 ...

³ OD "Own Delivery" kısaltması için kullanılmaktadır. OD, restoranların YEMEK SEPETİ kurye sistemi Yemek Sepeti Express aracılığıyla siparişleri nihai kullanıcılara teslim ettiği sistemdir.

- (27) **Bulgu-4:** YEMEK SEPETİ (.....) bilgisayarından elde edilen, (.....) yetkilisi (.....) tarafından 15.08.2023 tarihinde YEMEK SEPETİ (.....)'ye iletilen "Bulut Mutfak - Yeni Mutfak Açılış Hk." başlıklı e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

... artık yeni açılan markalarda yemeksepetinin kuryeleri ile çalışmak durumunda olduğumuzu öğrendik. Geçmişte Vale kuryeleri ile çalışmıştık ve o kadar müşteri kaybı ve o kadar çok kötü deneyim yaşadık ki yaşanılanları anlatsam mübalağa yaptığımı düşüneneceğiniz için belirtmiyorum :) Bu tecrübelerden dolayı açıkçası ys kuryeleri ile çalışmak istemiyoruz. İkinci sebep olarak biz gece 5'e kadar açığız ve gece ciromuz işimizin oldukça önemli bir kısmı. Üçüncüsü ise kuryelerin istedikleri gün istedikleri kurye firmasında benzer şartlarda iş bulabiliyor olmanın rahatlığıyla müşteriye ve restoranlara karşı sergilediği umursamaz ve saygısız tavırların yarattığı iş kaybı, zaman zaman sistemin bizim sıcak ürün sattığımızı önemsemeden aynı kuryeye 4-5 paket birden atması gibi durumlar bizi oldukça endişelendiriyor.

... sizinde öngördüğünüzden emin olduğum bir konu- YS kuryeleri ile çalışma zorunluluğunun kısa bir vadede yemeksepetine de ciddi bir iş kaybı yaşatacağı. Açıkçası restoranların ys platformunda ürün fiyatlarını daha yüksek tutarak diğer platformlara müşteri yönlendirmeleri ve birim maliyetin daha düşük olacak olması sebebiyle hali hazırda diğer platformlar için bünyelerindeki kendi kuryelerine paket çekme gibi bir çok durumla da karşı karşıya kalacağınızı düşünüyorum...

...

- (28) **Bulgu-5:** YEMEK SEPETİ (.....)'nin telefonundan elde edilen ve restoran sahibi (.....) tarafından (.....)'ye gönderilen 24.08.2023 tarihli (.....) iletisine aşağıda yer verilmektedir:

(.....) ... 1 ay boyunca Yemek Sepeti kuryesi ile çalışma şartı çıkarttılar karşımıza. Bizim sizinle olan sözleşmemizde böyle bir şart yok. Diğer taraftan geçen yıl Yemek Sepeti kuryeleri ile kısa bir süre çalıştık fakat, çok sıkıntı yaşadık... Kendi kuryelerimiz ile çalışmak, müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmak zorundayız. Konuyla ilgili yardımınızı ve desteğinizi rica ediyorum.

- (29) **Bulgu-6:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen, (.....) tarafından 04.10.2023 tarihinde YEMEK SEPETİ (.....) "YEMEK SEPETİ ile olan çalışma sorunlarımız hk.///ÖNEMLİ" başlıklı e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

...

(.....):

...emeklilik nedeni ile (.....) olan işletmenin vergi kaydı aileden (.....) adına vergi kaydı açılarak devam kararı alınmıştır.

Yemek sepeti sanki yeni bir işletmeymişiz gibi kendi kuryesi ile çalışma koşulu ile açabileceğini dayatmıştır.Fakat bizim burda kendimize ait 3 kuryemiz bulunmaktadır.

Buna rağmen yemek sepeti kendi kuryesi ile açılış yapabileceğinde ısrar etmiş ve biz buna 1 ay dayandıktan sonra kabul etmek zorunda kaldık. ...

...Fethiye de hangi bölgelere hitap ettiğimizi bilmiyoruz. Siparişler sadece online ödeme ile alınabilmekte, kapıda kart veya nakit ödeme seçeneği yoktur.

Dahası işletmemize yakın mesafeler de bile gönderim ücreti çıkmaktadır. Bu bizzat tarafımızca da denenmiş ve teyit edilmiştir.

...

Çok sayıda sipariş alırken 3 gündür açık olan yeni sistemde günde sadece 4 adet sipariş düşmektedir... İşletme olarak kendi kurye personelimizi de telefonla gelen veya diğer yemek şirketlerinden gelen siparişler nedeni ile çalıştırmaya devam ediyoruz. Bu da ekstra bir maliyet olarak yansımaktadır.

Bu konuda çok kez şirketinizin destek hatları ile görüşmemize rağmen herhangi bir yol alamıyoruz.

Biz kendi kuryemiz ile yemek sepetinden sipariş almak istiyoruz. Veya yemek sepetinin kapıda nakit,kredi kartı ödeme seçenekleri ile bölgeleri de genişleterek yola devam etmek arzusundayız.

(.....):... Böyle devirlerde OD zorunluluğu konusunda diğer platformlarda da VD devam ediyorsa istisna yapmak makul olabilir gibi geldi. Ne düşünürsün?

(.....)

...Aylık yaklaşık 300-400 arası devrimiz var. Bunların da %50-55'i de VD'den OD ile devirler oluyor. Kalanların etkisi bütünde %4-5 civarında etkiler bizi ama kapatabiliriz diye umuyoruz o rakamı.

VD'den devirde diğer platformlarda da VD is VD olarak ilerliyoruz.

...

- (30) **Bulgu-7:** YEMEK SEPETİ (.....)'in telefonundan elde edilen, YEMEK SEPETİ personeli ile (.....) adlı mesajlaşma uygulaması üzerinden gerçekleştirilen 06.10.2023 tarihli yazışmaya aşağıda yer verilmektedir:

...

(.....): Size bir BOGO özeti geçeyim hızlıca:

İlk turda hayır diyenleri çıkardık. 822 tanesi (.....)'in ekibinin portföyünde, 937 tanesi sahipsizlerden. 822 + 100 OD restoranı (.....)'in ekibi arayacak. Buraya %15 ve %20 başarı oranları için ayrı ayrı incentives koyduk, bütçeyi (.....)'yle de onayladık.

100 Od restoranı için analize başladılar ama pazartesi sabahına yetişebiliyor, taşıma komisyonu almama bedeline bağlı sizin onayınıza göre ekip OD restoranları arayacak. Eğer taşıma bedeline girmezsek yine CPC önerisiyle gideceğiz.

...

- (31) **Bulgu-8:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen, (.....) tarafından YEMEK SEPETİ çalışanlarına iletilen 23.10.2023 tarihli "Vale delivery hero hk." başlıklı e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

...

(.....): ... Sesimizi duyarbilmek için adresimde bulunan tüm Yemeksepeti maillerini eklemek durumda kaldım.

Teksos Döner (d40) - Teksos Döner (g36a) kod'lu Şubelerimizde Sizin tarafınızdan zorunlu olarak açılan eski ismi ile vale yeni ismi ile delivery hero go sisteminde bu şubelerimiz için raporları incelediğimizde verim alamadığımız gözükmemektedir. Bölge de Yoğunlukla Şubeler yoğununda bekletiliyor. Kuryeler siparişi geç kabul ediyorlar. Şubelere düşen sipariş sayısı oldukça az. Günlük ortalama 2- 4 adet civarında.Şubeler cpc alanında reklamda tanımlanmaktadırlar. Bu bütçeyi arttırmak istiyorlar fakat Vale go sistemi yüzünden arttırmak istemiyorlar.

Şubeler bu çalışma şekli ile birlikte Nakit ödeme ve Yemek kartlarını kullanamamaktadırlar. Gelen siparişlerden iptale düşenler mevcut.. Bu şubelerimiz hali hazırda bulunan Kendi Kuryeleri ile paket atmak istemektedirler.

Lütfen, "Vale sistemi zorunludur birşey yapamayız" demeden gerekli desteği ve değişimlerin yapılmasını önemle rica ederiz.

...

- (32) **Bulgu-9:** YEMEK SEPETİ (.....) bilgisayarından elde edilen, (.....) isimli uygulama üzerinden, (.....) tarafından (.....) ve (.....)'a gönderilen 25.10.2023 tarihli, "Fwd: (.....)" konulu e-posta ile ilgili e-postanın ekinde yer alan 24.10.2023 tarihli, "Re: Aynı şubedeki markaları tek panele birleştirme" konulu e-postaya aşağıda yer verilmektedir:

(.....)(25.10.2023):

Sayın (.....) Bey,

...Son 1,5 yılda (.....) epey yol aldı... şu anda 13 fiziksel lokasyonda (yakında 18) toplam 3 marka ve 42 aktif dijital şube ile satış yapıyoruz...

Hızlı (ve karlı) büyüyebilmemizin sebebi, mevcut restoranların mutfaklarını, elemanlarını ve kuryelerini kullanmamız...

Tüm büyük online yemek sipariş platformlarından satış yapıyoruz ve her zaman kendi kuryemizi (yani anlaşmalı olduğumuz lokasyonların kuryelerini) kullanıyoruz. Yemeksepeti dışındaki yemek platformları bize özel komisyon oranları uyguluyor; diğer platformlardaki satış komisyonumuz, Yemeksepeti'ne ödediğimiz %(.....) komisyonun kimi zaman yarısı civarında, kimi zaman da yarısından az. Çünkü bu platformlar bizim hızlı büyüyen, başarılı bir iş modeli uyguladığımızı görüyorlar ve bu büyümeyi desteklemek istiyorlar.

Yemeksepeti'nin hakim şirket konumundan dolayı, Yemeksepeti'nden özel bir platform komisyonu almamız için Rekabet Kurulu'nun mutabık kaldığı bazı şeffaf kriterleri sağlamamız gerektiğini anlıyor ve buna saygı gösteriyoruz. Yemeksepeti'nden herhangi bir indirim veya ayrıcalık talebimiz yok.

Ancak, Yemeksepeti Ekspres kullanmak istemiyoruz .. Yemeksepeti'nden istihdamımız şu: lütfen Yemeksepeti'nden sadece platform hizmeti satın almamıza müsaade ediniz ve lütfen Yemeksepeti Ekspres hizmetini, Yemeksepeti platform hizmeti ile birlikte satın almamızı şart koşmayınız. Satış ekibinizi bu doğrultuda yönlendirmenizi rica ediyoruz...

...

(.....)(24.10.2023):

..2 hafta önce bir meze markası açılış talebimiz vardı...fakat biz bununla ilgili diğer markalarda yaptığımız gibi herhangi bir sözleşme gelmemişti ve direkt açılış sürecine düşmüş...Biz restoran kuryesi ile çalışmak istediğimizi sizlere belirtmiştik ama açılışlar platform kuryesi ile açılmış...

(.....):

..Yeni süreçte hiçbir şekilde kendi kuryesiyle hiçbir restoran çalışmamakta. İlgili konuda bir yanlış anlaşılma oldu sanıyorum. (.....) isimlerini güncelliyor olacağım gün içinde ancak teslimat tipinde bir değişiklik maalesef yapamamaktayız...

(.....)...Su anda Yemeksepeti'nde sube acmak için, Yemeksepeti kendi kuryesini (Eskpres / Vale) kullanmayı şart kosuyor, doğru anlıyor muyum? Yani restoranların kendi kuryelerini kullanacakları şekilde sube acmalarına izin verilmiyor, doğru mudur?

(.....)..Daha önce ilgili konuyu detaylı bir şekilde (.....) Bey tarafınıza aktardı sanıyorum, süreçte değişen bir şey yoktur. Yemeksepeti Express teslimat yöntemi ile kullanıcılarımıza baştan sona en iyi deneyimi sunmayı amaçlıyor, bu noktada üye iş ortaklarımızla olan teslimat yöntemlerimizde de Yemeksepeti Express'li teslimatı tercih ediyoruz. Bilgilerinize.

(.....)..Tesekkurler. Biz Yemeksepeti Ekspres kullanmak istemiyoruz. Lütfen hesabımızı kendi kuryemizi kullanacak şekilde acınız, veya Yemeksepeti Ekspres kullanmamamız halinde Yemeksepeti'nde (kendi kuryemizle) panel acmamızın mümkün olmadığını teyit edecek mail atınız.

(.....)..Anlıyorum fakat süreç daha önce (.....) Beyin ve benim belirttiğim şekildedir. Ek olarak, tüm isimler (.....) olarak güncellenmiş ve hepsi açılış sürecindedir.. Teşekkürler.

(.....)..Daha önce yazdığım gibi, yeni subeleri kendi kuryelerimizle çalışacak şekilde acmak istiyoruz; Yemeksepeti Ekspres hizmeti ile acmak istemiyoruz. Yemeksepeti platformunda listelenmek ve satış yapmak istiyoruz, fakat Yemeksepeti Ekspres hizmetini kullanmak istemiyoruz.

Aşağıdaki mail yazışmasından, Yemeksepeti'nin, Yemeksepeti Ekspres kullanmayı kabul etmediğimiz takdirde tüm yeni panel acılışlarını reddettiğini anlıyorum. ...Dolayısıyla, maalesef panel acmak istediğimiz ve hazır olduğumuz halde, Türkiye'nin hakim online yemek platformu olan Yemeksepeti'nin reddi sebebiyle panel acamıyoruz.

(.....) Yemeksepeti olarak iyileştirdiğimiz ve fazlasıyla geliştirdiğimiz Yemeksepeti Express hizmetimizi tercih ediyor ve iş ortaklarımıza buna göre yönlendirme sağlıyoruz.

Bu süreçte; değişen bir şey olmamasıyla birlikte dilediğiniz zaman Yemeksepeti Express hizmetiyle açılışınızı sağlayıp satışa başlayabileceğinizi belirtir, talebiniz olması halinde de en hızlı şekilde açılışınızı sağlayabiliriz.

- (33) **Bulgu-10:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen, YEMEK SEPETİ çalışanı (.....) tarafından iletilen 02.11.2023 tarihli "OD Sözleşme Maddesi" başlıklı e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

...
(.....): Sözleşme değişikliği canlıya alındıktan sonra sisteme yeni girişi yapılacak bütün üye işyerlerini ilk olarak OD mi alacağız yoksa üye işyerlerinin seçim hakkı bulunacak mı?

(.....): OD ve VD – her ikisi de devam edecek.

(.....): Hali hazırda 2 aydan fazla süredir OD çalışan bir üye işyeri dilediği anda VD'ye switch edebilecek midir? Bir başka deyişle, OD'den VD'ye switch için başvuru tarihinden itibaren 2 ay mı beklenmesi gerekmekte yoksa herhangi bir andan itibaren 2 ay boyunca OD hizmetinden yararlanılmış olması VD'ye geçiş için yeterli olacak mıdır?

(.....) OD' ye switch ettikten (mevcut restoran) veya OD ile çalışmaya başladıktan (yeni restoran) sonra belli kural setleri kapsamında VD'ye geçebilecek. Bu noktada bu kural setleri neler diyeceksin 😊 Onlar üzerinde çalışıyoruz – bu kural setlerini Vendor Portal'da yayınlayacağımızı söyleyerek maddede belirtebilir miyiz acaba?

...
(.....) Bu noktada, üye işyeri sözleşmemizi en hızlı şekilde çıkabilmek adına yönlendirmeniz uyarınca 4.12. maddenin sonuna aşağıdaki şekilde bir ekleme yaptık. Uygun görmeniz halinde sözleşmemizi değiştirip, bu yeni versiyonun hem SF hem de VP'de kullanılması için gerekli yazışmaları başlatabiliriz.

4.12. ÜYE İŞYERİ'nin menüsüne ulaşan KULLANICI, burada bulunan ürünler arasından sipariş verebilecektir. KULLANICI'nın siparişi tamamlamasının ardından, ÜYE İŞYERİ bu hizmeti sağlıyor ise KULLANICI'nın yapacağı seçime göre ÜYE İŞYERİ personeli, YEMEK SEPETİ saha elemanı ve/veya YEMEK SEPETİ'nin hizmet aldığı anlaşmalı üçüncü kişiler tarafından siparişte yer alan ürünler KULLANICI'ya ulaştırılacaktır. YEMEK SEPETİ verilen siparişi, teslimatın YEMEK SEPETİ veya YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı üçüncü kişilerce yapıldığı durumlarda; siparişi ÜYE İŞYERİ'nden teslim almak üzere YEMEK SEPETİ SİSTEMİ'ne dahil olan YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı üçüncü kişilere veya YEMEK SEPETİ'nin kendi saha elemanlarına iletilecektir. ÜYE İŞYERİ'ne SİSTEM'den gelen talebin kabul edilmesi ile beraber ilgili ürün, halihazırda müsait olan YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı üçüncü kişi veya kendi saha elemanı tarafından ÜYE İŞYERİ'nden temin edilerek, KULLANICI'ya ulaştırılacaktır.

*Dahili İletişim Sistemi'ni Vendor Portal olarak düşünebilirsiniz.

OD teslimat kural seti sizlerden geldiğinde de revizyonlarını yapıp, yine VD'de yayımlanmak üzere hazır hale getirebiliriz.

- (34) **Bulgu-11:** YEMEK SEPETİ (.....)'in telefonundan elde edilen, YEMEK SEPETİ personelinin dahil olduğu, (.....) adlı mesajlaşma uygulaması üzerinden gerçekleştirilen 14.11.2023 tarihli yazışmaya aşağıda yer verilmektedir:

...(.....): Daha çok siparis kaybettim nedeniyle iletisime geciyorlar. Bunu besleyen alt nedenlerde yagistan dolayi kisilma ve daralmalari da bulabiliriz(delay'a gore sistem otomatik yapiyor diye biliyorum) Haliyle is tansiyonu yuksek gorusme&yazismalara donuyor

(.....): ..Vendora bak standart zamanda, zaten bu durumu cover edebiliyorsuna getirmek gerekecektir ikna surecinde. Aslinda vendori OD ye cektigimiz ilk hafta olabildigince mutlu edebilesek sahane olur. Ornegin: OD ye gectigin anda biz de seni desteklemek için 300 TL lik CPC tanimliyoruz, siparislerini katladigin gibi, delivery belasindan da kurtuldun.” Adam ilk 7 gunde standartin ustunde order alsa OD ile, sonrasinda devaminda incidentlara karsi daha guvenli durur.

...
(.....): First 7 days orderlara baksak muhtemelen OD gecisi istemeyenlerin sayisi, VD gecisi isteyenlete kıyasla çok fazla olacaktır

(.....): Aslında CPC desteğimizi Kasım ayı boyunca devam ettiriyoruz. OD'ye geçiş aşamasında zorlandığımız markalara önerilerimize devam ediyoruz. Her marka için CPC tanımlayarak ilerlemiyoruz. Bütçe karşılayabilirse her AB switch için direkt CPC tanımlaması yapılarak ilerlemek sipariş kaybının da önüne geçebilir

...

(.....): vd almayalım dedik ama oradaki kararı yine gözden geçireceğiz sanırım

(.....): Cunku prim yapisini da vd almama üzerine değiştirdik

(.....): Evet kesinlikle bu konuyu tekrar gözden geçirmek iyi olabilir. 8 şubeli (.....) ve bugün gelen (.....) (3 şube son ay ortalama 5K sipariş ve 2,4M ciroları mevcut) 4. Şube Ümraniye Dudullu OD aldık fakat VD'ye geçmek konusunda oldukça ısrarcılar. Bu konuyla ilgili sosyal medya hesaplarından bizi eleştiren bir paylaşımları var.

...

- (35) **Bulgu-12:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen, (.....) adlı e-posta uygulaması üzerinden iletilen 22.11.2023 tarihli yazışmaya aşağıda yer verilmektedir:

...

info@yemeksepeti.com: İlgili sayfa 664,2 K takipçili hesabından bir restoranın VD teslimat isteğinin karşılanmadığına dair bir paylaşımda bulundu. Tweet altına bir restoran yetkilisi de konu hakkında daha önce mail üzerinden aldığı dönüşü paylaşmış. Görselini ekliyorum. Sizlere de bilgi vermek istedik.

...

- (36) Yukarıdaki e-posta iletilinde yer verilen restoran sahibi tarafından gönderilen ekran görüntüsüne yer verilmektedir:

Selamlar istanbulda küçük bir işletmem var yemeksepeti siparişleriyle döndürmeye çalıştığımız.7-8 yıldır sipariş teslimini biz yapıyorduk yüzde 12 komisyon vererek.sürekli arayıp teklif ederek kendi kuryeleri ile (exprees)çalıştırmaya dolayısıyla yüzde 38 komisyon almaya ikna ettiler.memnun kalmadığınız taktirde kendiniz sipariş atmaya devam edebilirsiniz denildi ancak şuan asla değiştirmeyiz diyorlar yapılan sözleşmede böyle bir madde olmamasına rağmen.küçük esnaflar olarak çok zor durumdayız sesimizi duyurabilecek bir twit atarsanız çok mutlu oluruz.yemeksepeti şikayetvar yazdığınızda esnafların ne kadar zorluklar çektiğini görebilirsiniz.şimdiden teşekkürler 🙏

01:08

- (37) **Bulgu-13:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen, (.....) tarafından 28.11.2023 tarihinde iletilen “Re-Switch Kural Setleri” başlıklı e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

...

(.....): Aşağıdaki kural setleri için sizlerin ek bir yorumunu almak istedik. İlk iki kural ayrı ayrı değerlendirilecektir. Örnek: Re-switch olmak isteyen bir restoranın sipariş düşüşü %15 - ilk kurala uymuyor. Lojistik iptal oranı ise %4,5 ise - ikinci kurala uyuyor. İkinci kurala uyduğu için re-switch yapabileceğiz.

Teşekkür ederiz

1) Switch yapılan restoranların switch sonrası ile switch öncesi ortalama haftalık siparişleri arasında %30 düşüş var ise re-switch yapılabilir. Hava muhalefeti, restoran kaynaklı konular sebebiyle sipariş düşüşü yaşanmadığı durumlarda %30 düşüş nedeni ile reswitch talebi kabul edilir. Ön koşul min 60 gün yemeksepeti express ile çalışıyor olması

2) Restoranın son 1 ayki lojistik iptali %4 ve üzerinde ise re-switch yapılabilir. Ön koşul son 1 ayda min 30 siparişi olması ve min 60 gün yemeksepeti express ile çalışıyor olması.

3) Express hizmeti ile yeni çalışan restoranların kendi kuryeleri ile çalışmaya geçmeleri için minimum 60 gün Yemeksepeti express teslimatı ile çalışmış olması gerekmektedir. 60 gün sonrası yukarıdaki kurallar çerçevesinde kendi kuryelerine geçiş yapılabilir. 60 gün öncesi geçiş talepleri işleme alınmayacaktır.

(.....): Özellikle (.....)'e gönderilen maillerden anladığım özellikle ilk 2 haftadan sonra da çok fazla talep geliyor. Eğer 60 gün kuralında %100 eminsek, bu mailler (.....)'e gitmeye devam etmeyecek mi? Bu durum yine sürtünme yaratacak sanki?

...Bir anda 60 gün re switch taleplerine baktığımda uzun geldi.

(.....): Antat kaldığımız son durum aşağıdaki şekildedir.

ReSwitch Rule Set

1. Reswitch talebi geldiği anda, eğer son 1 aylık Sipariş Kaybı %30 ve üstündeyse reswitch talebi olumlu olarak karşılanır.

2. Reswitch talebi geldiği anda, eğer son 1 aylık Lojistik İptal oranı %4'

Yorumlarınızı okudum – son yaşadığımız örneklerle de bakınca siparişi %30un üzerinde düşmüş veya lojistik iptali %4ün üzerinden olan işletmelerimizi 60 gün bekletmeyelim.

1 ay sonunda siparişi %30dan fazla düşmüşse ve/Veya lojistik iptal %4'ten fazlaysa 30 gün sonunda reswitch yapalım.

%30 sipariş kaybı veya %4'ten fazla lojistik iptali yoksa 60 gün kuralını uygulayalım.

Sizin farklı bir yorumunuz yoksa son durumu – kural/etkilenen restoran/sipariş bir özet atar mısınız?

- (38) **Bulgu-14:** YEMEK SEPETİ (.....)'in telefonundan elde edilen, YEMEK SEPETİ personelinin dahil olduğu, (.....) adlı mesajlaşma uygulaması üzerinden gerçekleştirilen 28.11.2023 tarihli yazışmaya aşağıda yer verilmektedir:

...

(.....): OD Bölge dışında olan ve VD ekleme için bekleyen kaç restoran varmış?

... restoranları bekletmeyelim

(.....): Merhaba (.....), Ekim ayından 157 Kasım ayından ise 143 VD bekleyen restoran var...

(.....): Ve devirler konusunda da restoran VD ise ve sadece devir ediyorsak VD olarak ilerleyebiliriz.

...

- (39) **Bulgu-15:** YEMEK SEPETİ (.....)'nın bilgisayarından elde edilen, (.....) isimli uygulama üzerinden (.....) tarafından 30.11.2023 ve 05.12.2023 tarihlerinde gönderilen iletilere aşağıda yer verilmektedir:

(.....)(30.11.2023):

..(.....) ile ilgili bir bilgilendirme paylaşmak isteriz.

Bu bilgilendirmeyi örneklerle açıklamak gerekirse;

- VD ile çalıştığımız bir restoran 2.şubesini veya tabelasını OD olarak açmak istediğinde “(.....) Gün (.....) Komisyon” uygulanmalıdır. VD ile çalıştığımız mevcut restoran eğer OD’ye geçmeye ikna edilirse yani OD Switch yapılırsa “(.....) Gün (.....) Komisyon” uygulanmalıdır.
- 5 şubesi olan bir restoran, 2 şubesini OD Switch yapmak istediğinde bu 2 şubeye de “(.....) Gün (.....) Komisyon” uygulanmalıdır. 2’den fazla komisyon avantajı ise uygulanamaz.

Bu detayı güncellemiş olduğumuz Yemeksepeti Mutfak’ta yer alan Siftah Tablosu üzerindeki “2.Ek Tabela veya Şube OD Switch ise” başlığından inceleyebilirsiniz.

...

- (40) **Bulgu-16:** YEMEK SEPETİ (.....)’nin bilgisayarından elde edilen, (.....) adlı restoranın şube yetkilisi (.....) tarafından 02.12.2023 tarihinde (.....)’ye gönderilen “YEMEK SEPETİ ŞİKAYETİMİZ HK.” e-postaya aşağıda yer verilmektedir:

...

Vergi kaydı değiştiğinden yemek sepeti bize Yemeksepeti verilerimizin sıfırlanacağını söyledi. Ve yeni işletme muamelesi yaptı. ... Restaurant paket hizmeti de verdiğinden 1 ay bizi bekletip kendi kuryeniz ile çalışma mecburiyeti koşup ancak 1 ayın sonunda açtınız ve bunu açarken de kendi kuryeniz ile çalışmanın sadece 1 aylık bir deneme olduğunu sonrasında kendi kuryenize geçebilirsiniz denildi. 1ay dolduktan sonra kendi kuryenimize geçmek için sizlere yaklaşık 12-13 kayıt oluşturduk .Her defasında konu ilgili departmanlara iletildiğini , dönüş yapılacağı iletili. Fakat 13 kaydın hiçbirine dönüş alamadık.

Yemek sepetinin kuryesi ile çalışmaya geçtikten sonra birçok sorun yaşıyoruz. Birincisi bölgemizde km sınırları var..yükli siparişlerin geldiği bölgeye hizmet vermiyorlar. Ayrıca siparişleriniz geç düşmekte, yoğunlukta veya gece geç saatte kurye sayınız nedenini bilmediğimiz bir durumdan dolayı kuryeleriniz siparişlere çok geç gelmekte veya gelmemekte , bu da müşterinin siparişinin soğumasına , veya iptaline neden olmaktadır. İptallerde yemek bedelinin iadesini alamıyoruz, müşteri memnuniyetsizliği oluyor, müşteri kaybına neden oluyor. Çünkü müşteri bu gecikmenin nedeni olarak restorantı tanıyor..kdv si ile birlikte nerdeyse %(.....) leri bulan komisyon kesintinize rağmen kurye hizmetini sağlayamıyorsunuz...Madem bizden bu oranları alıp sözleşmenizde yer verdiğiniz kurye hizmetini sunmak istiyorsunuz, fakat görüyorsunuz ki sözleşmenize uymuyorsunuz.

biz ısrarla yineliyoruz.İşletmemiz kendi kuryesini kullanmak istemektedir.(.....), (.....) ve(.....) yemek te bu sorunların hiçbirini yaşamıyor ve o platformlarda kendi kuryemiz ile hizmet veriyoruz. Bu mağduriyetimiz çözülemezse biz o platformlar ile devam edip yemek sepetinden ayrılmak durumunda kalacağız.

...

- (41) **Bulgu-17:** YEMEK SEPETİ (.....)’ın bilgisayarından elde edilen, (.....) isimli uygulama üzerinden (.....) tarafından (.....) ve (.....)’a 11.12.2023 tarihinde gönderilen ileti üzerine gerçekleştirilen yazışmaya aşağıda yer verilmektedir:

(.....) ...Yemeksepeti OD teslimatına geçmesi akabinde sizlere sunacağımız bazı avantajlardan bahsetmek isteriz ;

• Güncel OD komisyon oranından bağımsız olarak geçiş yapan tüm şubeler 14 gün boyunca %20 komisyon ile çalışma fırsatından faydalanacaktır. 14 günü sonunda güncel komisyon oranınıza dönüş sağlanacaktır.

• Geçiş yapan tüm şubelere 2.800 TL değerinde CPC tanımlanması gerçekleştirilecek (31 Aralık’a kadar geçiş yapan şubeler için)

• İki ay boyunca restoranlar mobil ve web sitemizde üst sıralarda listelenecek olup kullanıcılar tarafından daha kolay bir şekilde görünür duruma gelecek.

Teşekkürler, iyi çalışmalar.'

(.....):

Süper (.....), yıl sonu OD outlet share hedefimiz %(.....) biz suan (.....)% uz bi tık hızlanmamız gerekiyor. Bu yukarıda ki mail taslağını ilettiğimiz Döner markalarına özel değiştirebilirsiniz bu arada

- (42) **Bulgu-18:** YEMEK SEPETİ (.....)'nin telefonundan elde edilen ve (.....) olarak kayıtlı olan kişi ve(.....) arasında gerçekleştirilen 12.12.2023 tarihli (.....) yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

(.....)... sanırım yılbaşı itibariyle YS kuryelerini kullanmaları zorunlu olacakmış, o konuda özellikle Zkøy bölgesinde çok sıkıntı yaşıyorsunuz, muhtemelen de YS'ni bırakmak zorunda kalıyorsunuz, bölgedeki restoranlar adına bu konuları konuşabilecekleri yetkili birine yönlendirme şansın olur mu, dertlerini anlatmak isterler.

(.....)Benim bilgim yok öyle bir kuraldan ;)

...

Restoranların daha iyi yapacağımıza inanıyoruz

Onları da dertten kurtarıp daha iyi deneyim sunacağız

...

Eskiden kendi taşıyan bir restoran zorunlu geçmez, yenileri öyle alıyoruz

Eskilerden de geçmek isteyenleri

...

Asgari ücret artınca zaten restoranların kurye bulmak daha da zorlaşacak 1 a sonra Amacımız işin devamı ve kalitesi zaten, onların siparişinin düşmesini hiç ister miyim?

(.....)Kuryeyle uğraşmak istemeyen zaten geçer onlar için her türlü avantajlı ona hiç lafım yok

YS kuryeleri 11den sonra gelmiyor, ben asıl işi gece yapıyorum diyor mesela

...

(.....)Evet bu önemli mesela, çözmeliyiz

...

(.....)Abi sorun şu, herkes tüm restoranlara zorunlu sanıyormuş, belli ki iletişimde bir sorun var :) 70 civarı restoran varmış zköyde

...

(.....)Saha ekibi test ediyor olabilir

Bölge bazında

...

- (43) **Bulgu-19:** YEMEK SEPETİ (.....)'in telefonundan elde edilen YEMEK SEPETİ personelleri ile (.....) adlı mesajlaşma uygulaması üzerinden gerçekleştirilen 14.12.2023 tarihli yazışmaya aşağıda yer verilmektedir:

...

(.....): ... OD Kural setlerinin Vendor Portal'da duyurulması gerekmekteymiş. Diğer türlü mevzuata aykırılık teşkil edebilirmiş. Restoranları reswithe teşvik etmeyecek şekilde. OD Kural setleri hazırlanmıştır sadeliğinde bir pop up ile devam etme önerisindeyim.

...

- (44) **Bulgu-20:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen,(.....) tarafından 15.12.2023 tarihinde iletilen "(.....)" başlıklı e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

...

(.....):

Telefonda bahsetmiş olduğum sıkıntıya istinaden aşağıda durumu sana izah ediyorum. Şirket ünvanı: (.....) Tabela adı: (.....) 15.11.2023 tarihinde sözleşme imzalayarak Yemek Sepeti ile entegrasyon üzerinde çalışmaya başladığımız işletmemiz de Yemek Sepeti üzerinden VALE hizmeti almaktayız. Bu süre zarfında gelen sipariş ve kurye problemleri ile alakalı olarak bir çok sorun yaşadığımızı mail yolu ile yemek sepetine bildirmemize rağmen herhangi bir çözüm bulunamamıştır. Başlıca sorunların başında VALE nin siparişi geç götürmesi veya siparişi onayladıktan sonra siparişi almaması gelmektedir. Ayrıca bölge seçimini yapamama ve hava şartları, trafik yoğunluğunda habersiz sistemin Yemek Sepeti tarafından kapatılması da büyük sorun teşkil etmektedir. Söz konusu işletmemiz (.....) de VALE hizmetinden çıkmamız gerekli hale gelmiştir. Sözleşmemizde bu hizmetten çıkmayacağımıza dair bir hüküm yok ancak defacto olarak maalesef çıkmamız engelleniyor.

...

- (45) **Bulgu-21:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen, (.....) tarafından 18.12.2023 tarihinde iletilen "Re-Switch Kural Setleri" başlıklı e-posta e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

...

(.....): ... (.....) ile görüşüp, yeni kural setinin 30 gün sonra yürürlüğe gireceğine ilişkin ifade ekledik. Bu sayede, ETK kapsamında olası bir incelemede elimiz kuvvetlenmiş olacaktır.

"Değerli iş ortaklarımız,

Kural setimize yapılan yeni eklemeyi görmek için <https://kurumsal.yemeksepeti.com/uye-isyerleri-genel-kural-setleri/> linkine erişim sağlayabilirsiniz.

Kural setlerine yapılan bu eklemede yer alan hüküm ve kuralların üye işyeri sözleşmesinin bir parçası olduğunu ve 30 gün sonra uygulanmaya başlayacağını belirtmek isteriz."

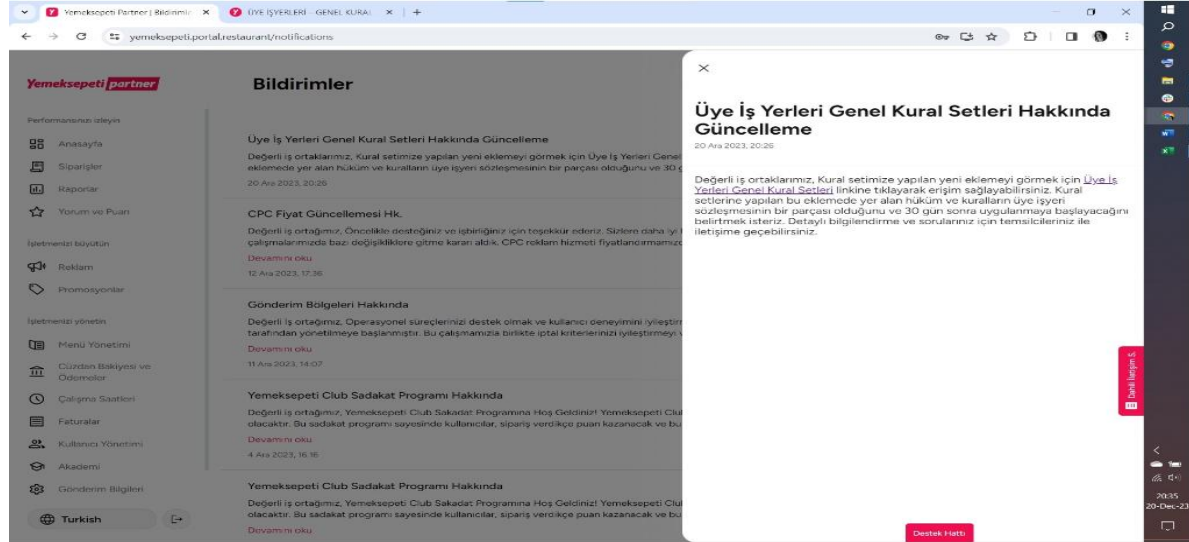
...

(.....) ile yapmış olduğunuz görüşmelere istinaden söz konusu bu bildirim yazısını vendorların telefonlarına SMS olarak, Vendor Portal'dan pop-up ve bildirim mesajı olarak gönderilmesini tavsiye ederiz

...

(.....): OD Kural setlerimiz değerlendirmeleriniz sonucunda sadece Vendor Portal üzerinden bildirim mesajı olarak Mahalle hariç bütün vendorlarımıza 20 Aralık günü gönderilmiştir (bildirime ilişkin ekran görüntüsünü ekte paylaşıyoruz). Bu kapsamda, 19 Ocak tarihinde kural setlerimiz geçerli olacaktır.

- (46) Yukarıda yer verilen e-posta silsilesinde (.....) tarafından gönderilen ekran görüntüsüne yer verilmektedir:



- (47) **Bulgu-22:** YEMEK SEPETİ (.....)'ın bilgisayarından elde edilen, YEMEK SEPETİ (.....) tarafından (.....), (.....) ve (.....)'na gönderilen 27.12.2023 tarihli "Yemek çeklerinin OD için önemi" konulu e-postanın iliştiğindeki ekran görüntüsünde yer alan ifadelerle aşağıda yer verilmektedir:

Merhabalar syn (.....) bey...

Tek bir dükkandan 3 mağaza açtım ve beni yemek sepetinin vade sistemine zorunlu kıldılar yoksa üyelik alamayacaklarını söylediler... müşteri temsilcisi sadece kayıt açıyor. Ben vade ile çalışmak istemiyordum beni çıkartmıyorlar..istanbul pendik bölge temsilcisi (.....) ulaştı yemek sepeti kuryesini seçmessem üte olamayacağımı söyledi. Tm dedim bir ay sonra iptal ederim dedi kendilerine ulaşmaya çalışıyorum... çok madurum... lütfen yemek sepeti vadeden çıkarsınlar normal bir restoran nasılsa bende öyle olayım... size yalvarıyorum battım ben vade yüzünden (.....) bin tl fatura kesmişim bana yatan tutar (.....)tl (.....) bey... vade siparişleri geç almaya geliyor...

- (48) **Bulgu-23:** YEMEK SEPETİ (.....)'ın bilgisayarından elde edilen, (.....) isimli uygulamaya üzerinden, (.....) tarafından gönderilen 02.01.2024 tarihli e-postaya aşağıda yer verilmektedir:

(.....) Bugün itibarıyla bana bir mail geldi. siparişleri iptal ettiğim için yazılı savunmamı istemişler hukuk ekibiniz...

Uzun zamandır Kurye sisteminden çıkmak istediğimi belirttiğim bir çok mail telefon ve burdaki satış sorumlunuz olan (.....)'e ..müşteri hizmetlerine kaç defa mail atarak arayarak söyledim. İlgilenen olmadı. Kurye sisteminizde kaldığım sürece ben hizmeti eksik yaptığımı düşünüyorum kurye sisteminiz bana göre değil kurye sistemin den neden çıkmak istediğim ise kuryeleriniz siparişler karıştırdı teslim etmedi. Bakın sadece sizinle çalışmıyoruz (trendyol getir Migros ve kendi telefonlarımız)... 30.12.2023 de Trendyol go kuryeleri ile çalışıyordum orayı iptal etmek istedim. 3 iş gününde beni kurye sisteminden çıkardılar. Başka çok kolay iş akışı varken neden sizin iş akışlarınız bizleri zorluyor...

- (49) **Bulgu-24:** YEMEK SEPETİ (.....)'ın bilgisayarından elde edilen, (.....) ve YEMEK SEPETİ çalışanı (.....) arasında (.....) adlı uygulamaya üzerinden gerçekleştirilen 03.01.2024 tarihli yazışmaya aşağıda yer verilmektedir:

...

(.....): Bizim Reswitch Kural setini uygulama tarihimiz 19 Ocak. 19 Aralık'ta yayınladık; Kural seti yayımlandıktan sonra 30 gün süre ile yürürlüğe giriyor diyelim. Bu nedenle aslında reswitch olmak isteyen ve bize sert tepki veren restoranları hukuk ekibi reswitch

yapabilirsiniz diyor. Buradaki sert tepki sizi dava edeceğim / avukatımla konuşun vs gibi tepkiler. Bu kurala uymaksızın reswitch edebiliriz 19 Ocak'a kadar.

(.....): Hassas bir konu son 15 gündür biz sizi dava edeceğiz / sözleşmede yazmıyor diyen yerleri reswitch yapmaya başlamıştık

(.....): ... Çok sert olanlar için bence esneyebiliriz.

...

(.....): Hukuk eğer yapmayın diyorsa bence direnmeyelim. 19 Ocak sonrasında risk almadan ilerleyelim. "Bir talebin ciddiyetini nasıl anlarız?" adlı sorum gelecek bunun peşine

(.....): Her talep ileteni reswitch yapmak da istemeyiz. Oldukça fazla talep geliyor.

Sizi şikayet edeceğim diyenler sert olanlar mesela

(.....): Burada hukuki olarak kaçma şansımız var mı? Nasıl ayıracağız talepleri?

(.....): 2700 bekleyen talep var aslında.

(.....): Tamam, reswitch kurallarına uyanları yapalım sadece diyeceğim ama o zaman hukuk diyorsun

Burada 19 Ocak tarihi şöyle bir tarih mi? 19 Ocak'tan sonra switch ettiklerimizi etmeme hakkına mı sahibiz yoksa 19 Ocak'tan önce gelen talepleri 19 Ocak'tan sonra değerlendirmeme esnekliğimiz mi olacak?

(.....): 19 Ocak sonrası kural setimizi yayınladığımız için kural setine uymayan restoranlarımıza; kural setimize uymadığı için sizi reswitch edemiyoruz diyebileceğiz.

...

(.....): 19 aralık'tan önce gelen kaç talebimiz var sabah ona bakalım o zaman. Oradan kaçamayacağız gibi çünkü.

(.....): Kural setimizi yayınladığımız için 19 Aralık öncesinde gelen tüm restoranlar buna uymuş olacak.

Yeni restoranları da hali hazırda SF'de kural sti linki var oradan görebilecekle diyoruz 19 Aralık'a kadar biraz konuyu döndürmek lazım olarak anlıyorum.

...

- (50) **Bulgu-25:** YEMEKSEPETİ (.....)'ın bilgisayarından elde edilen, (.....) YEMEKSEPETİ çalışanı (.....) ve YEMEKSEPETİ çalışanı (.....) arasındaki (.....) adlı mesajlaşma uygulaması üzerinden gerçekleştirilen 04.01.2024 tarihli yazışmaya aşağıda yer verilmektedir:

...

(.....): Ekip üzerindeki reswitch taleplerini öğleden önce olan zamanlarında eritsin, öğleden sonra normal hedeflerine uygun şekilde aramalara başlasın. Kaç talep olduğunu bilmiyoruz ama o talepler buharlaşmayacak, geri almakla da uğraşmayalım. Yenilerinin gelmeyeceği senaryoda bunu da böyle çözeriz...

(.....): Şuan reswitch kuralına uymayan restoranlara biz uymadıklarına dair güzel bir mail hazırlayıp dönelim demiştik, kurallara uymuyorsunuz gibi. Kural setini 19 Ocak'tan sonra işleteceğimiz için bu şekilde şuan yazılı mail dönmemiz sakıncalı mı?...

(.....): Evet sakıncalı (.....)'cim... Kural seti 19 Ocak'ta yürürlüğe girecek...

Hani biz portföy değişimi olabilir demiştik. (.....) bunu kural olarak yazmayalım diyor. ... Sence nasıl ilerleyelim? Bu kurallarla ilgili senin yorumun var mı? Kural diye değil de fikir olarak mı sunsak?

...

- (51) **Bulgu-26:** YEMEK SEPETİ (.....)'ın bilgisayarından elde edilen, (.....) ve YEMEK SEPETİ çalışanı (.....) arasında (.....) adlı uygulama üzerinden gerçekleştirilen 05.01.2024 tarihli yazışmaya aşağıda yer verilmektedir:

(.....): ...Dün 129 reswitch talebi ile ilgilendik. Bunların %33'ü kural setimize uyuyor ve reswitch yapılıyor... Ekibin işaretleyebildiklerine istinaden Top 3 reswitch nedeni: Lojistik Kaynaklı İptaller, Siparişlerde düşüş ve Kurye Sorunu....

- (52) **Bulgu-27:** YEMEK SEPETİ (.....)'nin bilgisayarından elde edilen, (.....) isimli uygulama üzerinden (.....) tarafından (.....)'ya 05.01.2024 tarihinde gönderilen, "RE: Sosyal Medya Kategorizasyonu Çalışması" konulu e-posta silsilesine aşağıda yer verilmektedir:

(.....):

..Çalışma içeriğinde ilgili tarih aralığında sosyal medya kanalları üzerinden (facebook, X, instagram vb.) Yemeksepeti hesaplarını etiketleyerek veya Yemeksepeti'ne atıfta bulunarak, (.....)'in sosyal medya hesaplarını etiketleyerek şikayetlerini/taleplerini paylaşan iş ortaklarımızın şikayet analizi yer almaktadır.

...

- Eylül ayı itibarıyla şirketin OD kazandırma hedefi stratejisinin etkisiyle VD geçiş talepleri, lojistik sorunları ve iskonto talepleriyle ilgili şikayetler artış gösterdi.

...

Ayrıca TOP5 şikayet konularını aşağıda paylaşıyorum; VD Geçiş Talebi Şikayetleri (.....)... Kurye/Lojistik Şikayetleri (.....)... Fatura ve Ödeme Sorunları (.....)... Menü Talebi Şikayetleri (.....)... Listeleme Sorunu (.....)...

(.....):

...

Ulaşılan konular zaten sıklıkla gündemimizde olan konular diyebilirim, örneğin VD geçiş talebi başı çekmiş. Genelde tüm alanlarda benzer konular gündem maddeleri arasında oluyor...

- (53) **Bulgu-28:** YEMEK SEPETİ (.....) bilgisayarından elde edilen ve YEMEK SEPETİ yetkilisi (.....) tarafından 09.01.2024 tarihinde gönderilen e-postada aşağıdaki ifadelere yer verilmektedir:

(.....)Selamlar,

...

- (.....) VD kalan şubelerinde sipariş düşüşü %11. Yani dönemsellik etkisiyle %10-15 arası bir sipariş düşüşü kabul edilebilir gözüküyor. Bunda aralık ayındaki pizzacılar ağırlıklı 1+1 kampanyasının etkili olduğunu tahmin ediyorum. OD şubelerinde genelde siparişler yükselmiş. %11'den fazla düşüş yaşayan 7 şube var.

- Hem marka tarafından sağlanan operasyonel hizmet hem bizim operasyonel performansımız epey kötü. Özellikle restoran iptal oranları çok yüksek. Aynı şubelerde lojistik iptal oranları da yüksek olunca sipariş düşüşünü açıklar nitelikte olmuş. Tek tek belirtmiyorum, kontrollerinizi rica ederim. @.....@.....

- Markanın genel sorunu harita vs gibi konulardan ziyade operasyonel hizmet seviyesi gibi duruyor. İki taraflı olarak gelişim alanları mevcut.

Bilgilerinize,

(.....)...

- (54) **Bulgu-29:** YEMEK SEPETİ (.....)'nin telefonundan elde edilen ve (.....) adlı restoranın sahibi (.....) tarafından YEMEK SEPETİ (.....)'ye gönderilen 10.01.2024 tarihli (.....) iletisine aşağıda yer verilmektedir:

(.....)

...Sizin kuryeniz ile çalışırken:

1- iptal siparişlerden ciro kaybına uğradık

2- iptal siparişlerin iptal olduğunu bize geç bildirdiğiniz için biz siparişleri hazırlıyoruz fakat motorunuz gelmediğinden ürünler çöp oluyor her paketin maliyeti bize zarar veriyor.

3- En önemlisi: Müşterilerimizi siparişlerini ulaştıramadığımız için rakiplerimize yönlendirmiş oluyorsunuz. Müşteri bizden yemek istiyor sizin yüzünüzden biz götüremiyoruz ve sonra ki siparişinde asla bizi tercih etmeyip gönderebilene sipariş veriyor.

...

Şikayetimiz sebebi ile tutanağa gelen sizin personelinizin cevabı:

Bizim kuryemiz ile çalışırken ciro kaybetmemişsiniz ki oldu.

... sizin kuryeniz ile çalışırken biz eski müşterilerimizi kaybettik. Performansımız sebebi ile, fiyatlarımız sebebi ile, puanımız sebebi ile yeni kazandığımız müşteriler, açılan deliği örttü sadece. Ayağımızı motorlarınız ile bağlamasanız çok daha iyi yapacağız ama engel oluyorsunuz.

...

- (55) **Bulgu-30:** YEMEK SEPETİ (.....)'nin bilgisayarından elde edilen, (.....) ve YEMEK SEPETİ (.....) arasında (.....) uygulaması üzerinden gerçekleştirilen 11.01.2024 tarihli yazışmalara aşağıda yer verilmektedir:

(.....)Merhaba, SEPETTE100 kampanyamız ile ilgili önemli bir konu var

Yılın son haftasındaki BOGO'da bizim OD share %64'tü, şu anda SEPETTE100'de bu oran %30'un altında duyduğum kadarıyla

Bu şekilde devam edersek önemli stratejik önceliklerimizden birinde geri gideceğiz

..Bundan sonraki round'larda bu konuyu da göz önünde bulundurmalıyız

1. Ya markaları alırken OD'ye geçişe ikna edeceğiz, 2) ya da ağırlıklı OD markaları üzerinden kurgulayacağız

(.....)Selamlar, bu lansmanda ana hedefimiz growth, growth'a göre optimize etmeliyiz, yoksa pazar payı kaybediyoruz diye el sıkışmıştık. OD gelecekse doğal akışında gelmeli diye konuşmuştuk.

...

(.....)... Burada unutmamamız gereken konu şu: OD'nin daha iyi deneyim olduğuna inanıyoruz. VD tarafını büyütmemiz kısa dönemde büyüme sağlayabilir.

Ama uzun dönemde o gerçekçi bir büyüme olmayabilir. VD (.....)ile elde edeceğimiz büyümeyi sustain etmemiz çok kolay değil

...

- (56) **Bulgu-31:** YEMEK SEPETİ (.....) mobil cihazından elde edilen, (.....) ve YEMEK SEPETİ (.....) arasında (.....) uygulaması üzerinden gerçekleştirilen 11.01.2024 tarihli yazışmalara aşağıda yer verilmektedir:

(.....)...

Abi seninle çalışmayı arzuladığım bir konu da burasıydı. Seninle konuştüğümüz VD alimlerine devam edelim, icerde switch edelim, 2 ay 20+KDV ile daha iyi bir hosgeldin sunalım, gelsinler kalsınlar şeklinde. Sen 1-2 hafta ver bana, çalışayım mantıklı demistin. Yogunsun biliyorum ondan aklında kalsın diye bir hatırlatma yapmak istedim.

Bence bu organizasyon ile senin OD switch baskın da azalacak

Havuz genişleyeceği için

...

- (57) **Bulgu-32:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen, (.....) tarafından 15.01.2024 tarihinde (.....) e-posta adresine gönderilen "Restoran Kuryesi Geçiş hk." konulu e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

(.....): İşletme olarak restoran kuryesi sistemine geçiş yapmak istiyoruz. Daha önce talebimiz vardı fakat geri dönüş olmadı.

(.....): Gerekli desteğin verilmesi için talebiniz ilgili birime bilgi iletilmiş olup, tarafınıza en kısa süre içerisinde dönüş yapılacaktır.

(.....): Talebimiz ne aşamada? Bilgi alabilir miyiz artık

(.....): Defalarca aramama, defalarca mail atmama rağmen kendi kuryem ile hizmet açılışı yapılmadı ve bugün Türk vatandaşı olmayan bir yemek sepeti kuryesi ile işletmem hakkında olumsuz yorum yapıldı, bu hak bu kuryeye nasıl veriliyor bu personellere eğitim verilmiyor mu?...Ayrıca kendi kuryemiz ile hizmete acilen geçmek istediğimizi tahminen 8. Kez rica ediyorum

...

- (58) **Bulgu-33:** YEMEK SEPETİ (.....)'ın bilgisayarından elde edilen, (.....) tarafından (.....) YEMEK SEPETİ çalışanı (.....) ve (.....)'a iletilen 17.01.2024 tarihli "Express kurye iptali hk" başlıklı e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

(.....): ... Bu restoranı reswitch yaptık. ...

(.....): Kahramanmaraş (.....) id li (.....) işletmesinden ulaşıyorum Express paketçi sistemini sizin verilerinize göre iptal edemeyeceğiniz yönünde geri dönüş sağlandı tarafımıza biz bu sistemin iptali için en az 2 Aydır mücadele ediyoruz kurumsallığınıza güvenip inanıp sahada çalışan arkadaşların istediğiniz zaman iptal edebilirsiniz sözüne karşılık sisteminize girmiş bulunduk ama en az 2 ay mücadelenin ardından bugün olmuş verilerinize dayanıp iptal edemeyeceğinizi söylüyorsunuz bize biz deprem bölgesinde tekrar mücadele verip işimizi yükseltmenin mücadelesindeyiz ..kurye iptal olmadığı sürece yemek sepeti sistemini açamıyoruz kullanamıyoruz.

(.....): Red cevabı almışlar. Sipariş kaybetmemişler mi? Öyle ise neden bizikapatıyorlar. Ekip inceleyebilir mi?

(.....): Hangikriterlere göre ilerledik – bir kontrol + özet rica edebilir miyim?

...

Performansına bakarak gerekirse switch eder misiniz?

...

- (59) **Bulgu-34:** YEMEK SEPETİ (.....) bilgisayarından elde edilen, (.....) ve (.....) arasında (.....) uygulaması üzerinden gerçekleştirilen 17.01.2024 tarihli yazışmalara aşağıda yer verilmektedir

...

(.....)Tabi tabi orda küçük bir yorumum var aslında

Bence od kaynaklı iptal oranları markalarla paylaşmamamız sağlıklı olacaktır

Bu od büyütme hedefimizi olumsuz etkileyip vd ye yönlendirme gibi bi sonuç doğurabilir ./

(.....)Haklının kesinlikle orada bi yanlış anlaşılma olmuş. Aslında biz büyük markaların da temsilcileri üzerinden devam etmesinden yanayız

(.....)vs biz zaten eskiden bu yana iletişimde olduğumuz için sorun yok

Ancak (.....) daha hassas bi marka oldu mesela hep

(.....)Od özeline geçince iletişimleri farklılaştı

...

(.....)Dediğim gibi tek hassasiyet od iptalleri iletirsek od şubeli markalara

Orda sorun yaşayabiliriz

Çoğu markanın da od şubeleri var şuan

...

- (60) **Bulgu-35:** YEMEK SEPETİ (.....)'ın bilgisayarından elde edilen, (.....) isimli uygulama üzerinden (.....) tarafından (.....)'a 18.01.2024 tarihinde gönderilen "Fwd: Pazarlama Süreçleri Hk." Konulu e-posta iletisine aşağıda yer verilmektedir:

(.....):

..Aşağıda geçen Business Development ekibinin fonladığı kısım aşağıda işaretliyorum.

Bunlar OD kazanım amaçlı verilen desteklerdi.

- Reklam, CPC desteği : restoranı öne çıkararak satış artırma
- Kupon Desteği (Örn: app60 koduyla 60 TL İndirim)
- 300 TL'ye 100 TL, 250 TL 50 TL İndirim, 100 TL'ye 30 TL İndirim
- PN Çalışması (Push Notification)
- Ücretsiz Teslimat
- E-mailing
- Mutfak Kategori Bazlı İndirim (Örn: tatlı kategorisinde 50 TL indirim)

...

- (61) **Bulgu-36:** YEMEK SEPETİ (.....)'nin bilgisayarından elde edilen, (.....) yetkilisi tarafından 20.01.2024 tarihinde (.....)'ye gönderilen “SESİMİ DUYANIZ ÜMİDİ İLE” e-postaya aşağıda yer verilmektedir:

...
Üç adet markamız bulunuyor sisteminizde hepsini yemeksepeti valeyne çalışanlarınız Ankara bölgeden (.....) hanım ve müşteri temsilcisi (.....) bey geldiler. Bana vale hizmetine geçmem için beni ikna ettiler ki ben onlara olmayacağı belirtmişim .Tabi beni bu hizmete geçirirken belli vaatler verdiler. Bunlardan biride istediğim zaman bu hizmetten çıkmaktı...Şimdi bana verdiğiniz sözü tutmanızı en üst kademedan istiyorum...muhatap bulamamak sorunlarımızın çözümleri için herhangi birşey yapmamanız bizi üzüyor.

...

- (62) Söz konusu e-postanın devamı niteliğinde olan ve YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen (.....) tarafından 23.01.2024 tarihinde gönderilen “SESİMİ DUYANIZ ÜMİDİ İLE” konulu e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

(.....): ...

(.....) restoran sahibi ile görüştü. Sipariş sayılarında ve lojistik konularında raporlara göre bir sorun olmadığını ilettiler. Lakin restoran kendi kurye sistemini kurmuş ve kesinlikle reswitch olmak istediğini belirtiyor. Bu konuda ısrarcı. Biz kural setlerine uymadığını ve OD sürecinde güzel bir performans sergilediğini ilettiler ama maalesef ısrarcı tavrı sürmekte. Biz reswitch işlemini kurala uymuyor diye yapmadık.

- (63) **Bulgu-37:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen, (.....) adlı hesap tarafından 22.01.2024 tarihinde (.....) çalışanlarına iletilen “OD geçiş” başlıklı e-posta yazışmasına aşağıda yer verilmektedir:

(.....): Sizin için de uygunsa 24 Ocak 2024 tarihinde Aydın restoranımızın VD'den OD'ye geçişini yapmak istiyoruz.

...

(.....)Restoranın geçiş süreci başlatılmıştır.
Tamamlanınca ayrıca bilgi veriyor olacağım.
Restoranın geçiş süreci tamamlanmıştır.

...

- (64) **Bulgu-38:** YEMEK SEPETİ (.....)'in bilgisayarından elde edilen (.....) tarafından (.....) 27.01.2024 tarihinde YEMEK SEPETİ (.....)'ye iletilen “Kurye Değişikliği İlgilenilmeyen Talep Hk” konulu e-postaya aşağıda yer verilmektedir:

Yemeksepeti restoran satıcısıyım kendi kuryeme geçmek istedim, 15 gündür istediğim değişiklik yapılmadı. 20 ye yakın müşteri temsilcilerine kayıt oluşturdum, 40 50 tane mail attım. Hiçbir şekilde dönüş yapılmıyor...Trendyol 1 saatte getir 15 dakikada bu değişikliği yaptı, maddi anlamda ciddi bir zararım söz konusu...Kurye değişikliğini kodda statik yapmış olamazsınız heralde bu talebi ilk isteyende ben değilimdir diye düşünüyorum.

...

- (65) **Bulgu-39:** YEMEK SEPETİ (.....)'nin bilgisayarından elde edilen, (.....) yetkilisi tarafından 27.01.2024 tarihinde YEMEK SEPETİ (.....)'ye gönderilen e-postadaki ifadelerle aşağıda yer verilmektedir:

(.....) şube kodlu (.....) şubesi için yemek sepeti kuryesinin ipali hakkında ulaşım sağlıyorum işleme sahibi olarak yaklaşık 1 haftadır uğraş vermeme rahmen defalarca mail ve telefon ile talep oluşturmama rahmen çevremdeki diğer4 restoranlar gibi kendi kuryem ile çalışmak istiyorum.3 adet motor ve 3 kurye aldım ancak çalıştıramıyorum fir4sat eşitlik hakkımı kullandır4madığınız için bu şekilde bekliyorum lütfen restaurantımı kendi kuryeme çevirin

...

- (66) **Bulgu-40:** YEMEK SEPETİ (.....)'ın bilgisayarından elde edilen, (.....) isimli uygulama üzerinden, YEMEK SEPETİ yetkilisi(.....) tarafından gönderilen “Fesih ihbarı hk.” konulu e-postanın ekinde bulunan fesih bildirimine aşağıda yer verilmektedir:

...

1. Muhatap ile arasında 25/07/2023 tarihinde imzalanarak yürürlüğe giren sözleşme uyarınca müvekkil tüm yükümlülüklerini eksiksiz yerine getirmesine rağmen, muhatap tarafından sözleşme hükümlerine uyma konusunda aynı özen gösterilmemiş, bu sözleşme sebebiyle işletmemiz zarar uğramıştır. Sözleşmenin devamında müvekkilimizin hiçbir çıkarı kalmamış, hatta devamı ekonomik ve marka değeri açısından zarar vermeye başlamıştır.

..

2. Bunun üzerine müvekkil tarafından 06/10/2023 tarihinde gönderilen mesaja muhatap tarafından “Sistem sebebiyle kendi kuryenize geçiş işlemi ne yazık ki sağlayamıyoruz. Sistemlerimiz kapalıdır. Aktif edildiğinde geçiş işlemi için tarafınıza ulaşım sağlayabiliriz.” şeklinde muğlak bir cevap verilmiştir. Müvekkilin “ne zaman aktif olur sisteminiz, kaç gün sürer? Biz tadilata başlamak için sizden dönüş bekliyoruz. Çok acil kış tadilatı yapmamız lazım” şeklindeki mesajına ise cevap verilmemiş, 07/11/2023 tarihinde verilen cevapta “Kurye değişikli talebinize istinaden sizlere ulaşım sağlıyorum. Yemeksepeti stratejileri gereği şu an kendi kuryenize geçiş talebinize olumlu yanıt veremiyoruz. Herhangi bir değişiklik olması durumunda sizlerle irtibata geçeceğiz.” denilmiş ve sözleşme feshi yine sağlanmamıştır.

3. Son olarak müvekkil tarafından “Sayın yemek sepeti yetkililerine, Yaklaşık iki aydır go kuryeden ayrılıp kendi kuryemize geçme isteğimi, sayısız talep ile ilettik. Hiçbir şekilde yazılı ya da sözlü geri dönüş olmadı sizin tarafınızdan. Kurye hizmetinden memnun kalmadığımız için kendi kuryemizle devam etmek istedik, bu konuda da onlarca talep açtık müşteri hizmetlerinizdeki çalışanlarınıza. Hiçbir şekilde geri dönüş yapmadınız. Bize geri dönüş olmazsa hukuki süreci başlatacağımız hakkında bilgilendirmek istiyorum sizi. İş bu duyarsızlığınızdan ötürü sözleşme feshi yapmak istiyoruz” şeklinde mesaj gönderilmiş, ancak yine cevap verilmemiş, fesih işlemi gerçekleştirilmemiştir. Muhatabın bu kasti ve kötü niyetli davranışı sebebiyle müvekkil büyük ekonomik kayba uğramış olup, bu durum halen de sürmektedir

...

- (67) **Bulgu-41:** YEMEK SEPETİ (.....)in telefonundan elde edilen, YEMEK SEPETİ (.....) tarafından YEMEK SEPETİ (.....)'e gönderilen 29.01.2024 tarihli (.....) iletisine aşağıda yer verilmektedir:

(.....) ...

Od konusunda üstümüze geldiler. Diğer bütün platformlar bizde zorunlu değil. İsteyen istediği gibi çalışıyor dedi çünkü. Biz de ise şikayetler artmış anladığım kadarı ile özellikle yeni

restoranlar için neden od ile çalışmak istediğimizi merak ediyorlar. Biz de dünyadaki örneklerden od sistemin avantajlarından bahsettik. Kullanıcı Od deneyiminden daha iyi hizmet alıyor ve buna yönelik siparişleri artıyor dedik. Amacımız od ile çalıştığımız restoranlara yüksek kalitede hizmet vermek ve onların da bu hizmetten memnun kalmasını sağlamak dedik.

...
Üçüncü konu da od ile çalıştığım restorabların bölge kısıtlanaları nedeni ile sürekli kapalı olması. Şöyle şikayetler varmış. Beni kapatıyorlar ama (.....) açık. Onlara kurye sağlamak için ben kapatıyorlar. Bu konu çok fazla gündem oldu. Biz bölgede hem zincir hem de tekil eğer bur hava muhalefeti var ise aynı anda kapanır dedik. Zincirlere yöbelik bir ayrıcalık yok dedik. Bu konuda oldukça şikayet almışız anladığım kadarı ile. Zincirler sipariş götürüyor ben kapalıyım gibi. Bu da hem prime zamablarda oluyor diyorlr. Hem beni Od'de çalışmaya itiyorsunuz hem de bölgem nedeni ile bana düzgün hizmet veremediğiniz için beni kapatıyorsunuz. Aslında ben kendi kuryemle bunu taşırdım diyor.

...
Yeni alımları OD ile yapma konusu restorablardan çok şikayet aldığımız konus
İkinci de bölgeleri kapama
Üçüncü de reswitche izin vermemek vs. ...

- (68) **Bulgu-42:** YEMEK SEPETİ (.....) bilgisayarından elde edilen ve (.....) tarafından YEMEK SEPETİ yetkilisi (.....)'e 29.01.2024 tarihinde gönderilen e-postada aşağıdaki ifadelere yer verilmektedir:

(.....)Selamlar ,
Marka bu konuda çok ısrarcı bir kaç defa görüşme yaptım fakat bu şube özelinde hiç bir desteğimizi kabul etmiyorlar maalesef. Yemek kartlarının karlılığı olumsuz etkisi dahil olmak üzere her detayı konuştuk fakat çok netler. Marka ile her zaman güzel bağımız oldu ve bize her zaman çok işbirlikçi yaklaştıklarını hatırlatmak isterim. Bilginize,
İyi çalışmalar.

...
(.....)Merhaba, Altunizade ((.....)) şubemizde Yemeksepeti Vale'den kendi kuryemize geçiş sağlanması için 1 haftadır uğraşyoruz. Diğer şubelerimizde(örnek (.....)) vale ile çalışıyoruz ve memnunuz fakat Altunizade'de işler olumsuz ilerledi. Hem sipariş bölgelerimiz çok daraldı hem yemekkartlarından gelen siparişlerden olduk. Valede 1 aylık süreyi de tamamlamamıza rağmen kendi kuryemize geçemeyeceğimizi valeyle devam etmek zorunda olduğumuzu diretmekte Yemeksepeti. Sözleşmemizin herhangi bir alanında böyle bir ibare yok. Ayrıca iyi uyum yakaladığımız şubelerimizde zaten vale ile çalışmaya devam ediyoruz. Altunizade'de beklediğimiz ve potansiyelde olacak olan cironun çok çok altındayız. Cuma günü geçiş sağlayacağız diye 4 gündür şubemizde 3 kurye bulunuyor. Ve bunların da maliyeti her gün bizim tarafımızdan karşılanıyor. Bu şubemiz bu problemi daha fazla yaşamamak için gerekirse yemeksepetinden çıkarılmayı bile talep etti bizden.

- (69) **Bulgu-43:** YEMEK SEPETİ (.....)'nin bilgisayarından elde edilen, (.....) tarafından 31.01.2024 tarihinde gönderilen e-postadaki ifadelere aşağıda yer verilmektedir:

(.....)Merhaba (.....) bey
(.....) adina yazıyorum
ismim

(.....) efendim yaklasik 6 aydir haftada 2 gün kendi kuryeme geçiş talebi için bildirimde bulunuyorum nitekim bni sonuc eldeedemiyorum ben 1999 yilindan beri bu bolgede esnafim 1080 aktif restaurant yönetiyorum bunun 80 adedi sizindir 856trendyol migros yemek ve getir olmak üzeri faliyet göstermekteyim

...

- (70) **Bulgu-44:** YEMEK SEPETİ (.....) bilgisayarından elde edilen ve (.....) tarafından YEMEK SEPETİ yetkililerine 01.02.2024 tarihinde gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer verilmektedir:

(.....) Merhaba,
Sizlere (.....) şubesi ile ilgili 34 mail atmış bulunmaktayız. Konu hepsinde aynı. Ancak tarafımıza –şuan yanıtlanan e-posta dahil- geri dönüş olmamasının sebebini anlamakta güçlük çekiyoruz. Operasyon, satış ekibinizden kimseye ulaşamamaktayız. Sizlerden destek alamamaktayız.

...

(.....) şubemizin panelinin açılmasının ardından ‘Yemeksepeti Prosedürü gereği kurye modeli Yemeksepeti vale olacak şekilde ilerlemek gerekiyor, 2024 yılına geçişinde kendi kuryesine geçebilir.’ İbaresini aldığımız andan 01.01.2024 itibaren şubenin kendi kuryesine geçmesi adına atılan adımlarda aksiyon alınmadı. Değişikliğin ivedi şekilde gerçekleşip tarafıma bilgi verilmesini rica ediyorum.

...

- (71) **Bulgu-45:** YEMEK SEPETİ (.....) bilgisayarından elde edilen ve (.....) tarafından YEMEK SEPETİ yetkilileri (.....) ve (.....)’a 12.02.2024 tarihinde gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer verilmektedir:

(.....)...Defalarca iletildi
İKİ RESTORANIMIZLA İLGİLİ VALE HİZMETİ HALA AKTİF GÖZÜKÜYOR SİPARİŞ SAYISININ ARTMASI AMAÇLI ZATEN KENDİ KURYEMİZE GEÇMEK İSTEDİK. DİĞER PLATFORMLARDAN AKTİF SİPARİŞ ALIYORUZ. GERİ DÖNÜŞ YAPAN KİMSE OLMADI TARAFIMIZA. LÜTFEN BİRAN EVVEL VALEDEN ÇIKALIM. İŞBİRLİĞİMİZ DEVAMI İÇİN VALE OFFLINE OLMALI.
2 KURYE HİZMET VERİYORUZ. SİPARİŞ SAYISI BU ŞEKİLDE ARTACAKTIR. VALE DEVAM ETTİĞİ SÜRECE SİSTEMDEN KAPALI OLARAK GÜNCELLEYECEĞİZ.

...

- (72) **Bulgu-46:** YEMEK SEPETİ (.....)’nin bilgisayarından elde edilen, (.....) tarafından 13.02.2024 tarihinde gönderilen e-postadaki ifadeler aşağıda yer verilmektedir:

(.....)merhaba,
Yemeksepeti ile yaşadığım problemi çözme amacıyla ve başka çarem kalmadığı için size bu maili atıyorum.Rahatsızlık veriyorsam lütfen kusura bakmayın.
İstanbul, Kadıköy, Caddebostan'da bulunan işletmemde Yemeksepeti kuryesini kullanıyorum, ancak kendi kuryemikullanmak istiyorum.

Neden:

Diğer şube ile alanlarımız kesişiyor cirolarımız olumsuz etkileniyor.

Yemeksepeti kuryesinin teslim alanı kısıtlı.

Akşam saatleri ve yağmurlu günlerde kurye bulunamıyor bölgesel yoğunluğa düşüyoruz, ciromuz negatif etkileniyor.

Yemeksepeti kuryesi kullanmayan, yine Kadıköydeki işletme günde 40-60 paket atıyor(aynı marka şubesi)

Yemeksepeti kuryesi kullanan ben en iyi günde 20-30 paket atıyorum. (Instagram ve Yemeksepeti reklamları ile)

Bu durum beni nasıl etkiliyor:

Alanlarımız kesiştiği için franchise aldığımız marka kendi kuryemi kullanmamı zorunlu tutuyor, hem kendi kuryemin maliyeti hemde Yemeksepetinde kendi kuryemi kullanamamak finansal anlamda işletmemi fazlasıyla olumsuz etkiliyor.

Örnek olarak

Geçen ay hesapladığımda işletme olarak kar edebilecekken, yine giderleri karşılamak için finansal destek sağlamaz durumda kaldım.

Kredi çekerek ve tüm paramı kullanarak kurduğum işletme 2. ayında kar edebilecekken, kurye problemi yüzünden cepten harcama yapmak zorunda kalıyorum.

Konuyla ilgili 2 kez arandım, ilk arandığımda 2 ay zorunlu sürem olduğunu sonrasında kendi kuryeme geçebileceğimi söylediler, 2 ay dolduktan sonra tekrardan mailler attım aradım geri dönen kesinlikle olmadı, sadece otomatik cevaplar geldi.

Linkedin Premium ile Yemeksepeti çalışanlarından yardım istemem sonrasında 2. kez arandım ve bu seferdesiparişler iyi gittiği için kendi kuryemi kullanamayacağımı söylediler. Oysa belirttiğim gibi sosyal medya ve Yemeksepeti reklamları ile günlük 20 adet sipariş pekte iyi gidiyor sayılmaz.

Sanırım siparişlerim kötü gitse, yine kendi kuryemi kullanamamam için bir sebep bulacaklar.

...

- (73) **Bulgu-47:** YEMEK SEPETİ (.....)'nin bilgisayarından elde edilen, (.....) tarafından 15.02.2024 tarihinde gönderilen e-postadaki ifadelerle aşağıda yer verilmektedir:

(.....)Merhabalar aşağıda belirtmiş olduğum talebimi 08.02.2024 tarihinde sizlere ilettim.

Talebim :

Merhaba (.....) kodlu (.....) isimli restorandan ulaşıyorum. Bizim kendi kuryemiz olduğu halde onayımız olmadan panelimize Yemeksepeti kuryesi atanmış. Bizim ne böyle bir talebimiz ne onayımız oldu. Diğer tüm şubelerimizde kendi kuryelerimiz ile çalışıyoruz ve çok acil bu şube özelinde de kendi kuryemize geçmek istiyoruz. Konuyla alakalı desteklerinizi rica ederim.

...

- (74) **Bulgu-48:** YEMEK SEPETİ (.....) bilgisayarından elde edilen ve (.....) tarafından YEMEK SEPETİ yetkililerine 20.02.2024 tarihinde gönderilen e-postada aşağıdaki ifadelerle yer verilmektedir:

(.....) merhabalar,

Erzurumda ikamet etmekteyim. Restoran işletmecisiyim. Erzurumda hiç yapılmamış bir iş olarak (.....) kurdum. Bununla birlikte her mutfağa ait markalar oluşturdum. Her markayı da bütün platformlarda açtım ve müşterilerimin talebi çok iyi durumda. Ancak bu talebi Yemeksepetinde bir türlü yakalayamadım. Çünkü kendi kuryem ile hizmet vermek isterken sistemlerimi açan arkadaşlar Express Teslimat modeline beni zorunlu tuttular. Express Teslimat a girersen sistemlerini açarız olmazsan açmayız dediler. Bu durum zorunlu dediler. Bizde açtık ancak alın komisyon oranları benim işletmeme fazla geldiği için ben Express'ten çıkıp kendi kuryelerim ile hizmet vermek istiyorum. İşletmeme dair 5 tane motorlu kuryem var. Kendi kuryelerim ile hizmet vermek istediğimi arkadaşlarınıza ilettiğim zamanda mümkün olmadığını çıkamayacağımı belirttiler. Bu şekilde zorunlu iş yapmak hiç hoş değil ve Yemeksepeti kurumsallığına yakışmıyor. (.....)da satışlarım çok iyi ancak Yemeksepeti kurye maliyetinden ötürü sistemleri açamıyorum. Lütfen bu konuda desteğinizi rica ediyorum....

- (75) **Bulgu-49:** YEMEK SEPETİ (.....) bilgisayarından elde edilen ve (.....) tarafından YEMEK SEPETİ (.....) ve YEMEK SEPETİ yetkilileri (.....) ve (.....)'ya 22.02.2024 tarihinde gönderilen e-postada aşağıdaki ifadelerle yer verilmektedir:

(.....)Merhaba,

(.....) kodlu (.....) isimli restoranın yöneticisiyim. Kurye iptal talebimiz 1 ay kuralının dolmamasından dolayı kabul edilmemişti. "Dağıtım Hizmetine İlişkin Kural Seti" kısmında yer

alan koşullardan bir veya daha fazlasını işletmenizin şu anda sağlayamadığını fark ettik" olarak bir mail aldım.

Hangi kuralları ihlal ettiğimizi öğrenmek istiyorum. Bizim bu iptali istemekteki amacımız şirketimizin Yemek Sepeti Platformunda gün içerisinde 1 yada 2 sipariştan fazla satış yapamamız. Diğer satış platformlarında satışımız her geçen gün artarken yemek sepetinde bu durum hiç değişmedi. Sizde takdir edersiniz ki kapımızda kendi kuryelerimiz mevcut ve yapamadığımız her satış bizim maliyetlerimizi daha da artırıyor.

...

- (76) **Bulgu-50:** YEMEK SEPETİ (.....)'nın bilgisayarından elde edilen, (.....) tarafından YEMEK SEPETİ (.....) ve YEMEK SEPETİ yetkilisi (.....)'a 29.02.2024 tarihinde gönderilen e-postadaki ifadelerle aşağıda yer verilmektedir:

(.....)Merhaba,

Onlarca kez mail attım. Her seferinde probleminiz çözümlenmiştir diye mail geliyor. Birşey çözümlenmeden otomatik mail gönderiyorsunuz.

...

Bu sisteminizin kesinlikle çalışmadığını ve acilen restoran partnerlerinizin ihtiyaçları doğrultusunda revize edilmesi gerektiğini düşünüyorum.

...

ÖNERİ: Vale sisteminde online olanlar sizin kuryenize, kredi kartı ve nakitler de bizim kuryemize aksa idi ortada hiçbir problem kalmaz idi. Müşteri bilgilendirmelerinde de valeteslimat süresi ve restoran teslimat süresi koyup müşterileri bilgilendirebilir ve seçenek sunabilirdiniz. Hem müşterilerin seçeneğini kısıtlamamış hem de bir kıyaslama aracıkoymuş olurdunuz.

...

ANALİZ: (.....) ciromuz yemek sepeti ciromuzun %(.....)i iken Şubat ayında Şu an (.....) ciromuz yemek sepeti ciromuzun %(.....) si civarında gerçekleşti. Bu da uyguladığınız valesisteminin ne kadar eksik olduğu konusunda size bir data olur kanaatindeyim.

...

1.4. Sektöre İlişkin Yasal Düzenlemeler

- (77) Dosya kapsamında incelemeye konu teşebbüs YEMEK SEPETİ, gerçekleştirdiği e-ticaret faaliyetleri kapsamında, tüketicilere satıcı sıfatı ile doğrudan kendisi ürün ve hizmet satışı yapmamakta, aracı hizmet sağlayıcı sıfatı ile diğer üçüncü kişi tacirlere bir "pazaryeri platformu" olarak gerekli altyapıyı sağlamaktadır. Teşebbüs, paket servisi hizmeti sunan restoranlar ile çevrim içi kanal üzerinden yemek siparişi vermek isteyen kullanıcıları bir araya getirmektedir. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ'nin temel olarak e-ticaret faaliyeti yürüttüğü söylenebilecektir.
- (78) 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da (6563 sayılı Kanun) elektronik ticarete ilişkin esas ve usuller düzenlenmiş, bu çerçevede elektronik ticaretle ilgili kavramlar tanımlanmış, 6563 sayılı Kanun kapsamında yer alan hizmet sağlayıcıların bilgi verme yükümlülüğü, e-ticarete konu siparişlere ve ticari elektronik iletilere ilişkin esaslar ve elektronik ticaret kapsamında diğer ilgili hususlar hüküm altına alınmıştır. İlgili Kanun'un dayanak oluşturduğu Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik (E-Ticaret Yönetmeliği), 29.12.2022 tarihli ve 32058 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır⁴. E-Ticaret Yönetmeliği'nin 2. madde hükmünde; söz konusu Yönetmelik'in amacının, etkin ve adil rekabet ortamının tesis edilmesi ve elektronik ticaretin gelişiminin sağlanmasını teminen elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcıların ve elektronik ticaret hizmet

⁴ Söz konusu E-Ticaret Yönetmeliği ile birlikte 26.08.2015 tarihli ve 29457 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik yürürlükten kaldırılmıştır.

sağlayıcıların faaliyet ve denetimleri ile bunlar arasındaki ticari ilişkilerin düzenlenmesine yönelik usul ve esasları belirlemek olduğu hususu düzenlenmiştir.

- (79) Bu kapsamda E-Ticaret Yönetmeliği'nde yer verilen ve elektronik ticarete ilişkin uygulamalarda karşılığı olan kavramlara yer verilmesi isabetli olacaktır. E-Ticaret Yönetmeliği'nin "Tanımlar" başlıklı 4. madde hükmünün birinci fıkrasının (f) bendinde elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcısı (ETAHS) kavramının; *"elektronik ticaret pazar yerinde elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkân sağlayan aracı hizmet sağlayıcıyı"* ifade ettiği belirtilmiş, bu çerçevede bir takvim yılındaki net işlem hacmi on milyar Türk lirasının üzerinde olanlar *"orta ölçekli ETAHS"*, bir takvim yılındaki net işlem hacmi otuz milyar Türk lirasının üzerinde ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı yüz bin adedin üzerinde olanlar *"büyük ölçekli ETAHS"*; net işlem hacmi altmış milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı yüz bin adedin üzerinde olanlar *"çok büyük ölçekli EATHS"* olarak nitelendirilmiştir.
- (80) İlgili madde hükmünün (h) bendinde ise elektronik ticaret hizmet sağlayıcısının (ETHS), *"elektronik ticaret pazar yerinde ya da kendine ait elektronik ticaret ortamında mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapan ya da sipariş alan hizmet sağlayıcıyı"* ifade ettiği belirtilmiş, bu çerçevede bir takvim yılında net işlem hacmi on milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı on milyon adedin üzerinde olanlar *"orta ölçekli ETHS"*; bir takvim yılındaki net işlem hacmi otuz milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı on milyon adedin üzerinde olanlar *"büyük ölçekli ETHS"*; bir takvim yılındaki net işlem hacmi altmış milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı on milyon adedin üzerinde olanlar *"çok büyük ölçekli ETHS"* olarak nitelendirilmiştir.
- (81) Öte yandan gerek 6563 sayılı Kanun'un Ek Madde 1 numaralı hükmünün birinci fıkrasında gerekse E-Ticaret Yönetmeliği'nin 11. maddesinde; elektronik ticarete haksız ticari uygulamalarda bulunulamayacağı, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcısının, aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret hizmet sağlayıcısının ticari faaliyetlerini önemli ölçüde bozan, makul karar verme yeteneğini azaltan veya belirli bir kararı almaya zorlayarak normal şartlarda taraf olmayacağı bir ticari ilişkinin tarafı olmasına sebep olan uygulamalarının haksız olduğunun kabul edileceği hüküm altına alınmıştır. İlgili hükümlerin ikinci fıkrasında ise hangi tür davranışların haksız ticari uygulama teşkil edeceği, örneğin (b) bendinde *"ETAHS tarafından satış fiyatında tek taraflı değişiklik yapılması dâhil olmak üzere, ETHS'nin kampanyalı mal veya hizmet satışına zorlanması"*; (ç) bendinde *ETHS'nin aleyhine olacak şekilde aracılık sözleşmesi hükümlerinde geçmişe yönelik veya tek taraflı değişiklik yapılması ya da buna imkân sağlayan herhangi bir hükme aracılık sözleşmesinde yer verilmesi"* sayılmıştır.
- (82) E-Ticaret Yönetmeliği'nin 11. maddesinin altıncı fıkrasında ayrıca *"Büyük ve çok büyük ölçekli ETAHS, ETHS'nin ticari ilişkilerini, alternatif kanallardan aynı ya da farklı fiyattan mal veya hizmet sunmasını ya da reklam yapmasını kısıtlayamaz, herhangi bir kişiden mal veya hizmet teminine zorlayamaz. Buna imkân sağlayan herhangi bir hükme aracılık sözleşmesinde yer veremez"* hükmüne yer verilmiştir.
- (83) İlaveten, 6563 sayılı Kanun'un Ek Madde 2 numaralı hükmünde, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcısının yükümlülükleri düzenlenmiştir. İlgili yükümlülüklerle aşağıda yer verilmektedir:

"(1) Elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı aşağıdaki hususlara uymakla yükümlüdür:

a) Aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde kendisinin veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişilerin markasını taşıyan ya da marka

kullanım hakkını haiz olduğu malları satışa sunamaz veya bu malların satışına aracılık edemez. Bu malların, farklı elektronik ticaret ortamında satışa sunulması hâlinde bu ortamlar arasında erişim imkânı sunamaz ve birbirinin tanıtımını yapamaz. Bu hüküm, toplam satış hasılatının yarısından fazlasını elektronik ticaret dışındaki satışlardan elde eden kişilerin markasını taşıyan veya marka kullanım hakkını haiz olduğu mallar hakkında uygulanmaz.

(...)

(3) Bir takvim yılındaki net işlem hacmi otuz milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı yüz bin adedin üzerinde olan elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı, birinci ve ikinci fıkralarda belirtilen yükümlülüklerle ilave olarak aşağıdaki hususlara uymakla yükümlüdür:

a) Net işlem hacminin aynı takvim yılına ilişkin on iki aylık ortalama Tüketici Fiyat Endeksi değişim oranı uygulanmış tutarının otuz milyar Türk liralık kısmı için bu tutarın yüzde ikisine, otuz milyar Türk lirasının üzerindeki kısmı için ise bu tutarın binde üçüne kadar reklam harcamasını izleyen takvim yılında yapabilir. Buna göre hesaplanan tutar, net işlem hacmine dâhil edilen elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılar ile bunların ekonomik bütünlüğü içinde bulunup elektronik ticaret pazar yerinde faaliyet gösteren elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların toplam reklam bütçesini oluşturur. Bu bütçe, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcılar arasında net işlem hacmine katkıları oranında paylaştırılır ve bir takvim yılının üçer aylık dönemlerinde en fazla dörtte biri oranında kullanılabilir.

b) Net işlem hacminin aynı takvim yılına ilişkin on iki aylık ortalama Tüketici Fiyat Endeksi değişim oranı uygulanmış tutarının otuz milyar Türk liralık kısmı için bu tutarın yüzde ikisine, otuz milyar Türk lirasının üzerindeki kısmı için ise bu tutarın binde üçüne kadar promosyon, ödül, puan, kupon, hediye çeki ve benzeri imkânları izleyen takvim yılında sunabilir. Buna göre hesaplanan tutar, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı ve ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişiler tarafından elektronik ticaret pazar yerindeki alıcı ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcılara yapılabilecek toplam indirim bütçesini oluşturur ve bir takvim yılının üçer aylık dönemlerinde en fazla dörtte biri oranında kullanılabilir. Alıcı ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcı adına katılan maliyetler ile bunlara sağlanan ekonomik menfaatler de bu kapsamda değerlendirilir. Bakanlık, bu bende göre hesaplanan tutarın mal ve hizmet sektör ve kategorileri itibarıyla kullanım üst sınırını belirlemeye yetkilidir.

c) Elektronik ticaret hizmet sağlayıcının ticari ilişkilerini, alternatif kanallardan aynı ya da farklı fiyattan mal veya hizmet sunmasını ya da reklam yapmasını kısıtlayamaz, herhangi bir kişiden mal veya hizmet teminine zorlayamaz. Buna imkân sağlayan herhangi bir hükme aracılık sözleşmesinde yer veremez

(...)

(4) Bir takvim yılındaki net işlem hacmi altmış milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı yüz bin adedin üzerinde olan elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılar, birinci, ikinci ve üçüncü fıkralarda belirtilen yükümlülüklerle ilave olarak aşağıdaki hususlara uymakla yükümlüdür:

a) Aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde, 23/2/2006 tarihli ve 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu kapsamında kredi kartıyla yapılan kredili ödeme işlemleri ile diğer ödeme işlemleri hariç olmak üzere, ekonomik bütünlük içinde bulunduğu bankaların ya da 6361 sayılı Kanun kapsamındaki şirketlerin, kredi verme işlemleri dâhil sundukları her türlü hizmetin gerçekleştirilmesine ilişkin faaliyette bulunmasına imkân sağlayamaz.

b) Aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde;

- 1) Ekonomik bütünlük içinde bulunduğu 6493 sayılı Kanun kapsamındaki elektronik para kuruluşlarınca ihraç edilen elektronik paraların kabulüne ilişkin faaliyette bulunulmasına imkân sağlayamaz
- 2) 6493 sayılı Kanunun 12 nci maddesinin ikinci fıkrasının (h) bendi ile 18 inci maddesinin beşinci fıkrası uyarınca 6493 sayılı Kanun kapsamı dışında kalan araçlarla ilgili hizmetler sunamaz veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişilerce bu hizmetlerin sunulmasına imkân sağlayamaz

(7) Bu madde kapsamında net işlem hacmi, işlem sayısı ve toplam satış hasılatının hesaplanması ile üçüncü fıkranın (a) ve (b) bentlerine göre hesaplanan tutarların kullanılmasında yurt dışına yönelik işlemler dikkate alınmaz.

(...)

(10) Bu maddede belirtilen parasal eşikler ETBİS verileri kullanılarak her yıl hesaplanan elektronik ticaret hacminin yıllık değişim oranına göre artırılır. Artırımın yapıldığı tarihten önceki takvim yılına ilişkin net işlem hacmine uygulanacak bu eşikler ile elektronik ticaret hacminin yıllık değişim oranı en geç şubat ayı içinde Bakanlığın internet sitesinde ilan edilir.

(...)

(12) Bir takvim yılındaki net işlem hacmi otuz milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı yüz bin adedin üzerinde olan elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcının ya da bir takvim yılındaki net işlem hacmi otuz milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı on milyon adedin üzerinde olan elektronik ticaret hizmet sağlayıcının ekonomik bütünlüğü içinde bulunup bu eşiklerin altında kalan ve elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcının net işlem hacmine dâhil edilmeyen elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılar ile ekonomik bütünlük içinde bulunup mal veya hizmet ilanlarının yayımlanmasına elektronik ortam sağlayanların her birinin reklam ve indirim bütçeleri, üçüncü fıkranın (a) ve (b) bentlerine göre hesaplanan reklam ve indirim bütçelerinin her birinin yüzde yirmisinden fazla olamaz.”

(84) Yukarıda yer verilen yükümlülöklere ek olarak 22.02.2023 tarihli ve 32113 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Cumhurbaşkanlığı Kararı uyarınca 6563 sayılı Kanun’un Ek Madde 2, Ek Madde 3 ve Ek Madde 4 hükümlerinde belirtilen parasal eşiklerin yarısı oranında artırılmasına, mezkûr Kanun’un geçici 2. maddesinin dördüncü fıkrası gereğince karar verilmiştir. Söz konusu parasal eşiklerin, 6563 sayılı Kanun’un Ek Madde 2 hükmünün onuncu ve Ek Madde 4 hükmünün altıncı fıkraları gereğince 2024 yılı için artırılması gerekmiş ve 2024 yılı eşik değelerinin belirlenmesine esas teşkil eden (ETAHS ve ETHE net işlem hacimleri toplamı) elektronik ticaret hacmindeki yıllık değişim %119,67 olarak gerçekleşmiştir⁵.

(85) Mevcut durumda, YEMEK SEPETİ’nin 6563 sayılı Kanun’un Ek Madde 1 numaralı hükmünün birinci fıkrası ve E-Ticaret Yönetmeliği’nin 11. maddesinin uyarınca elektronik ticarete haksız ticari uygulamalarda bulunmama yükümlülüğü bulunmaktadır. (....) Öte yandan, YEMEK SEPETİ’nin en büyük rakibi konumundaki TRENDYOL, faaliyetleri bakımından çok büyük ölçekli ETAHS konumundadır. Bu kapsamda TRENDYOL’un;

(....)

(....)

(....)

(....) belirtilmelidir.

⁵ Bkz. <https://ticaret.gov.tr/duyurular/elektronik-ticaretin-duzenlenmesi-hakkinda-kanundaki-parasal-esiklerin-belirlenmesi-hakkinda-duyuru>, Erişim Tarihi: 09.10.2024.

I.5. İlgili Pazar

I.5.1. Çevrim İçi Yemek Siparişi ve Çevrim İçi Yemek Siparişine Yönelik Kurye Hizmeti Hakkında Genel Bilgi

- (86) Çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri temel olarak, yemek siparişi vermek isteyen kullanıcılar/tüketiciler ile bu kullanıcılara/tüketicilere hizmet sunmak isteyen restoranların buluşmasına aracılık eden bir hizmet niteliğindedir. İlgili hizmetin sunulduğu pazarların bir tarafında yemek siparişi vermek isteyen tüketiciler/kullanıcılar bulunmakta iken diğer tarafında ürünlerini satmak isteyen restoranlar bulunmaktadır. Platformlar ise, bu yapı altında söz konusu iki kullanıcı grubunu bir araya getiren bir aracılık görevi üstlenmektedir. Dolayısıyla çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri çok taraflı pazar niteliği taşımaktadır.
- (87) Tüm dünyadaki yemek yeme alışkanlıkları yıllar içinde hızlı bir şekilde değişmiştir. Teknolojinin gelişmesi ve kullanıcı dostu uygulamaların yaygınlaşmasıyla birlikte çevrim içi yemek siparişi ve dağıtımı ile ilgili hizmetler bütün dünyada önemli bir değere kavuşmuştur. Bununla birlikte söz konusu hizmetler büyümeye devam etse bile sektörde kalıcı bir yer edinmek isteyen platformların değişen tüketici alışkanlıklarına uyum sağlama, etkinlik, sunulan ürün yelpazesi vb. konulara dikkat etmeleri gerekmektedir⁶.
- (88) Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri modeli dünya genelinde kabaca 2000'lerin başlarında geliştirilmiş olup Türkiye'de de YEMEK SEPETİ'nin öncülüğüyle 2001 yılında hizmete sunulmuştur. Uzun yıllar YEMEK SEPETİ'nin neredeyse tekelinde bulunan ve küçük çaplı oyuncuların giriş-çıkış yaptığı sektör, 2019 yılında GETİR YEMEK'in, 2020 yılında TRENDYOL YEMEK'in ve 2022 yılında MİGROS YEMEK'in pazara giriş yapmasıyla birlikte son beş yıllık süreçte nispeten daha rekabetçi bir yapıya kavuşmuştur. YEMEK SEPETİ'ne benzer şekilde TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK de 81 ilde faaliyet göstermektedir.
- (89) Çevrim içi yemek siparişi-servisi alanında kalıcı yer edinmek ve tüketiciler tarafından tercih edilmek isteyen platformların rekabet edebilme gücünü etkileyen bazı noktalar bulunmaktadır. Bu çerçevede, platformların pazarda rekabet etme gücünü etkileyen başlıca unsurlar kullanıcı sayısı, restoran ve ürün çeşitliliği olarak sıralanabilmektedir. Ek olarak kullanıcı dostu uygulamalar, indirimler ve promosyonlar da platformların tercih edilmesinde etkili olmaktadır. Soruşturma döneminde (.....) tarafından sunulan, Kasım 2024 tarihinde IPSOS araştırma şirketi tarafından gerçekleştirilen ve teşebbüslerin pazardaki rekabet edebilme gücünü etkileyen belirli parametrelerin önem derecesini 400 kişilik bir örneklem grubuna sorulan sorular aracılığıyla ortaya koyan Marka Sağlığı Araştırması'nın⁷ marka algısına yönelik bulgularına aşağıda yer verilmiştir:

⁶<https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/ordering-in-the-rapid-evolution-of-food-delivery>, Erişim Tarihi: 09.08.2024.

⁷ IPSOS Marka Sağlığı Araştırması, Kasım 2024.

Şekil 1: IPSOS Marka Sağlığı Araştırması Kapsamında Kullanıcı Gözünden Rekabet Parametreleri



Kaynak: IPSOS.

- (90) Yukarıda yer alan araştırma sonuçlarından, kullanıcıların çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri sunan teşebbüsleri tercih etme noktasında platformun kullanımı kolay bir arayüzünün olmasını, bilinirliği yüksek bir marka olmasını ve bu alandaki uzmanlığını en önemli unsurlar olarak gördüğü anlaşılmaktadır. Devamında ise platformdaki restoran kalitesi ve çeşitliliği, kampanya/promosyonlar ve platformdan verilen siparişlerin kurye hizmetlerinin kalitesini dikkate aldığı görülmektedir.
- (91) Soruşturma sürecinde gerek YEMEK SEPETİ'nden gerekse de diğer rakiplerden elde edilen bilgilere göre pazarın dinamiklerinin değişmesiyle birlikte, güçlü bir kurye ağına sahip olmak ve hızlı ve kaliteli teslimat hizmetleri sunmak platformların rekabetçi güçlerini korumaları açısından kritik bir öneme sahip hale gelmiştir. Nitekim pazaryeri ve kurye modeli dünya genelinde 2013 yılında geliştirilmiş olup bu alandaki yatırımlar, hizmetler ve dolayısıyla talepler rakiplerin de pazara girmesini takiben yoğunluk kazanmıştır⁸. Küresel ölçekte çevrim içi yemek teslimatı sektöründeki gelirin 2025 yılında 455,70 milyar ABD Doları tutarına ulaşacağı öngörülmekte, 2029 yılında ise sektör hacminin 507 milyar ABD Doları tutarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca çevrim içi yemek teslimatı sektöründeki kullanıcı sayısının beş yıl içerisinde 2,5 milyara ulaşacağı öngörülmektedir⁹.
- (92) Türkiye'de de dünyayla paralel şekilde, çevrim içi yemek teslimatı sektörü yıllar içerisinde büyük bir gelişim göstermiştir. Bu doğrultuda sektördeki gelirin 2025 yılında 1,79 milyar ABD Doları tutarına, 2029 yılında ise sektör hacminin 1,85 milyar ABD Doları tutarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca söz konusu sektördeki kullanıcı sayısının 2029 yılında 37,9 milyona ulaşması beklenmektedir¹⁰.
- (93) Yukarıda da belirtildiği gibi, yemek yeme alışkanlıklarının ve pazar dinamiklerinin değişmesi ile birlikte çevrim içi yemek teslimatı hizmetleri, platformların daha fazla restorana ve kullanıcıya ulaşabilmesi ve bu pazarda rekabet edebilmeleri açısından önemli bir parametre haline gelmiştir. Çevrim içi yemek teslimat hizmetlerini başarılı bir şekilde sunabilmek için platformların güçlü bir kurye ağına sahip olmaları, hızlı ve

⁸ <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/the-changing-market-for-food-delivery>, Erişim Tarihi: 15.02.2024.

⁹ <https://www.statista.com/outlook/emo/online-food-delivery/meal-delivery/worldwide>, Erişim Tarihi: 05.02.2025.

¹⁰ <https://www.statista.com/outlook/emo/online-food-delivery/meal-delivery/turkey>, Erişim Tarihi: 05.02.2025.

kaliteli bir teslimat yapabilmeleri gerekmektedir. Hızlı ve kaliteli bir teslimat olumlu restoran ve tüketici geri dönüşleri sayesinde tüketici ve restoran sayısını artırarak platformların büyümesini sağlamaktadır. Öte yandan teslimat kalitesinin düşük olması, olumsuz restoran ve tüketici geri dönüşlerine neden olarak restoran ve tüketici kaybına yol açabilecektir. Dolayısıyla bilinirlik ve sipariş hacminin olumsuz yönde etkilenmesi, bir platformun pazarda kalıcı bir yer edinmesini zorlaştıracaktır.

- (94) Kurye hizmetleri, günümüzde pek çok amaç için kullanılmakta olup taşınan ürün (yemek, evrak, eşya, ilaç, market ürünleri vb.), taşımada kullanılan araç türü (motor, araba, bisiklet vb.) ve ürünün ulaştırılması gereken zaman aralığı vb. ölçütlere göre hizmetin niteliği oldukça farklılaşmaktadır. Bu bağlamda paket yemek servisine yönelik kurye hizmetleri de diğer kurye hizmetlerinden farklılık göstermekte, kullanıcı tarafından sipariş edilen yemeğin kullanıcıya sağlıklı bir şekilde (kısa sürede, sıcak, dökülmeden vb.) ulaştırılması gerekmektedir.
- (95) Hem dünya genelinde hem de Türkiye'de, çevrim içi pazaryerleri üzerinden sağlanan paket servislerinin dağıtımı temel olarak iki model üzerinden gerçekleştirilmektedir. Platform, bunların ilkinde yalnızca siparişin kullanıcıdan restorana iletilmesi için aracılık hizmetini sağlarken, ikincisinde ek olarak yemeğin kullanıcıya iletilmesi için lojistik destek sunmaktadır.
- (96) Platformun, yalnızca siparişin kullanıcıdan restorana iletilmesi için aracılık hizmeti sağladığı, diğer bir ifade ile herhangi bir lojistik hizmet sağlamadığı modelde, kullanıcı siparişlerinin dağıtımı restoranlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyet kapsamında restoranlar, kendi personelini kullanabileceği gibi üçüncü taraf lojistik teşebbüsleri (*Third-Party Logistics*, 3PL) veya bağımsız kuryeler (esnaf kurye, *freelance* kurye) ile de anlaşabilmektedir. Restoranlar, bu dağıtım yöntemini seçerek yalnızca belirledikleri kıstaslara sahip kuryeler ile çalışma, siparişlerin kullanıcılara ulaştırılması süreci üzerinde daha çok bilgiye ve kontrole sahip olma gibi avantajlar elde edebilmektedir. Öte yandan kendi kurye ağını oluşturan restoranların, kurye ekibinin yönetilmesi, araç bakımı, sigorta, kurye ödemeleri ve akaryakıt gibi ek lojistik maliyetler ve operasyonel zorluklar ile karşılaşması söz konusu olmaktadır.
- (97) Bu model kapsamında üçüncü taraf lojistik teşebbüsleri ve esnaf kuryeler; restoranlara, platformlara ve hatta doğrudan son kullanıcılara kurye hizmeti sunabilmektedir¹¹. Üçüncü taraf lojistik teşebbüsleri, bordrolu kuryeler çalıştırabildiği gibi yalnızca bağımsız/esnaf kuryeler ile de faaliyet gösterebilmektedir. Esnaf kuryeler ve üçüncü taraf lojistik teşebbüsleri, sipariş ya da çalışılan saat başına sabit bir ücret belirleyebileceği gibi sipariş tutarı üzerinden belirlenen bir komisyon karşılığında da çalışabilmektedir. Bunların yanında, bu teşebbüs ve kuryelerin, siparişlerin kısa sürede, sıcak ve dökülmeden ulaştırılabilmesi için üç ila altı kilometre arasında değişen teslimat bölge sınırları belirleyebildiği de tespit edilmiştir. Platformun yalnızca aracılık hizmeti sunduğu bu modele DOYURUNBENİ¹², GOFODY¹³, YEMEKUMBARA¹⁴ ve ACIKINCA.COM¹⁵ gibi sınırlı faaliyeti olan platformlar örnek verilebilecektir.

¹¹ Örneğin POİNT KURYE ve VİGO KURYE tarafından gerek restoranlara gerek platformlara kurye hizmeti sağlanmaktadır.

¹² Piyasa şartları nedeniyle faaliyetlerini sonlandırdığı belirtilmektedir.

¹³ Sadece İstanbul ve Eskişehir'de hizmet vermektedir.

¹⁴ YEMEKUMBARA, cevabi yazılarında belirtildiği üzere, sektörden çıkış yapmış olup 2023 yılının Şubat ayından beri herhangi bir sipariş almamaktadır.

¹⁵ ACIKINCA.COM, mevcut durumda yalnızca faaliyetlerine ilk başladığı şehir olan Balıkesir'de faaliyetlerine devam etmektedir. Faaliyetlerini 2012 yılında Çanakkale, 2013 yılında Kütahya ve 2016

- (98) Platformun aracılık faaliyetlerinin yanında lojistik hizmeti de sunduğu ikinci model ise yukarıda bahsedilen maliyet ve zorluklardan kurtularak esas faaliyet alanlarına daha çok yatırım yapmayı tercih eden restoranlar bakımından devreye girmektedir. Söz konusu modeli tercih eden restoranlar, ürünlerinin dağıtımında daha az kontrole sahip olsa da siparişlerin ve dağıtımların tek bir merkezden yönetilmesi ile daha etkin bir dağıtım sistemi yaratmayı amaçlamaktadır. Gerçekten de sektör oyuncularından elde edilen belgeler ışığında, platformlarda faaliyet gösteren restoranların ortalama olarak yarısının platformlardan kurye hizmeti almayı tercih ettiği gözlemlenmiştir¹⁶.
- (99) Türkiye’de çevrim içi yemek siparişlerine aracılık hizmetinin yanında lojistik hizmet de sunulmasına yönelik ilk adım YEMEK SEPETİ tarafından 2015 yılı sonunda atılmıştır¹⁷. Akabinde GETİR YEMEK 2019’da “Getir Getirsin” modeliyle pazar yeri ve kurye hizmetine başlamış olup daha sonra “Restoran Getirsin” seçeneğini de kullanıcılarına sunmuştur. Hâlihazırda Model 1 (Restoran Teslimatı) ve Model 2 (Platform Teslimatı) ile hizmet veren TRENDYOL YEMEK ise 2020 yılında faaliyetlerine ilk olarak Model 2 ile başlamış, ardından Model 1’i de seçenek olarak sunmaya başlamıştır. MİGROS YEMEK ise kurye hizmetini 2023 yılının Mart ayında sağlamaya başlamış olup hâlihazırda restoranlara “Restoran Teslimatı Modeli” ve “Migros Yemek Teslimatı Modeli” olmak üzere iki seçenek sunmaktadır.
- (100) Çevrim içi yemek siparişine yönelik platform hizmetlerinin en önemli oyuncularını olan TRENDYOL YEMEK, YEMEK SEPETİ, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK tarafından hizmet veren kuryelerin platform bünyesinde bordrolu çalışan personel olmadığı ve bu alanda üçüncü taraf teşebbüslerden hizmet satın alındığı belirtilmektedir. Buna ilaveten, dört teşebbüs tarafından da kendileri ile anlaşmalı olmayan restoranlara kurye hizmetinin sağlanmadığı ifade edilmektedir. Dolayısıyla restoranlar aynı anda birden fazla platform ile çalışmalarını halinde birden fazla kurye sistemi ile çalışabilmekte ve hatta sabit hat gibi platform harici kaynaklardan elde ettikleri siparişler için kendi dağıtım ağlarını eş zamanlı olarak kullanabilmektedir.
- (101) Soruşturma sürecinde elde edilen bilgilere göre; YEMEK SEPETİ’nin (.....), TRENDYOL YEMEK’in (.....), GETİR YEMEK’in (.....), MİGROS YEMEK’in (.....) ve FUUDY’nin (.....) ilde kurye hizmeti sağladığı belirtilmelidir. Aşağıdaki tabloda anılan platformların çevrim içi yemek siparişi-servisi kapsamında kurye hizmeti sundukları illere yer verilmektedir:

Tablo 1: Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Kapsamında Teşebbüsler Tarafından Kurye Hizmeti Sunulan İller

Teşebbüs	Kurye Hizmeti Sunulan İller
YEMEK SEPETİ	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)
FUUDY	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.	

yılında Eskişehir’e genişletmiş olan teşebbüs 2021 yılında Çanakkale, 2020 yılında Kütahya ve 2022 yılında Eskişehir’deki faaliyetlerine son vermiştir.

¹⁶ Sayısal detaylara ilerleyen bölümlerde yer verilmektedir.

¹⁷ İlerleyen kısımlarda YEMEK SEPETİ tarafından sunulan kurye hizmetine ilişkin bilgilere ayrıntılı şekilde yer verilmiştir.

- (102) Aşağıdaki tabloda ise çevrim içi yemek siparişi platformlarının Türkiye genelinde ve yıllık bazda olacak şekilde kurye sayılarına yer verilmiştir:

Tablo 2: Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platformlarının Türkiye Genelinde Yıllık Bazda Kurye Sayısı

Dönem	YEMEK SEPETİ	GETİR YEMEK	TRENDYOL YEMEK	MİGROS YEMEK	FUUDY
2019	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2020	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2021	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2022	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2024 ¹⁸	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (103) Platformların lojistik hizmeti sağladığı bu modelde temel işleyiş, kullanıcının platform üzerinden sipariş vermesi, siparişi takiben platform tarafından bir kuryenin ilgili restorana yönlendirilmesi ve bu kurye tarafından restorandan alınan siparişin kullanıcıya iletilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Öte yandan platformlar ödeme yöntemleri bakımından da farklılaşabilmektedir. Platformların bazıları sadece çevrim içi ödeme yöntemi sunarken büyük bir bölümü hem çevrim içi ödeme hem de kapıda ödeme imkânı sunmaktadır.
- (104) Platformların lojistik hizmet sağladığı modelde değinilmesi gereken bir diğer husus hizmet verilme alanına ilişkindir. Sektörün farklı kademelerindeki oyuncular tarafından kurye hizmeti kalitesinin ve kurye hizmeti organizasyonunun sağlıklı şekilde yürütülebilmesi adına teslimat bölgesinin üç kilometre, beş kilometre veya maksimum altı kilometre mesafede ya da sekiz dakikalık sürüş mesafesi şeklinde belirlendiği ifade edilmektedir. Servis alanının hesaplanmasında genel itibarıyla toplam sipariş adedi, restoranın bulunduğu yer, bölgedeki aktif kurye sayısı, hava durumu, ortalama sipariş ulaştırma süresi gibi birçok farklı kıstas kullanılabilir. Bu çerçevede, yüksek sepet tutarı, bölgedeki müşterilerin yoğun tercihi, yüksek sipariş adedi gibi sebeplerden ötürü getirisi yüksek restoranlar için daha uzun mesafelere teslimat yapılabilirdiği durumlar da oluşabilmektedir. Keza (....) tarafından ürünlerin uzak mesafeye taşınmasının uygun olması durumunda standart dışı olarak 20 kilometreye kadar teslimat sağlanabildiği belirtilmektedir.
- (105) Kurye hizmetinin fiyatlandırılması ise platformdan platforma değişebilmekle beraber genelde restoranlardan sipariş tutarı üzerinden hesaplanan oransal bir komisyon talep edilmektedir. Komisyon oranlarının belirlenmesinde siparişin verildiği il ve ilçe, restoranın büyüklüğü, marka bilinirliği, sipariş miktarı, ortalama sipariş tutarı, iptal oranı ve değerlendirme puanı gibi birçok kıstas etkili olmaktadır. GETİR YEMEK ve YEMEK SEPETİ restoranlara ilave olarak son kullanıcılardan da belirli bir ücret talep etmektedir. Aşağıdaki tabloda çevrim içi yemek siparişi-servisi alanında faaliyet gösteren platformların kurye hizmetlerine ilişkin bilgilere yer verilmektedir:

¹⁸ 2024 yılının ilk altı ayı verilerinin ortalaması esas alınarak hesaplanmıştır.

Tablo 3: Pazaryerleri ve Kurye Modelinde Platformların Özellikleri

Özellikler	YEMEK SEPETİ	GETİR YEMEK	TRENDYOL YEMEK ¹⁹	MİGROS YEMEK	FUUDY
Kurye Hizmeti Var mı?	✓	✓	✓	✓	✓
Kurye Hizmeti Lansman Yılı	2015	2019	2020	2023	2020
Komisyon Oranı (Sadece Platform Hizmeti)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Komisyon Oranı (Platform Hizmeti + Kurye Hizmeti)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....) ²⁰	(.....)
Nihai Kullanıcıdan Teslimat Ücreti Alıyor mu?	✓ ²¹	✓ ²²	X	X	✓ ²³
Teslimat Bölgesi (Kilometre)	Ortalama 5 ²⁴	8 Dakika ²⁵	En Fazla 3	Kuş Uçuşu 3 En Fazla 6	0-5 (20 ²⁶)
Kaç İlde Hizmet Veriyor?	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bordrolu Kuryesi Var mı?	X ²⁷	X	X	X	✓
Platform Dışı Restoranlara Hizmet Sunuyor Mu?	X	X	X	X	X
Anlaşmalı Restoran Sayısı ²⁸	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kurye Hizmeti Alan Restoran Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kurye Hizmeti Alan Restoran Oranı ²⁹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.					

- (106) Platformların kurye hizmetleri hakkında genel bir bilgi verildikten sonra dosya konusu ile ilgisi bakımından YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetinin tarihsel gelişimi ve güncel durumu hakkında ayrıca açıklamalara yer verilmesinde yarar görülmektedir.
- (107) YEMEK SEPETİ'nin güncel çalışma modeli iki tür teslimat modelini ihtiva etmektedir. Bu çerçevede;
- Üye restoranlar YEMEK SEPETİ üzerinden aldığı siparişlerin teslimatını kendisi yapabilmekte (VD teslimat modeli) veya
 - YEMEK SEPETİ, hizmet aldığı anlaşmalı üçüncü kişiler/tafalar vasıtasıyla restoranların siparişlerini nihai kullanıcılara kendisi teslim etmektedir (OD teslimat modeli³⁰).

¹⁹ (.....)

²⁰ Ortalama komisyon oranı parantez içinde verilmiştir.

²¹ Nihai kullanıcılardan alınan teslimat ücreti; mesafe, şehir, zincir restoran siparişi ve teslimat zamanı yanı sıra hava koşulları ve lojistik yoğunluk gibi faktörlere de bağlı olarak (.....)TL-(.....)TL arasında değişkenlik göstermektedir. Bununla birlikte, kısa süreli kampanyalar kapsamında teslimat ücreti uygulanmayabilmektedir.

²² (.....).

²³ (.....).

²⁴ Bölge içerisindeki kullanıcı sayısı ve dağılımı, doğal ve coğrafi kısıtlar, bölgesel yoğunluk ve hava koşullarına bağlı olarak genişleyip küçülebilmektedir.

²⁵ GETİR YEMEK teslimat bölgesini, restoranların normal şartlar altında sekiz dakika içerisinde teslimat yapabileceği en geniş alana göre belirlemektedir.

²⁶ Taşınan ürünün elverişli olması halinde, özel anlaşmalar ile 20 kilometreye kadar kurye hizmeti sağlanmaktadır.

²⁷ YEMEK SEPETİ 2019-2021 yılları arasında bordrolu kurye istihdam etmiştir. Ancak günümüzde bordrolu herhangi bir kuryesi bulunmamaktadır.

²⁸ Parantez içerisinde yer verilen sayılar ve oranlar şubelerin dâhil edilmediği durumu ifade etmektedir.

²⁹ Hesaplamalarda 2024 yılının Aralık ayı verisi dikkate alınmıştır.

³⁰ Gerekçeli karar boyunca "Yemek Sepeti Express" ve "OD teslimat modeli" birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılmaktadır.

- (108) YEMEK SEPETİ'nin Yemek Sepeti Express modeli 2015 yılının Aralık ayında "Yemek Sepeti Vale" adı altında ve İstanbul'un üç ilçesi ile sınırlı olacak şekilde kurulmuştur. Bu dönemde Yemek Sepeti Vale sadece üçüncü taraf lojistik teşebbüsleri ile çalışmış olup bordrolu herhangi bir kurye kullanmamıştır. Yemek Sepeti Vale, günümüzde olduğu gibi kuruluş döneminde de kurye hizmetini sipariş tutarı üzerinden belirlenen bir komisyon karşılığı sunmuş, bu dönemdeki komisyon oranları %(.....) ile %(.....) arasında değişiklik göstermiştir.
- (109) 2019 yılına gelindiğinde ise Yemek Sepeti Vale'nin hizmet alanı genişlemiş, Ankara, İstanbul ve İzmir şehirlerinin bazı ilçeleri faaliyet alanına dâhil edilmiştir. Teşebbüs tarafından bu dönemde kalite standartları ve sektörel ihtiyaçlar doğrultusunda bordrolu kuryelerin hizmete dâhil edildiği belirtilmektedir.
- (110) 2020 yılında hizmet alanı daha da genişletilmiştir. Ayrıca dinamik gönderim ücreti, sabit ve marka bazlı uygulanmaya başlanmış ve baz ücret 4,90 TL olacak şekilde nihai kullanıcılardan teslimat bedeli tahsil edilme politikası benimsenmiştir.
- (111) 2022 yılına gelindiğinde "Yemek Sepeti Vale" hizmeti günümüzde kullanılan "Yemek Sepeti Express" adını almıştır. Bunun yanında sektörel dönüşüm gerekçesiyle hizmetin ifasında bordrolu kurye sistemine son verilmiş, tekrar üçüncü taraf lojistik teşebbüsleri ve ek olarak esnaf kuryeler ile çalışılmaya başlanmıştır. Bu kapsamda, üçüncü taraf lojistik teşebbüsleri ile YEMEK SEPETİ arasında "Taşımacılık ve/veya Hizmet Sözleşmesi" akdedilmekte, esnaf kurye modelinde ise bağımsız çalışan gerçek kişiler, YEMEK SEPETİ sistemleri üzerinden başvuruda bulunarak gerekli belgeleri yüklemekte, belgelerin eksiksiz olarak sağlanması ve sistem üzerinden onaylanması akabinde OD teslimat modeli altında kurye hizmeti vermektedir.
- (112) Günümüzde (.....) şehirde faaliyet gösteren OD teslimat modelinin komisyon oranları tekrar; mesafe, şehir, restoranın niteliği, teslimat zamanı, hava koşulları ve lojistik yoğunluk gibi kıstaslara dayanan dinamik bir yapıya sahip olmuştur. Yemek Sepeti Express komisyon oranı; restoranların toplam şube sayısı, üç büyük ilde bulunan şube sayıları, çalışma saatleri anlamında sipariş alabileceği zamansal yüzde³¹, faaliyet gösterdiği il sayısı, minimum paket ve gönderim ücreti düşüklüğü, ortalama sepet tutarı, marka bilinirliği, düzenli reklam iletişimi yapabiliyor olması, sipariş iletimi süreçlerinde çevrim içi entegrasyon altyapısı olması, operasyonel süreçlerde YEMEK SEPETİ'nin erişebileceği bir ekibinin olması, restoran puanı gibi birçok kıstas kullanılarak oluşturulan belirli bir puanlama sistemine göre hesaplanmaktadır. Bu doğrultuda restoranlar, YEMEK SEPETİ tarafından segmentlere ayrılarak yukarıdaki sistemden aldıkları puana göre platform hizmeti ve kurye hizmetinin toplamı olacak şekilde %(.....) ile %(.....) arasında komisyona tabi tutulmaktadır.
- (113) YEMEK SEPETİ, paket servis hizmet alanını; kurye sürüş güvenliği, restoran talepleri, bölge içerisindeki kullanıcı sayısı ve dağılımı, doğal ve coğrafi kısıtlar ile lojistik ekibinin hizmet verdiği bölge sınırlarını dikkate alarak OSRM (*open street road map*) metodolojisiyle ortalama beş kilometre olarak belirlediğini belirtmektedir. Bununla birlikte, bölgesel yoğunluk ve hava koşulları ile restoranın ürün hazırlama ve kurye bekletme sürelerine göre bu mesafenin dinamik olarak değişebildiğini de eklemektedir.
- (114) OD teslimat modeli ile çalışan restoran sayısı ve oranı, sektör geneline benzer bir şekilde, son yıllarda hızlı bir artış yaşamış, 2023 yılı itibarıyla OD teslimatı hizmeti alan restoran sayısı şube sayıları dâhil edilirse (.....) ve %(.....) oranına; şube sayıları dâhil

³¹ YEMEK SEPETİ'nin cevabi yazılarında yedi gün yirmi dört saat çalışan bir restoranın, 10 saat açık olan bir restorana göre %30-40 daha fazla erişim sağlayabildiği ifade edilmektedir.

edilmezse (.....)'ye ve %(.....) oranına ulaşmıştır. 2024 yılında ise OD teslimatı hizmeti alan restoran sayısının ve oranının şube sayıları dâhil edilirse sırasıyla (.....)a ve %(.....)'ya; şube sayıları dâhil edilmezse (.....)ya ve %(.....)'e ulaştığı görülmektedir. Aşağıdaki tabloda OD teslimat modeliyle çalışan restoran sayısının 2019-2024 dönemindeki artış seyri gözlemlenebilmektedir.

Tablo 4: Yıllık Bazda YEMEK SEPETİ'nden Kurye Hizmeti Alan Restoran Sayısı ve Oranı (Şube Sayıları Dâhil)

Yıllar	Anlaşmalı Restoran Sayısı	Kurye Hizmetini Kullanan Restoran Sayısı	Oran (%)
2019	(.....)	(.....)	(.....)
2020	(.....)	(.....)	(.....)
2021	(.....)	(.....)	(.....)
2022	(.....)	(.....)	(.....)
2023	(.....)	(.....)	(.....)
2024 ³²	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler

Tablo 5: Yıllık Bazda YEMEK SEPETİ'nden Kurye Hizmeti Alan Restoran Sayısı ve Oranı (Şube Sayıları Hariç)

Yıllar	Anlaşmalı Restoran Sayısı	Kurye Hizmetini Kullanan Restoran Sayısı	Oran (%)
2019	(.....)	(.....)	(.....)
2020	(.....)	(.....)	(.....)
2021	(.....)	(.....)	(.....)
2022	(.....)	(.....)	(.....)
2023	(.....)	(.....)	(.....)
2024 ³³	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler

I.5.2. İlgili Ürün Pazarı

- (115) İlgili ürün pazarının tanımlanmasındaki amaç, inceleme konusu teşebbüsün ürettiği ürüne rekabetçi baskı oluşturabilecek ürünleri tespit etmektir. Bu bağlamda, inceleme konusu mal ve hizmetlerle, tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından ikame sayılan mal veya hizmetler, ilgili ürün pazarını oluşturmaktadır. Bu ikame analizinde temel kriter talep ikamesi olmakla birlikte, talep ikamesine eşdeğer etkisinin olduğu durumlarda, talep ikamesinin yanında arz ikamesi de hesaba katılabilmektedir.
- (116) İşbu soruşturma kapsamında incelenen iddialar, YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti kapsamında kendi kurye hizmetini zorunlu tutmak ve üye işletmelerin faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine ilişkindir. Bu doğrultuda, dosya kapsamında incelenen iddialar bakımından YEMEK SEPETİ'nin sunmakta olduğu çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ve çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetlerine ilişkin genel çerçevenin ortaya konulması gerekmektedir.

I.5.2.1. Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri

- (117) İnceleme konusu teşebbüs YEMEK SEPETİ, paket servis hizmeti bulunan restoranlar ile yemek siparişi vermek isteyen kullanıcıları bir araya getiren, kullanıcıların internet üzerinden platformun portföyünde yer alan restoranlardan yemek sipariş etmesini, restoranların ise internet üzerinden sipariş almasını sağlayan bir çevrim içi yemek siparişi-servisi platformudur. İki farklı gruba (sipariş verenler, restoranlar) hizmet veren

³² 2024 yılının Aralık ayı verisi esas alınarak hesaplanmıştır.

³³ 2024 yılının Aralık ayı verisi esas alınarak hesaplanmıştır.

ve bu yönüyle çift taraflı pazar niteliği taşıyan bu platform üzerinden gerçekleşen işlemlerde; sipariş verenlerden genel olarak ücret alınmazken, restoranlar sipariş tutarının belirli bir oranını hizmet bedeli/komisyon olarak aracı platforma ödemektedir. Yemek siparişi veren kullanıcılar, ödemelerini platform üzerinden çevrim içi olarak veya kapıda ödeme seçenekleriyle (nakit/kredi kartı vb.) gerçekleştirmekte ve platformlar, kullanıcılardan elde edilen sipariş gelirlerinden sipariş başına belli miktarda komisyon mahsup ederek kalan bedeli restorana iletmektedir.

- (118) Bununla birlikte, kendi adreslerine yemek siparişi vermek isteyen tüketiciler, bunu restorana doğrudan ulaşılabilen telefon, restoranın kendi internet sitesi/mobil uygulaması aracılığıyla veya çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarının restoranlar ile tüketicileri bir araya getirdiği pazaryerleri üzerinden gerçekleştirebilmektedir. Bu çerçevede, doğrudan sipariş yöntemleri (telefon ve restoran internet sitesi/mobil uygulaması) ile çevrim içi yemek siparişi-servisi platformları aracılığıyla verilen sipariş yöntemlerinin ikame ilişkisinin hem ticari kullanıcı konumundaki restoranlar hem de nihai kullanıcı konumundaki tüketiciler açısından değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (119) Doğrudan sipariş yöntemleri ile çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarının birbirine alternatif olup olmadığı hususu Kurulun geçmiş tarihli kararlarında³⁴ da incelenmiş ve kullanıcı alışkanlıkları, kullanım özellikleri ve farklılıkları, ağ etkileri, restoran/menü seçenekleri, işlem maliyetleri vb. gibi hususlar dikkate alınarak ilgili ürün pazarı “çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri” olarak tanımlanmıştır.
- (120) Söz konusu kararlarda da tespit edildiği üzere, nihai kullanıcı konumundaki tüketiciler açısından çevrim içi yemek siparişi-servisi platformları aracılığıyla alınabilen hizmetler ve doğrudan sipariş yöntemleri ile alınabilen hizmetler pek çok açıdan farklılaşmaktadır. Platformların nihai kullanıcısı konumunda bulunan tüketiciler, çok sayıda restorana ve menü seçeneğine kolayca ulaşabilmenin yanı sıra görsel içerikleriyle menü fiyatlarına, promosyonlara, indirimlere, restoranın hizmet saatlerine ve hizmet verdiği bölgelere, kullanıcı değerlendirmelerine ilişkin de bilgi edinebilmektedir. Ayrıca nihai kullanıcılara sunulan bölge/restoran/menü içeriklerini, restoran ve menülere ilişkin yorumları görüntüleyebilme, önceden verilen siparişi kolayca tekrarlayabilme vb. seçenekler ile kullanıcıların araştırma, karar verme ve siparişi sonlandırma süreçlerini daha etkin gerçekleştirmelerine imkân tanıyan platformlar, tüketiciler nezdindeki işlem maliyetlerini de azaltmaktadır. Tüketiciler doğrudan sipariş yöntemleri ile söz konusu avantajlara erişememekte, dahası restorana ulaşamama riskiyle veya restoran görevlisi ile yapılan sözlü iletişimden kaynaklanan olası aksaklıklarla (adres veya siparişin yanlış veya eksik alınması vb.) karşılaşabilmektedir.
- (121) Platformun diğer tarafında yer alan ticari kullanıcı konumunda bulunan restoranlar bakımından ise çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarının yarattığı en önemli değer, geniş bir nihai kullanıcı tabanına erişimi mümkün kılmalarıdır. Bu platformlar üzerinden restoranlar, işletmelerine doğrudan sipariş yöntemleri ile ulaşan ya da ulaşacak tüketicilerden çok daha fazla sayıda tüketiciye ulaşabilmektedir. Dahası reklam, promosyon ve indirimlerin tüketicilere kolaylıkla iletilmesi, siparişin çok daha sağlıklı alınabilmesi, restoran hakkında yapılan tüketici değerlendirmeleri vb. hususlar, restoranlar bakımından çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarını avantajlı kılmaktadır.

³⁴ 09.06.2016 tarihli, 16-20/347-156 sayılı; 29.11.2018 tarihli, 18-45/707-347 sayılı; 18.05.2022 tarihli, 22-23/364-154 sayılı ve 15.09.2022 tarihli, 22-42/606-254 sayılı Kurul kararları.

- (122) Benzer şekilde, *YEMEK SEPETİ-2* kararında da ele alındığı üzere, sipariş-yemek-teslimat sürecinin restoranlar tarafından yürütüldüğü iş modellerinde restoranların kendi internet siteleri ve mobil uygulamaları, çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarının tüketicilere sunduğu restorana ait menü seçenekleri ve fiyat listeleme, sipariş verme, siparişi tekrarlama, puan kazanma vb. gibi birtakım seçeneklere sahip olsa da ağ etkileri nedeniyle geniş ticari kullanıcı ve nihai kullanıcı tabanına sahip olan çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarına eş bir alternatif teşkil etmemektedir. Nitekim geniş bir müşteri kitlesine sahip zincir restoranlar dahi, kendi internet siteleri ve mobil uygulamalarının yanında çevrim içi yemek siparişi-servisi platformları aracılığıyla da satış yapmayı tercih etmektedir.
- (123) Bu çerçevede, geçmiş tarihli Kurul kararlarına paralel şekilde, restoranın kendi internet sitesi veya mobil uygulaması gibi doğrudan sipariş yöntemleri ile sağlanan hizmetlerin gerek tüketiciler gerekse restoranlar bakımından çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetlerine ikame olmadığı değerlendirilmektedir.
- (124) Pazar tanımı kapsamında değerlendirilmesi gereken bir diğer husus kullanıcılara çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarının sağladıkları; restoranın konumu, menü içerikleri ve fiyatı, telefon numarası, açık olduğu saatler, kullanıcı değerlendirmeleri vb. bilgileri sağlayabilen Tripadvisor gibi internet siteleri ve Facebook, Instagram vb. sosyal medya platformlarının ikame olup olmadığıdır. Zira bu internet siteleri tarafından fiyat, öğün, yemek türü (iş toplantıları, yerel mutfak vb.), kullanım amaçları, beslenme kısıtlamaları vb. bakımlardan ayrıntılı arama seçenekleri de sunulabilmektedir. Ancak *YEMEK SEPETİ-2* kararında da belirtildiği gibi, söz konusu kanalların; sipariş hizmeti sağlamaması, aracılık hizmetinden ziyade, kullanıcıları gerek restoranda yemek yeme gerekse doğrudan sipariş verme konusunda restoranların internet sitesine yönlendirmesi gerekçeleriyle çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarına rakip olmadıkları değerlendirilmektedir.
- (125) Tüm bu hususlar doğrultusunda, incelenen teşebbüsün ana faaliyet alanları bakımından geçmiş Kurul kararlarında yer verilen değerlendirmeler ve söz konusu kararlar sonrasında ilgili ürün pazarı tanımını değiştirmeyi gerektirecek herhangi bir gelişmenin yaşanmadığı dikkate alınarak, sunulan aracılık hizmetleri bakımından ilgili ürün pazarı “*çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri*” olarak tanımlanmıştır.

1.5.2.2. Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisine Yönelik Kurye Hizmetleri

- (126) Yukarıda bahsedildiği üzere dosya kapsamında, yukarıda tanımlanan “*çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri*” pazarında faaliyet gösteren YEMEK SEPETİ’nin ilgili faaliyeti kapsamında platformuna üye restoranların YEMEK SEPETİ kurye sistemini kullanmalarını zorunlu tutmasına ve böylelikle üye restoranların faaliyetlerini zorlaştırmasına yönelik davranışları incelenmektedir. Dolayısıyla dosya konusu endişelerin temelinde kurye hizmetinin zorunlu tutulması hususu yer almaktadır. Bu çerçevede işbu başlık altında çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerinin gerek arz gerekse talep bakımından birbirine ikame teşkil edip etmediği değerlendirilmektedir.
- (127) Platform üzerinden verilen bir siparişin restoran tarafından son kullanıcıya teslim edilmesi için sunulan çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetlerinin çevrim içi yemek siparişine ilişkin aracılık hizmetlerinden birtakım farklılıkları mevcuttur. Bu kapsamda ilk olarak belirtilmelidir ki, anılan iki hizmet farklı amaçlara hizmet etmekte ve üye restoranların ve son kullanıcıların farklı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sunulmaktadır. Aracılık hizmetleri bakımından, çevrim içi yemek siparişi platformları, restoranları ve son kullanıcıları bir araya getirmekte, bu kapsamda kullanıcıların

platform bünyesinde yer alan restoranların menülerine erişmesi ve sipariş vermesini sağlarken restoranların da kullanıcılara menülerini/hizmetlerini ulaştırmasına ve kullanıcılar tarafından verilen siparişleri almasına imkân tanımaktadır.

- (128) Çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri ise esasen, nihai kullanıcının platform üzerinden sipariş vermesi üzerine platformlar, üçüncü taraf hizmet sağlayan kurye firmaları veya restoranlar aracılığıyla bir kuryenin ilgili restorana yönlendirilmesi ve kurye tarafından restorandan alınan siparişin kullanıcıya teslim edilmesine ilişkin hizmetleri içermektedir. Bu doğrultuda, çevrim içi yemek siparişi platformlarının sunduğu aracılık hizmetleri ve genel olarak kurye hizmetleri, hem restoranların hem de kullanıcıların farklı ihtiyaçlarına hitap etmeleri nedeniyle birbirinden farklılaşmaktadır. Dolayısıyla anılan iki hizmetin kullanım amaçları ve niteliği itibarıyla birbirlerine ikame olmadıkları değerlendirilmektedir.
- (129) İlâveten, çevrim içi yemek siparişi platformları tarafından sunulan aracılık hizmetleri ve genel olarak kurye hizmetlerinin fiyatlandırma noktasında da ayrıştığı hususlar bulunmaktadır. Söz konusu hizmetlerin fiyatları da gerek kullanıcı gerekse restoran açısından farklılık göstermektedir. Platform üzerinden sunulan aracılık hizmetleri kapsamında nihai kullanıcı konumundaki tüketicilerden herhangi bir ücret talep edilmezken kurye hizmetleri kapsamında tüketicilerden ilave ücretler talep edilebilmektedir. Öncelikle, restoranların kendi kurye hizmetlerini sunduğu ihtimalde restoranlar kendi kararları dâhilinde kurye hizmetini ücretsiz sunabilecekleri gibi tüketicilerden ilgili kurye hizmetine ilişkin olarak ücret talep edebilmektedir. Kurye hizmetinin platform tarafından sunulması halinde de benzer şekilde nihai kullanıcıdan ücret talep edilebilmektedir. Nitekim YEMEK SEPETİ ve GETİR YEMEK, son kullanıcılardan sipariş tutarına ek olarak kurye hizmeti kapsamında teslimat ücreti talep etmekte ve kurye hizmetinin ücretlendirmesi çeşitli faktörlere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir.
- (130) Platformun diğer tarafında yer alan ticari kullanıcı konumunda bulunan restoranlar tarafından ise platformun sunduğu aracılık hizmeti bakımından her bir sipariş için çeşitli faktörlere göre teşebbüs özelinde farklılık gösterebilen komisyon ücretleri ödenmektedir. Kurye hizmetinin restoran tarafından sağlanması durumunda ilgili siparişin nihai kullanıcıya ulaştırılması bakımından tüm maliyetlere restoran katlanmakta ve bu kapsamda platforma herhangi bir ücret ödememektedir. Aksi durumda, eş deyişle kurye hizmetinin platform tarafından sağlandığı durumda, platforma aracılık hizmeti bakımından ödenen komisyon ücretine ek olarak kurye hizmeti bakımından da farklılaşan bir oranda komisyon ücreti ödenmektedir. Bu kapsamda kurye hizmetinin fiyatlandırılması da her platform için farklılık göstermekte ve genelde restoranlardan sipariş tutarı üzerinden hesaplanan oransal bir komisyon talep edilmektedir. Komisyon oranlarının belirlenmesinde ise siparişin tutarı, iptal oranı ve değerlendirme puanı gibi birçok kriter etkili olmaktadır.
- (131) Bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda, platformlar tarafından sunulan çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetlerinin genel olarak ayrı bir ücretlendirmeye tabi olması bakımından da söz konusu hizmetler aracılık hizmetlerinden ayrı bir hizmet olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla fiyatlandırma bakımından da söz konusu iki hizmetin birbirine ikame olmadığı ve iki ayrı hizmeti oluşturduğu anlaşılmaktadır.
- (132) İlgili hizmetlerin kullanım amaçları, niteliklerine ve fiyatlandırmaları bakımından ikame teşkil etmediklerine ve ayrı pazarları oluşturduklarına ilişkin yukarıda yer verilen değerlendirmelere ek olarak, platformların çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik

kurye hizmetlerini üye restoranlara ayrı sözleşmeler ve/veya sözleşme şartları kapsamında sunduğu görülmektedir. Nitekim YEMEK SEPETİ restoranlarla teslimat modeline göre (OD teslimat modeli ve VD teslimat modeli) farklı tip sözleşmeler akdetmektedir. Bu sözleşmelerde ise YEMEK SEPETİ sistemi üzerinden kullanıcının vereceği ürün siparişlerinin YEMEK SEPETİ tarafından restoranlara iletilmesi "sipariş iletim hizmeti", restoranlara iletilen ve restoranlar tarafından hazır hale getirilen ürün siparişlerinin kullanıcıya YEMEK SEPETİ kuryesi tarafından ulaştırılması "dağıtım hizmeti" olarak ifade edilmektedir. Bunun yanında, çevrim içi yemek siparişine yönelik platform hizmetlerinin diğer önemli oyuncularını olan TRENDYOL YEMEK³⁵, GETİR YEMEK³⁶ ve MİGROS YEMEK³⁷ tarafından da üye restoranların talep etmeleri durumunda kurye hizmeti sağlandığı belirtilirken üye restoranlarla standart sözleşmeler yapıldığı ancak üye restoranın platform tarafından sunulan aracılık hizmetinin yanı sıra kurye hizmeti de talep etmesi halinde kurye hizmetine ilişkin bedelin ilgili hizmet özelinde ayrı standart sözleşmeler altında belirlendiği ifade edilmektedir. Bu bakımdan platformların sundukları aracılık hizmeti ve kurye hizmetinin farklı sözleşmeler aracılığıyla ifa edilmesi ve farklı şartlara tabi olmasının, ilgili hizmetlerin kullanım amaçlarının, niteliklerinin ve fiyatlandırmalarının farklılaştığı hususunu destekler nitelikte olduğu ve tüm bu nedenlerle anılan iki hizmetin birbirine ikame teşkil etmediği ve iki ayrı hizmeti oluşturduğu değerlendirilmektedir.

- (133) Yukarıda yer verilen hususlara ilaveten, bütüncül bir ikame analizi için çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerinin arz ikamesi bakımından da birbirlerine ikame teşkil edip etmediğinin ortaya konulması önem taşımaktadır. Bu çerçevede, başta YEMEK SEPETİ, TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK olmak üzere çevrim içi yemek siparişi-servisi sunan platformlar aracılık ve kurye hizmetlerini hem restoranlara hem tüketicilere birlikte veya ayrı ayrı sunabilmektedir. Buna karşın, çevrim içi yemek siparişine yönelik kurye hizmeti sunan teşebbüsler tarafından hâlihazırda nihai tüketicilere ve restoranlara yönelik çevrim içi yemek siparişine yönelik aracılık hizmetleri sunulmadığı görülmektedir. Nitekim dosya kapsamında bilgi talep edilen teşebbüslerden (.....) tarafından (.....) ifade edilmiştir. Yine, (.....) tarafından kurye hizmetleri ayrı bir işkolu olduğundan kurye hizmetlerinde daha profesyonel faaliyette bulunulabildiği belirtilirken sipariş iletimi için çevrim içi yemek siparişi platformları ile anlaşılan işletmelere kurye hizmeti verildiği ve sipariş alan taraf olmadığı dile getirilmiştir.
- (134) Bu kapsamda, kurye hizmeti sağlayan teşebbüslerin çevrim içi yemek siparişi hizmetlerine yönelik bir platform modeli oluşturmak istemeleri durumunda birden fazla restoran ile anlaşmaları, buna uygun bir altyapı kurmaları ve çok sayıda kullanıcıyı besleyecek kadar talep çekmeleri gerekmektedir. Aynı zamanda, platform modeli ile faaliyet göstermek için bir internet sitesi veya uygulama geliştirilmesi, personel istihdamı, reklam harcamaları ile fatura ve ödeme altyapısı gibi diğer entegre hizmetlere ilişkin maliyetler de bulunmaktadır. Hâlihazırda kurye hizmeti sağlayan

³⁵ Bir satıcının platform üzerinden hizmet vermek istemesi durumunda platform aracılığıyla taşıma hizmeti sunulan taşımasız model veya kendi taşıma organizasyonu kullanılan taşımali modelden birisi ile çalışabildiği ifade edilmektedir.

³⁶ Restoranların talep etmeleri durumunda platform üzerinden verilen siparişler için teslimat desteği sağlanan Getir Getirsin hizmet modelinden tek başına yararlanabileceği gibi kendi kuryelerini kullandıkları Restoran Getirsin modelinin yanında bir opsiyon olarak da Getir Getirsin hizmetinden yararlanabileceği belirtilmektedir.

³⁷ Restoranlarla yapılan üye işyeri sözleşmeleri kapsamında restoranların (i) Restoran Teslimatı Modeli ve (ii) Migros Yemek Teslimatı modelinden hangisi ile faaliyet göstereceğini seçebileceği ifade edilmektedir.

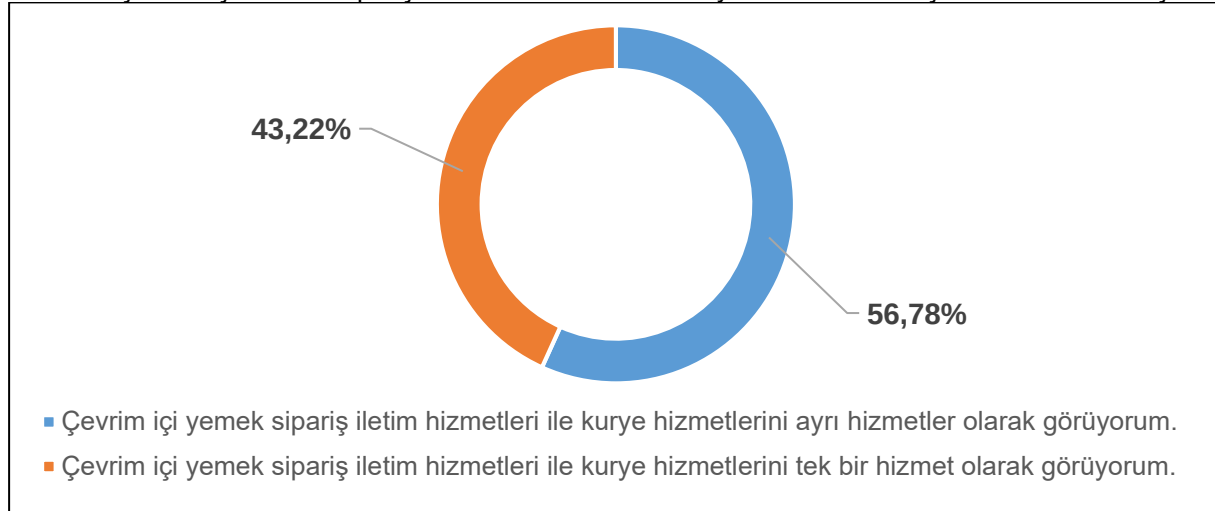
teşebbüslerin büyük çoğunluğunun küçük veya orta ölçekli işletmeler olduğu dikkate alındığında çevrim içi yemek siparişi hizmetlerine yönelik bir platform modeli oluşturmanın önemli yatırım maliyetleri gerektirdiği görülmektedir. Dolayısıyla, söz konusu yatırım maliyetlerinin ve kurye hizmetleri sağlayan teşebbüslerin sahip olduğu finansal kaynakların nihai tüketicilere platform modeli ile aracılık hizmetleri sunma imkânlarını sınırlayabileceği değerlendirilmektedir.

- (135) Öte yandan, pazarda faaliyet gösteren büyük ölçekli çevrim içi yemek siparişi platformlarının finansal güçlerinin yanı sıra kapsam ve ölçek ekonomilerinden faydalanarak kendi kurye hizmetlerini sağlamak da dâhil ürün ve hizmet çeşitliliğini artırma ve ekosistemlerinin kapsamını genişletme imkânları bulunmaktadır. Söz konusu platformların tüketiciler nezdinde elde ettikleri marka bilinirliği ve pazarın çift taraflı olmasından kaynaklı olarak ortaya çıkan dolaylı ağ etkileri de daha fazla sayıda kullanıcının platforma çekilmesine katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, büyük ölçekli platformların marka bilinirliği ve pazardaki dolaylı ağ etkileri göz önünde bulundurulduğunda kurye hizmetleri sağlayan teşebbüslerin platform modeli ile nihai tüketicilere ulaşma ve kullanıcı portföyünü genişletme imkânlarının oldukça kısıtlı olduğu söylenebilecektir. Tüm bu hususlar doğrultusunda, çevrim içi yemek siparişi hizmetlerine yönelik kurye hizmetleri sağlayan teşebbüslerin platform modeli ile aracılık hizmetleri de sunmak istemeleri durumunda katlanmaları gereken yatırım maliyetleri ve marka bilinirliğine sahip büyük ölçekli platformlara kıyasla kısıtlı finansal güçleri nedeniyle pazarda önemli bir kullanıcı kitlesi elde etmelerinin mümkün görünmediği değerlendirilmektedir.
- (136) Yukarıda aktarılan değerlendirmelerin yanı sıra, soruşturma kapsamında çevrim içi yemek siparişine ilişkin aracılık hizmeti sunan platformlar ve kurye şirketlerine çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerini ayrı bir hizmet olarak mı yoksa tek bir hizmet olarak mı değerlendirdikleri hususunda bilgi talebinde bulunulmuştur. YEMEK SEPETİ ve çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren rakipleri olan (.....), (.....) ve (.....) tarafından söz konusu hizmetlerin farklı fonksiyonlar üstlendikleri, farklı amaçlara yönelindikleri, platform hizmetlerinin restoranlarla tüketiciler arasında bir aracılık hizmeti, kurye hizmetinin ise yemeklerin restoranlardan alınıp tüketicinin adresine teslim edilmesini sağlayan ağırlıklı fiziksel ve lojistik unsurları ağır basan bir dağıtım hizmeti işlevi gördüğü ve tamamlayıcı yönleri göz ardı edilmemekle birlikte iki ayrı hizmeti oluşturdukları ve ikame teşkil etmedikleri ifade edilmektedir.
- (137) Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren oyunculara benzer şekilde kurye hizmetleri alanında faaliyet gösteren teşebbüslerden olan (.....) ve (.....) tarafından, kurye hizmetleri ile çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetlerinin birbirinden farklı işlev ve hizmet alanlarına sahip olduğu, kurye hizmetleri, lojistik ve teslimat süreçlerini içerirken çevrim içi yemek siparişi platformlarının tüketici ile restoranlar arasında bir arayüz sağlayarak sipariş alımını ve iletişimi kolaylaştırdığı, işlevsel ve operasyonel farklılıklar göz önüne alındığında, mevcut piyasa koşulları altında anılan pazarların ayrı pazarlar olarak değerlendirilmesinin daha uygun bir yaklaşım olacağı ifade edilmiştir.
- (138) Öte yandan, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren (.....) ve (.....) tarafından platformların teslimat süreçlerini optimize ederek kurye hizmeti sunan firmalarla çeşitli yollarla entegre yapılar kurarak operasyonel maliyetleri azaltmayı, kullanıcı memnuniyetini artırmayı ve sürdürülebilir büyüme sağlamayı amaçladığı, bu bağlamda mevcut koşullar altında, çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri ile çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetlerinin tek

bir pazar olarak değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Yer verilen görüşler, yalnızca platformun katlanacağı maliyetler, elde edeceği ölçek ve kapsam ekonomilerini dikkate alan bir bakış açısını yansıtmakta ve pazar tanımında dikkate alınan diğer oyuncular ve parametreleri göz ardı etmektedir. Zira çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren restoranların farklı tercihlere yönelebildiği, platformdan aldıkları hizmetlerin yanı sıra kendi kurye firmalarını da kullanabildikleri görülmektedir. Kaldı ki her durumda maliyet avantajı ve/veya etkinlik artışı gibi hususların tek başına pazar tanımı bakımından belirleyici olamayacağı aşikârdır.

- (139) Platformlar ve kurye firmalarının görüşlerinin yanı sıra, Kurum bünyesinde gerçekleştirilen anket çalışması kapsamında YEMEK SEPETİ'nde faaliyet gösteren restoranlardan da çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerini ayrı bir hizmet olarak mı yoksa tek bir hizmet olarak mı değerlendirdikleri bilgisi talep edilmiştir. Bu kapsamda restoranlardan gelen yanıtları gösteren grafiğe aşağıda yer verilmektedir:

Grafik 1: Çevrim İçi Yemek Sipariş İletim Hizmetleri³⁸ İle Kurye Hizmetlerine İlişkin Restoran Görüşleri



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (140) Yukarıda yer verilen grafik incelendiğinde, ankete katılım gösteren 118 katılımcının %43,22'si tarafından çevrim içi yemek sipariş iletim hizmetleri ile kurye hizmetlerinin tek bir hizmet olarak görüldüğü, %56,78'i tarafından ise çevrim içi yemek sipariş iletim hizmetleri ile kurye hizmetlerinin ayrı hizmetler olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların çoğunluğuna göre, kurye hizmetleri ile çevrim içi yemek sipariş iletim hizmetleri ayrı hizmetler olarak değerlendirilmektedir. Aksi yönde görüş bildiren restoranlar bakımından ise aracılık ve kurye hizmetlerinin tamamlayıcı yönü ağır basmaktadır.
- (141) Son olarak Kurulun *YEMEK SEPETİ-3* kararında da çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile verilen siparişin teslimi için sağlanan kurye hizmetlerinin ayrı hizmetleri ve pazarları oluşturduğunun değerlendirildiği belirtilmelidir.
- (142) Yukarıda yer verilen hususlar doğrultusunda, incelenen teşebbüsün ve rakip platformların esas faaliyet alanını oluşturan çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerinin restoranların ve kullanıcıların farklı ihtiyaçlarını karşılaması, aracılık hizmetlerinden ayrı bir ücretlendirmeye tabi olması, üye

³⁸ İşbu gerekçeli kararın bazı bölümlerinde sipariş iletim hizmetleri, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetlerinin yerine geçecek şekilde kullanılmıştır.

restoranlara farklı tip sözleşmeler veya sözleşme şartları altında sağlanması bakımından ayrı hizmetleri oluşturduğu ve birbirine ikame olmadığı anlaşılmaktadır. İlâveten Kurulun geçmiş tarihli kararında da ilgili iki hizmetin ayrı pazarları oluşturduğu tespiti dikkate alınarak platform üzerinden sunulan kurye hizmetleri bakımından ilgili ürün pazarının “çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri” olarak tanımlanabileceği değerlendirilmektedir.

- (143) Bununla birlikte, işbu dosya kapsamında genel olarak her iki hizmetin ayrı pazarları oluşturduğu tespiti önem kazandığından ve söz konusu pazar çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında gerçekleştirilen davranışların etkisinin doğması muhtemel pazar olarak görüldüğünden, YEMEK SEPETİ’nin de doğrudan herhangi bir kurye hizmeti sunmadığı dikkate alındığında kesin bir pazar tanımına ihtiyaç duyulmamıştır.

I.5.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (144) Genel itibarıyla, çevrim içi sunulan hizmetlerde coğrafi bölgeler açısından teorik olarak kayda değer bir sınırlama söz konusu olmamaktadır. Nihai kullanıcılar coğrafi bölge sınırlaması olmaksızın çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarını bölgeden bölgeye değişen herhangi bir farklılık olmadan kullanabilmektedir. Diğer taraftan, dosya kapsamında incelenmekte olan pazarın çift yönlü olması değerlendirmeyi değiştirici nitelik taşımaktadır. Zira platformun kullanıcılara ulaşmak üzere bir aracılık hizmeti verdiği restoranların sağladığı yemek hizmeti coğrafi açıdan sınırlara tabidir. Nitekim genel olarak, gerek arz gerek talep ikamesi bakımından, bir restoran başka bir ildeki restorana alternatif olamamaktadır. Bununla birlikte, il sınırları içerisinde de restoranlar kimi zaman ancak bir ve/veya birkaç semt ya da ilçe gibi daha sınırlı bölgelerde hizmet sağlayabilmektedir. Bu durum, restoran ile kullanıcı arasındaki mesafeye ve trafik durumuna göre değişkenlik arz etmektedir.
- (145) Bu kapsamda, her ne kadar çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ve çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri pazarında bölgesellik etkisi söz konusu olsa da ilgili hizmetlere alıcıların ve satıcıların ülke genelinden erişim sağlamasının mümkün olması nedeniyle ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte, YEMEK SEPETİ’nin ilgili pazarlardaki konumunu isabetli bir şekilde tespit edebilmek amacıyla inceleme, YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin birlikte faaliyet gösterdiği şehirler içerisinde nüfus yoğunluğu en fazla olan İstanbul, Ankara ve İzmir illeri özelinde ve ayrıca tüm Türkiye genelinde yapılmıştır.

I.6. Değerlendirme

- (146) Dosya kapsamında temel olarak; YEMEK SEPETİ’nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti kapsamında platformuna üye restoranların YEMEK SEPETİ kurye sistemini kullanmalarını zorunlu tutmak ve böylelikle üye restoranların faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Kanun’u ihlal ettiği iddiaları incelenmiştir. Bu çerçevede, yapılacak değerlendirme kapsamında ilk olarak YEMEK SEPETİ’nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti pazarındaki konumu ile yerinde inceleme belgeleri incelenmiş, ardından dosya konusu eylemlerin 4054 sayılı Kanun’un 4. ve 6. maddeleri kapsamında değerlendirilmesine yer verilmiştir.

I.6.1. Hâkim Durumun Değerlendirilmesi

- (147) Yukarıda da belirtildiği üzere soruşturma kapsamında YEMEK SEPETİ’nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti kapsamında platformuna üye restoranların YEMEK SEPETİ kurye sistemini kullanmalarını zorunlu tutmak ve böylelikle üye restoranların faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Kanun’un 6. maddesini ihlal

ettiği iddia edilmektedir. 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında yapılacak değerlendirmede öncelikle ilgili teşebbüsün hâkim durumda olup olmadığının incelenmesi gerekmektedir. Bu çerçevede öncelikle hâkim durum analizine ilişkin teorik çerçeve ile YEMEK SEPETİ'nin işbu soruşturma kapsamında tanımlanan; "çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri" pazarında hâkim durumda olup olmadığına ilişkin tespit ve değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

- (148) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi "*bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması*"nı yasaklamaktadır. İlgili hükümden anlaşılabilceği üzere 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir ihlal oluşabilmesi için soruşturma konusu teşebbüsün en az bir ilgili pazarda hâkim durumda olması zorunludur. Bu sebeple hâkim durumun tespitinde kullanılan yöntemler ve esas alınan kıstaslar son derece önem taşımaktadır.
- (149) 4054 sayılı Kanun'un 3. maddesinde hâkim durum "*Belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü*" olarak tanımlanmıştır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere hâkim durum değerlendirmesi yapılırken, esasen, incelenen teşebbüsün rekabetçi baskılardan ne ölçüde bağımsız davranabildiği araştırılmaktadır. Nitekim Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'da (Kılavuz) rekabetçi baskılardan bağımsız davranabilen bir teşebbüsün fiyatlarını kârlı bir şekilde rekabetçi düzeyin üzerine çıkarabilme ve belirli bir süre³⁹ boyunca bu düzeyde sürdürebilme imkânına sahip olduğu belirtilmektedir⁴⁰.
- (150) Kılavuz'a göre her bir olayın kendine özgü koşulları da dikkate alınarak incelenen teşebbüsün rekabetçi baskılardan ne ölçüde bağımsız davranabildiğinin tespiti için;
- İncelenen teşebbüsün ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu,
 - Pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri,
 - Alıcıların pazarlık gücü

unsurları göz önünde bulundurulmalıdır. Söz konusu unsurlardan herhangi birinin tek başına yeterli olamayacağı ve hâkim durum tespiti için bütün göstergelerin birlikte değerlendirilmesi gerektiği belirtilmelidir.

1.6.1.1. İncelenen Teşebbüsün ve Rakiplerinin İlgili Pazardaki Konumu

- (151) Kılavuz'un 11. paragrafında da yer verildiği üzere, bir teşebbüsün ilgili pazardaki konumunun ve sahip olduğu pazar gücünün tespitinde kullanılan birincil veri, incelenen teşebbüs ile pazarda faaliyet gösteren diğer rakip teşebbüslerin pazar paylarıdır.
- (152) Hâkim durumun tespitinde pazar payları, değerlendirmeye alınan faktörlerden yalnızca biri olmakla birlikte rekabet hukukunda belirli düzeydeki pazar paylarının hâkim duruma işaret ettiği kabul edilmektedir. Kılavuz'da, aksini gösterecek bir durumun söz konusu

³⁹ Hâkim durum tespiti bakımından söz konusu süre incelenen ürünün ve pazarın özelliklerine göre değişebilmekle beraber genellikle iki yıllık sürenin yeterli olacağı kabul edilmektedir (Kılavuz dipnot 3).

⁴⁰ İlgili tanım uluslararası mevzuatta da aynı şekilde yer almaktadır. Avrupa Komisyonunun (Komisyon), Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Davranışları Kılavuzu (*Guidance On The Commission's Enforcement Priorities in Applying Article 82 of the EC Treaty to Abusive Exclusionary Conduct By Dominant Undertakings*, 2009 tarihli Komisyon Kılavuzu) para 11; Uluslararası Rekabet Ağının (*International Competition Network, ICN*) Tek Taraflı Uygulamalar Kılavuzu (*Unilateral Conduct Workbook*) Bölüm 3.

olmadığı hallerde, %40'ın altında pazar payına sahip olan teşebbüslerin hâkim durumda olması ihtimalinin düşük olduğu kabul edilmekte⁴¹, bu düzeyin üzerinde pazar payına sahip olan teşebbüsler bakımından ise daha detaylı bir incelemeye gidilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Öte yandan bir teşebbüsün hâkim durumda bulunduğu dair delil teşkil eden belirli bir pazar payı eşiği belirtilmemekte; incelenen pazarın özellikleri de dikkate alınarak %40'ın altında pazar payına sahip olan bir teşebbüsün de hâkim durumda olabileceği Kurul tarafından kabul edilmektedir. Somut olayın özellikleri dolayısıyla bu noktada, pazar paylarının hâkim durum incelemelerindeki yeri hakkında bazı hususların daha ayrıntılı açıklanmasında yarar görülmüştür.

- (153) Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD) hâkim durum değerlendirmeleri açısından önem arz eden 1979 tarihli *Hoffmann-La Roche*⁴² kararında süregelen çok yüksek pazar paylarının istisnai durumlar haricinde, başlı başına hâkim durumun varlığına delil teşkil ettiğini belirtmiştir. ABAD bu görüşünü 1991 tarihli *AKZO*⁴³ kararında somutlaştırmış ve aksi ispat edilmediği müddetçe %50'nin üzerindeki pazar paylarının “çok yüksek” sayılabileceğini, bu eşiğin üzerindeki payların mevcut olduğu durumlarda teşebbüsün hâkim durumda olduğu ön kabulü ile hareket edilebileceğini değerlendirmiştir. *Hilti* kararında teşebbüsün %70-80 bandındaki pazar payının kendi başına teşebbüsün hâkim durumda olduğunun açık bir göstergesi olduğu değerlendirilmiştir⁴⁴.
- (154) Komisyon, 2009 tarihli Kılavuzunda Türk mevzuatına da örnek teşkil eden %40 pazar payı eşiğine yer vermiş ancak ABAD kadar katı bir yorumda bulunmamış, %40'ın altında pazar payına sahip olan teşebbüslerin hâkim durumda olması ihtimalinin düşük olduğunu belirterek genel bir kural olarak, yalnızca pazar payları ile hâkim durum tespiti yapmayacağını da altını çizmiştir⁴⁵. Nitekim Komisyon, çok yüksek pazar paylarına sahip bulunduğu tespitinde bulunduğu⁴⁶ kararlarında pazarın yapısı, pazar paylarının zaman içerisindeki değişimi, rakiplerin payları, giriş engelleri ve alıcı gücü gibi diğer unsurları da incelemiştir⁴⁷. Ayrıca *Virgin/British Airways*⁴⁸ kararında British Airways'in ilgili pazarda %39,7 oranında pazar payına sahip olması ve pazar payının %40'ın altında kalması hususlarına rağmen teşebbüsün hâkim durumda olduğunu tespit etmiştir. Bu değerlendirmenin gerekçelerinden biri British Airways'in mevcut rakiplerinin pazardaki paylarının çok daha düşük olmasıdır. Öyle ki, inceleme dönemi olan 1998'de British Airways'in en yakın rakibi Virgin'in pazar payı %5,5'tir. Ayrıca British Airways, en yakın dört rakibinin toplamından 2,2 kat daha çok pazar payına sahiptir. Buna ek

⁴¹ Bkz. Kurulun 10-36/575-205 sayılı Mediamarkt, 10-52/956-335 sayılı Pepsi Cola ve 10-62/1286-487 sayılı Egetek kararları. Ancak, incelenen pazarın özellikleri de dikkate alınarak %40'ın altında pazar payına sahip olan bir teşebbüsün de hâkim durumda olabileceği Kurul tarafından kabul edilmektedir. Bkz. 10-78/1645-609 sayılı Elektrik Dağıtım Özelleştirmeleri kararı.

⁴² Case 85/76, 1979.

⁴³ Case C-62/86, *AKZO v Commission*, 1991.

⁴⁴ *Hilti* CFI Dec. 12, 1991, 1991 ECR II-1439, para.92.

⁴⁵ “However, as a general rule, the Commission will not come to a final conclusion as to whether or not a case should be pursued without examining all the factors which may be sufficient to constrain the behaviour of the undertaking.” 2009 tarihli Kılavuz, para.15.

⁴⁶ *Google Shopping* kararında Google'ın pazar payı birçok üye ülkede %90'ın üzerinde tespit edilse de pazarın dinamik yapısı, giriş engelleri ve kullanıcı alışkanlıkları gibi unsurlara değinilmiştir. Yine, *Google Android* kararında, pazar paylarının yanında, giriş engelleri, alıcı gücü ve diğer pazarların oluşturduğu dengeleyici etkiler incelenmiştir. Bkz. Case AT.39740 *Google Search (Shopping)*, Case AT.40099 *Google Android*.

⁴⁷ Case IV/34.621, 1997, *Irish Sugar plc*; Case COMP/C - 3/37.792, 2007, *Microsoft Corporation*; Case COMP/C-3/37.990, 2009, *Intel Corporation*; Case AT.39523, 2015, *Slovak Telekom*; Case AT.40134, 2019, *Anheuser-Busch InBev NV/SA*.

⁴⁸ Case IV/D-2/34.780, 1999, *Virgin/British Airways*.

olarak Komisyon, British Airways'ın pazar gücünü 1992'den beri istikrarlı bir şekilde devam ettirdiğine de dikkat çekmiştir⁴⁹.

- (155) İlâveten incelenen teşebbüslerin pazar paylarının eşik üzerinde kaldığı ve hâkim durum tespit etmediği durumlar da söz konusu olmuştur. *AstraZeneca*⁵⁰ kararında Komisyon, AstraZeneca'nın İngiltere'deki hâkim durumunu değerlendirirken yıllar içerisinde pazar payında önemli azalma olduğu ve en yakın rakibinin %33'lük pazar payına sahip olduğu bir durumda, %57'lik pazar payına sahip AstraZeneca'nın hâkim durumda olmadığını tespit etmiştir⁵¹.
- (156) Son olarak, Komisyonun, 2024 tarihli Taslak Hâkim Durum Kılavuzu'nda⁵² yakın zamana kadar uygulanan %40 pazar payı eşiğini güncellenerek %50 pazar payı eşiğinin esas alındığı belirtilmelidir.
- (157) Yukarıda ayrıntıları ile yer verilen içtihat göz önünde bulundurulduğunda, Komisyonun incelenen teşebbüs ve rakiplerinin konumunu değerlendirirken pazar payı veya Kılavuz'da yer verilen referans eşikler ile yetinmediği, bunun yerine geniş bir bakış açısı ile teşebbüslerin birbirleri üzerinde oluşturabildikleri rekabetçi baskıyı ele aldığı söylenebilecektir.
- (158) Kurul içtihadı ve uygulamaları bakımından da benzer bir yaklaşım söz konusudur. Kılavuz'a göre, incelenen teşebbüsün sahip olduğu pazar payının yanı sıra bu pazar payının zaman içerisindeki istikrarı, ilgili pazarda faaliyet gösteren rakiplerin sayısı ve pazar payları da dikkate alınmaktadır. İlâveten hızlı büyüyen ve yeni oluşmakta olan pazarlarda, pazarların özellikleri nedeniyle teşebbüslerin pazar payları sürekli bir dalgalanma gösterebildiğinden, genellikle pazar paylarının sürekliliğinden bahsedilemediği ve dolayısıyla pazar payının teşebbüsün pazardaki konumu hakkında güvenilir bir gösterge olmayabileceği belirtilmektedir. Ayrıca, incelenen teşebbüsün pazar payının hâkim durum değerlendirmesi için tek başına yeterli olamayacağı vurgulanmaktadır. Uygulamada da, oldukça yüksek pazar paylarının tespit edildiği dosyalarda⁵³ pazar payları ile yetinilmemiş bütüncül bir yaklaşım tercih edilmiştir.
- (159) Pazar payına dair bu geleneksel yaklaşımın yanı sıra iş modelinin çok taraflı yapısının da hâkim durum değerlendirmesinde dikkate alınması gerekmektedir. Şöyle ki bu pazarlarda çok taraflı pazar özelliğine bağlı olarak kullanıcılar arasındaki etkileşim pazar gücüne doğrudan sirayet ettiğinden, ilgili pazardaki hâkimiyet değerlendirmesi açısından, pazar payı, dikey bütünleşme ve giriş engelleri gibi geleneksel araçların yanı sıra kullanıcıların potansiyel kullanıcılara oranı, ağ etkileri, gelir/kârlılık gibi göstergeler

⁴⁹ A.g.k. para 88.

⁵⁰ Case COMP/A.37.507/F3, 2005, *AstraZeneca AB and AstraZeneca plc*.

⁵¹ AstraZeneca ve en yakın rakibi Takeda'nın İngiltere'deki yıllara göre pazar payları sırasıyla; 1997'de %78'e %20, 1998'de %68'e %29, 1999'da %63'e %31, 2000'de %57'ye %33'tür. Komisyon AstraZeneca'nın yalnızca 1993 -1999 yılları arasında hâkim durumda olduğunu tespit etmiştir. A.g.k para 599, 601.

⁵² Guidelines on the application of Article 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings.

⁵³ Örneğin 19.09.2018 tarihli ve 18-33/555-273 sayılı Google *Android* kararında, Google'ın "tekele yakın pazar payı"na sahip olduğunun tespitine rağmen, dolaylı ağ etkileri ve alıcı gücü gibi diğer unsurlar incelenmiştir. Benzer şekilde, 13.02.2020 tarihli ve 20-10/119-69 sayılı Google *Shopping* kararında "pazarda ikinci konumda sayılabilecek teşebbüsün pazar gücünün... Google'a kıyasla çok düşük olduğu..." tespiti yapıldıktan sonra alıcı gücü, şebeke etkileri, dikey bütünleşik yapı, finansal güç gibi birçok diğer unsur incelenmiştir. Benzer şekilde, 08.07.2021 tarihli ve 21-34/475-237 sayılı, 05.08.2021 tarihli ve 21-37/540-263 sayılı, 13.07.2023 tarihli ve 23-31/604-204 sayılı *Sahibinden* kararlarında; 21.01.2021 tarihli ve 21-04/53-22 sayılı *Biletix* kararında ve 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı *Yemek Sepeti* kararında yüksek pazar payları tespit edilse de bunlarla yetinilmemiş pazara giriş ve büyüme engelleri ile alıcı gücü kıstasları ayrıca değerlendirmeye dâhil edilmiştir.

de ayrıca önem arz etmektedir⁵⁴. Kurul içtihadına bakıldığında da bu anlayışa paralel olarak *Sahibinden* kararında⁵⁵ site ziyaret sayılarına, rakipler ile fiyat seviyesi karşılaştırmasına ve kurumsal üye sayısı ile kurumsal üyelik gelirlerinin karşılaştırmasına yer verildiği; *Nadir Kitap*⁵⁶ kararında pazar payları, anlaşmalı olunan sahaf/satıcı sayıları, ağ etkileri ve diğer pazara giriş engelleri ile alıcı gücü gibi göstergelerin dikkate alındığı ve son olarak *Yemeksepeti* kararında⁵⁷, sipariş adet ve tutarları üzerinden hesaplanan pazar payının yanı sıra anlaşmalı olunan restoran sayısı, ağ etkileri, aktif kullanıcı sayısı, ilk giren avantajı ve pazara giriş engellerinin de dikkate alındığı görülmektedir.

- (160) Soruşturma sürecinde sektörde faaliyet gösteren platformlardan çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetlerinin güncel durumunda pazardaki rekabet edebilirliği etkileyen parametreler ve bunların önem derecesi hakkında bilgi talep edilmiştir. (.....) tarafından en önemli parametrelerin kullanıcı sayısı ve anlaşmalı restoran sayısı olduğu, devamında ise kurye hizmeti ve pazarlama bütçesinin yer aldığı belirtilmiştir. (.....) tarafından rekabetçi parametreleri önem derecelerine sıralamanın güçlük arz ettiği, ancak kullanıcı sayısı, anlaşmalı restoran sayısı ve çeşitliliği, sunulan kurye hizmeti ve kurye havuzunun genişliği, sahip olunan finansal güç, ilk giren avantajı, teknolojik altyapı ve marka gücünün en önemli unsurlar olduğu ifade edilmiştir. (.....) tarafından en önemli parametrenin sipariş adedi ve kullanıcı sayısı olduğu, devamında ise ürün/restoran çeşitliliği, komisyon oranları, kurye hizmeti ve pazarlama bütçesinin geldiği belirtilmiştir. (.....) tarafından da en önemli faktörlerden birinin kullanıcı sayısının büyüklüğü olduğu, ancak platformun başarısını etkileyen tüm parametrelerin birbirini tamamladığı ve aynı derecede önemli olduğu, bu bağlamda nitelikli bir restoran çeşitliliği sunma, ürünlerin güvenli ve özenli bir şekilde kullanıcıya ulaştırılması ve anlaşılabilir bir arayüze sahip olunması gibi hususların da dikkate alınması gerektiği ifade edilmiştir.
- (161) Platformların görüşlerine ek olarak, anket çalışması kapsamında restoranlara da çalıştıkları platformlarda en fazla önem atfettikleri parametreler ile dikkate aldıkları ilk parametre hakkında sorular yöneltilmiş olup cevaplarını içeren grafiklere aşağıda yer verilmektedir:

⁵⁴ Cerre-Center on Regulation in Europe (2019), "Market Definition and Market Power in the Platform Economy", https://www.cerre.eu/sites/cerre/files/2019_cerre_market_definition_market_power_platform_economy.pdf, Erişim tarihi: 16.09.2024, s.69.

⁵⁵ 01.10.2018 tarihli ve 18-36/584-285 sayılı Kurul kararı.

⁵⁶ 07.04.2022 tarihli ve 22-16/273-122 sayılı Kurul kararı.

⁵⁷ 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı Kurul kararı.

Grafik 2: Bir Platformun Tercih Edilebilirliğini Etkileyen Parametreler



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

Grafik 3: Hizmet Alınan Platformlarda Dikkate Alınan İlk Sıradaki Parametre



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (162) Yukarıda yer verilen anket sonuçları incelendiğinde, soru yöneltilen 118 restorandan 83 (%70) tanesi tarafından, bir platformun tercih edilebilirliğini etkileyen en önemli parametrelerin kullanıcı sayısı ve sipariş adedi olduğu belirtilmektedir. Sipariş adedi ve kullanıcı sayısını, iyi ve kaliteli hizmet, komisyon oranı, iş ortakları ile iletişim, kurye hizmetinin kalitesi parametreleri izlemektedir. Benzer şekilde hizmet alınan platformda dikkate alınan ilk parametrenin büyük oranda (%66) nihai tüketici sayısı olduğu anlaşılmaktadır.
- (163) Yukarıda yer alan hususlar doğrultusunda, dosya kapsamında gerçekleştirilen hâkim durum analizi bakımından ilk olarak platform üzerinden gerçekleşen sipariş sayıları incelenmiştir. Zira sektördeki oyuncuların neredeyse tümü tarafından en çok önem

atfedilen parametre olan kullanıcı sayısı, ilgili dönemde başarılı bir sipariş veren tekil kullanıcı sayısını temsil etmektedir. Dolayısıyla sipariş adedinin, kullanıcı sayısından doğrudan etkilendiği ve pazar payı hesaplamasında gösterge oluşturan en önemli parametre olduğu değerlendirilmektedir. Devamında ise YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin çevrim içi yemek servisi-siparişi platform hizmetleri pazarında elde ettiği sipariş tutarları ölçüt kabul edilerek hesaplamalar gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra, çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarının platform özelliği itibarıyla satıcı tabanının genişlemesi ile tüketici bakımından, tüketici tabanının genişlemesi ile de restoranlar bakımından karşılıklı bir fayda artışının gerçekleşeceği ve bu şekilde oluşan dolaylı ağ etkisinin de pazardaki yoğunlaşmayı besleyeceği olgusundan hareketle, gerek aktif kullanıcı sayısı gerekse de toplam anlaşmalı restoran sayısı ile zincir restoran sayısı ve komisyon gelirleri temeline dayanan bir pazar payı analizi yapılmıştır.

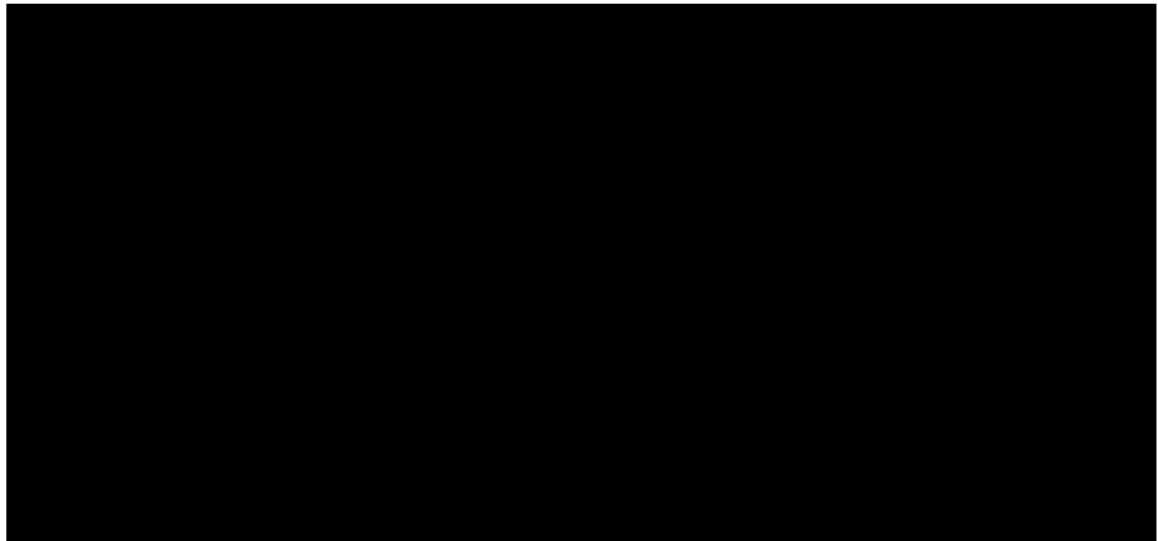
- (164) Bu kapsamda öncelikle teşebbüslerden elde edilen veriler doğrultusunda; YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin 2019-2024 ilk 11 aylık dönemine ilişkin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında sipariş adedi ve tutarı bakımından pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 6: Türkiye'de Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Adedi Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/11
YEMEK SEPETİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TRENDYOL YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
GETİR YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MİGROS YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
FUUDY	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
GOFODY	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ACIKINCA.COM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
DOYURUNBENİ ⁵⁸	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Grafik 4: (....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (165) Yukarıda yer verilen Tablo-6 ve Grafik-4 incelendiğinde, 2024 yılı itibarıyla ilgili pazarda bulunan teşebbüslerin sipariş adedi bazında pazar paylarının YEMEK SEPETİ bakımından %(....), TRENDYOL YEMEK bakımından %(....) GETİR YEMEK

⁵⁸DOYURUNBENİ, 10.05.2024 tarihi itibarıyla faaliyetlerine son vererek pazardan çıkış yapmıştır.

bakımından %(.....) ve son olarak MİGROS YEMEK bakımından %(.....) oranında gerçekleştiği görülmektedir. Mevcut durumda sipariş adedi bazında pazar payları bakımından YEMEK SEPETİ lider konumda olmakla birlikte en yakın rakibi TRENDYOL YEMEK ile arasında yalnızca %(.....) puanlık bir fark bulunmaktadır. Tablonun geneline bakıldığında, YEMEK SEPETİ 2019'da %(.....) pazar payına sahipken pazara GETİR YEMEK ve TRENDYOL YEMEK gibi güçlü oyuncuların girmesi ile YEMEK SEPETİ'nin önemli düzeyde pazar payı kaybı yaşadığı ve sipariş adedi bazında pazar payının yıllar içinde azalmaya başladığı görülmektedir. Zira YEMEK SEPETİ'nin pazar payının 2021 yılında %(.....) seviyesine, 2022 yılında %(.....) seviyesine, 2023 yılında %(.....) seviyesine indiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, 2019 yılından bu yana pazar payı kaybeden YEMEK SEPETİ'nin pazar payının ilk defa 2024 yılında %(.....) puan artarak %(.....)'e ulaştığı görülmektedir.

- (166) YEMEK SEPETİ'nin en yakın rakibi konumundaki TRENDYOL YEMEK'in pazar payı ise, pazara girdiği 2020 yılından itibaren artış eğilimi göstermiş olup 2021 yılında %(.....), 2022 yılında %(.....), 2023 yılında %(.....) olarak gerçekleşmiştir. 2024 yılına gelindiğinde ise TRENDYOL YEMEK'in pazar payı %(.....) gibi küçük bir oranda azalarak %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla YEMEK SEPETİ 2021 yılında en yakın rakibinin (.....) katı pazar payına sahip iken 2023 itibarıyla bu sayı (.....)'ye gerilemiş, 2024 itibarıyla ise ihmal edilebilir bir artışla (.....)'e yükselmiştir. GETİR YEMEK'in pazar payı ise pazara girişinden itibaren artış eğilimi göstermekle birlikte 2023 yılına gelindiğinde bu eğiliminin korunamadığı ve 2023 ile 2024 yıllarında teşebbüsün pazar payı kaybettiği görülmektedir. Son olarak MİGROS YEMEK, yıllar içinde istikrarlı bir artış sergilemiş, 2022 yılında %(.....), 2023 yılında %(.....) ve 2024 yılında %(.....) pazar payına ulaşmıştır. Bu çerçevede, GETİR YEMEK'in ve YEMEK SEPETİ'nin 2023 yılında kaybettiği toplam %(.....)'lik pazar payının büyük bir kısmının TRENDYOL YEMEK, kalan kısmının ise MİGROS YEMEK tarafından kazanıldığı görülmektedir. Diğer rakiplerin ise pazarda önemli bir yer edinemedikleri, pazarın çok sınırlı bir kısmını oluşturdukları dikkat çekmektedir.

Tablo 7: Türkiye'de Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Tutarı Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/11
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GOFODY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ACIKINCA.COM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOYURUNBENİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Grafik 5: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (167) Yukarıda yer verilen Tablo-7 ve Grafik-5 incelendiğinde, 2024 yılı itibarıyla ilgili pazarda bulunan teşebbüslerin sipariş tutarı bazında pazar paylarının YEMEK SEPETİ bakımından %(.....), TRENDYOL YEMEK bakımından %(.....) ve son olarak GETİR YEMEK bakımından %(.....) oranında gerçekleştiği görülmektedir. Mevcut durumda sipariş tutarı bazında pazar payları bakımından YEMEK SEPETİ lider konumda olmakla birlikte en yakın rakibi TRENDYOL YEMEK ile arasında %(.....) puanlık bir fark bulunmaktadır. Tablonun geneline bakıldığında, YEMEK SEPETİ 2019'da %(.....) pazar payına sahipken pazar payının yıllar içinde azalmaya başladığı, 2021 yılında %(.....) seviyesine, 2022 yılında %(.....) seviyesine, 2023 yılında %(.....) seviyesine indiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, 2019 yılından bu yana pazar payı kaybeden YEMEK SEPETİ'nin pazar payının ilk defa 2024 yılında %(.....) puan artarak %(.....) seviyesine ulaştığı görülmektedir. YEMEK SEPETİ'nin en yakın rakibi konumundaki TRENDYOL YEMEK'in pazar payı ise, pazara girdiği 2020 yılından itibaren artış eğilimi göstermiş olup 2021 yılında %(.....), 2022 yılında %(.....), 2023 yılında %(.....), 2024 yılında ise %(.....) olarak gerçekleşmiştir. GETİR YEMEK'in pazar payının ise pazara girişinden itibaren artış eğilimi göstermekle birlikte 2023 yılına gelindiğinde bu eğilimi koruyamadığı ve 2023 ile 2024 yıllarında teşebbüsün pazar payı kaybettiği görülmektedir. Son olarak MİGROS YEMEK'in pazar payı, yıllar boyunca istikrarlı bir artış sergilemiş, 2022 yılında %(.....), 2023 yılında %(.....) ve 2024 yılında %(.....) oranına ulaşmıştır. Bu çerçevede, sipariş adedine benzer şekilde, GETİR YEMEK'in ve

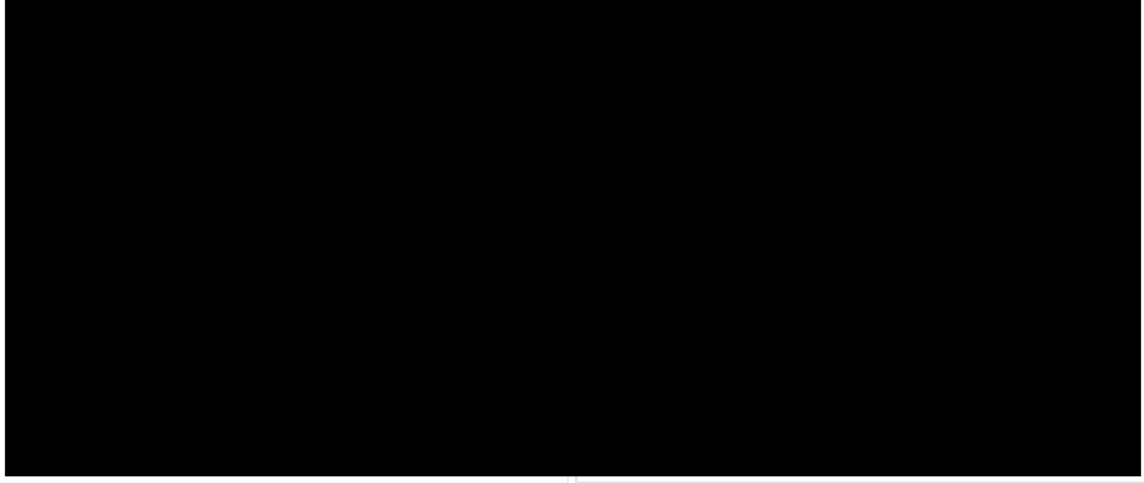
YEMEK SEPETİ'nin 2023 yılında kaybettiği toplam %(.....)'lik pazar payının büyük bir kısmının TRENDYOL YEMEK, kalan kısmının ise MİGROS YEMEK tarafından kazanıldığı görülmektedir. Diğer rakiplerin ise pazarda önemli bir yer edinemedikleri, pazarın çok sınırlı bir kısmını oluşturdıkları dikkat çekmektedir.

- (168) Öte yandan, sipariş tutarının pazarın mevcut şartları altında pazarın genel görünümünü yansıtmaması bakımından doğru bir parametre olmayacağı ve hatalı değerlendirmelere yol açabileceği anlaşılmaktadır. Öncelikle belirtilmelidir ki, sipariş tutarı doğrudan sipariş edilen ürünün fiyatına ilişkin olup ilgili fiyatları restoranlar belirlemektedir. Bu noktada YEMEK SEPETİ'nin tabi olduğu bazı yükümlülükler tekrar yer verilmesinde fayda görülmektedir. Bilindiği üzere, YEMEK SEPETİ, *Yemek Sepeti-3* kararı ile minimum sepet tutarına ilişkin olarak restoranların tercihlerine karışmamakta, minimum bir düzey belirleyememektedir. Ayrıca, *Yemek Sepeti-2* ve *Yemek Sepeti-3* kararları kapsamında EKM uygulamama yükümlülüğü çerçevesinde platformunda sunulan ürünlerin fiyatlarına müdahale edememektedir. Öte yandan, Kurulun *Trendyol Yemek*⁵⁹ kararı ile TRENDYOL YEMEK'in restoranlarla akdettiği sözleşmelerde geniş EKM hükmünün bulunduğu tespit edilmiş olup gerçekleştirilen değerlendirmeler neticesinde ilgili hükümlerin 2002/2 sayılı Tebliği kapsamında olduğuna ve grup muafiyetinden faydalandığına karar verilmiştir. Benzer şekilde, Kurulun *Getir Yemek* kararı⁶⁰ ile GETİR YEMEK tarafından uygulanan dar ve geniş EKM koşullarının 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden faydalandığına karar verilmiştir.
- (169) Bu bakımdan TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK gibi güçlü rakipleri teşebbüslere en düşük fiyatın kendi platformunda sunulmasını dayatabilirken tabi olduğu yükümlülükler neticesinde YEMEK SEPETİ'nin bu yönde bir kabiliyeti bulunmamaktadır. Son olarak YEMEK SEPETİ sunduğu kurye hizmeti kapsamında son kullanıcılardan teslimat ücreti tahsil ederken TRENDYOL YEMEK'in ilgili hizmeti ücretsiz sunduğu bilinmektedir. Teslimat ücreti ise sipariş tutarını doğrudan etkileyen bir kalemdir. Gerek minimum sepet tutarı ve EKM'ye ilişkin yükümlülükler gerekse teslimat ücreti gibi hususların sipariş tutarı üzerinde etki doğurması muhtemel görüldüğünden sipariş tutarı üzerinden hesaplanan verilerde YEMEK SEPETİ bakımından ulaşılan sonuçların rakiplerine kıyasla daha yüksek seyrettiği ve anılan nedenlerle sipariş tutarı üzerinden hesaplanan verilere ihtiyatla yaklaşılması gerektiği değerlendirilmektedir.
- (170) YEMEK SEPETİ'nin ve rakiplerinin sipariş adedi ve sipariş tutarı bakımından Türkiye genelindeki pazar payı verilerine ilaveten, üç büyük il olan Ankara, İstanbul ve İzmir bakımından da pazar payı verilerinin incelenmesi yerinde olacaktır. Zira 2024 yılının ilk 11 ayına bakıldığında, YEMEK SEPETİ'nin söz konusu üç ilden elde ettiği sipariş adedinin toplam sipariş adedine oranı yaklaşık %(.....)'tir. İlgili oran TRENDYOL YEMEK bakımından yaklaşık %(.....), GETİR YEMEK bakımından yaklaşık %(.....), MİGROS YEMEK bakımından ise yaklaşık %(.....)'dir. 2024 yılında adı geçen platformların Ankara, İstanbul ve İzmir'den elde ettikleri sipariş tutarlarının toplam sipariş tutarları içerisindeki payı ise YEMEK SEPETİ bakımından yaklaşık %(.....), TRENDYOL YEMEK bakımından yaklaşık %(.....), GETİR YEMEK bakımından yaklaşık %(.....) ve MİGROS YEMEK bakımından yaklaşık %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu üç ilin her birinin toplam sipariş adedi ve tutarı içerisindeki payına ise aşağıdaki grafiklerde yer verilmektedir:

⁵⁹ Kurulun 27.02.2023 tarihli ve 23-11/177-54 sayılı kararı.

⁶⁰ Kurulun 15.09.2022 tarihli ve 22-42/606-254 sayılı kararı.

Grafik 6: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

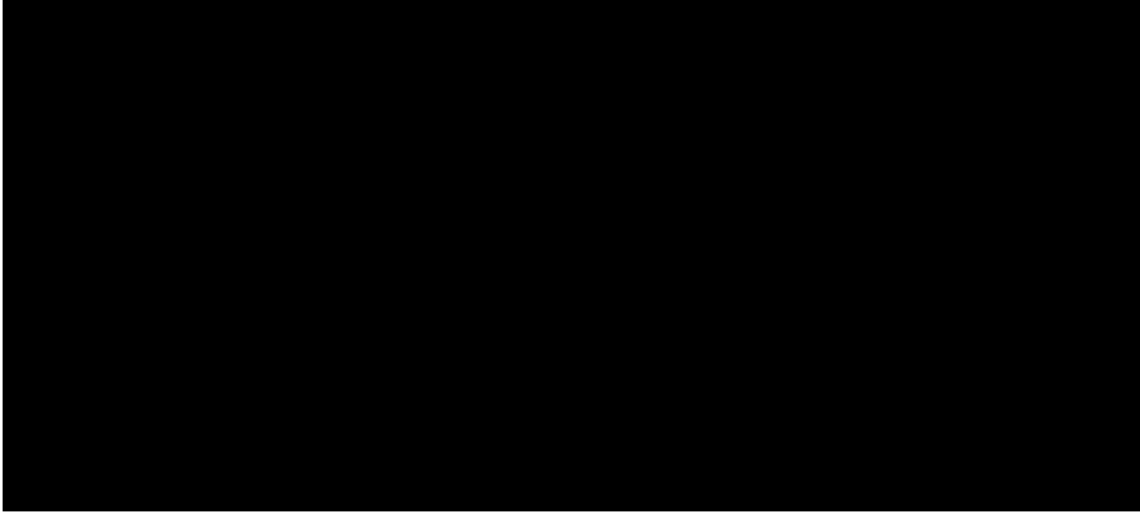
- (171) Yukarıda yer verilen Grafik-6 incelendiğinde ise; 2024 yılı bakımından İstanbul, Ankara ve İzmir illerinin toplam sipariş adedi içerisindeki payının sırasıyla %(.....)%(.....) ve %(.....) olarak gerçekleştiği, toplam sipariş tutarı içerisindeki paylarının ise %(.....), %(.....)ve %(.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bu çerçevede söz konusu üç ilin toplam sipariş adedi içerisindeki toplam payının %(.....) olduğu, toplam sipariş tutarı içerisindeki toplam payının ise %(.....) olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla 2024 yılında ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler tarafından alınan sipariş adedi ve sipariş tutarının önemli bir payının söz konusu illerden elde edildiği, söz konusu illerin sipariş adedi ve sipariş tutarı bakımından diğer illere göre önemli bir paya sahip olduğu ve anılan iller özelinde ilave değerlendirmelere yer verilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.
- (172) Aşağıdaki tablolarda İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin sipariş adedi bazındaki pazar paylarında yıllar içerisinde yaşanan değişime yer verilmektedir:

Tablo 8: İstanbul'da Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Adedi Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/11
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GOFODY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Grafik 7: (.....)



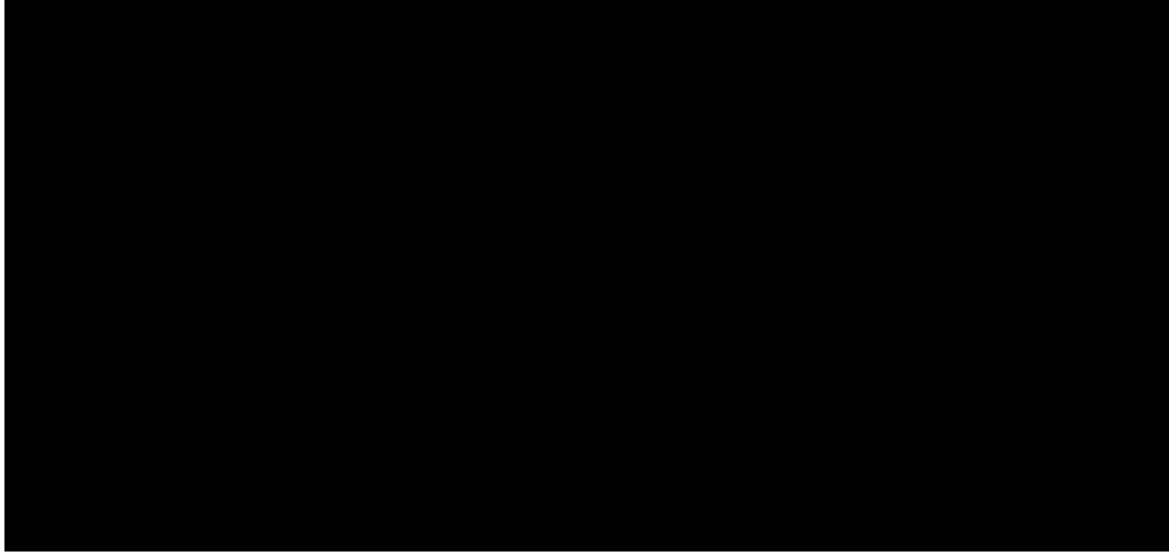
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Tablo 9: Ankara'da Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Adedi Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/11
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Grafik 8: (.....)



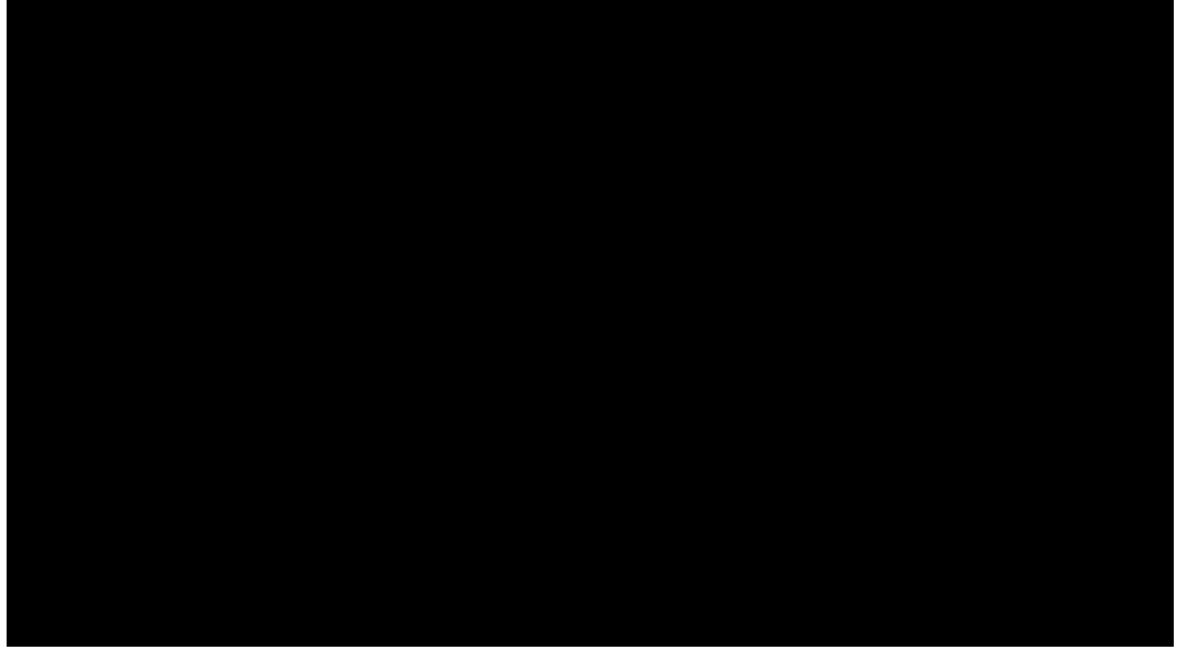
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Tablo 10: İzmir'de Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Adedi Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/11
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Grafik 9: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (173) Tablolardan görüleceği üzere, YEMEK SEPETİ'nin İstanbul ilinde sipariş adedi bazında pazar payı 2019 yılında %(.....) iken TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK'in pazara girişi sonrasında pazar payı 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....)%(.....) olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, aynı dönemde TRENDYOL YEMEK'in pazar payı sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....) dir. Üçüncü sırada yer alan GETİR YEMEK'in 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....) pazar payı elde ettiği görülmektedir. Ankara iline bakıldığında da 2019 yılında YEMEK SEPETİ sipariş adedi bakımından tekel konumunda pazar payına sahip iken pazar payının 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) seviyelerine düştüğü görülmektedir. Aynı dönemde TRENDYOL YEMEK'in pazar payı sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....)'dur. GETİR YEMEK'in ise 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) oranında pazar payı elde ettiği görülmektedir. İzmir ili bakımından da YEMEK SEPETİ'nin düşüş eğilimi net bir şekilde görülmektedir. Ankara'ya benzer şekilde İzmir'de de 2019 yılında tekel konumunda olan YEMEK SEPETİ'nin sipariş adedi bazında pazar payının 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) olarak gerçekleştiği, aynı dönemde TRENDYOL YEMEK'in pazar payının sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) olduğu, GETİR YEMEK'in ise 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) oranında pazar payı elde ettiği görülmektedir.
- (174) Yukarıda yer alan verilerden hareketle, YEMEK SEPETİ'nin İstanbul ile Ankara illeri özelinde sipariş adedi bazında 2019 yılından itibaren istikrarlı olarak pazar payı

kaybetse de 2022'ye kadar pazardaki liderliğini koruduğu, 2023 yılında TRENDYOL YEMEK'in her iki ilde de YEMEK SEPETİ'nden daha fazla pazar payı elde ederek pazar lideri konumuna geldiği ancak 2024 yılına gelindiğinde TRENDYOL YEMEK'in İstanbul ili bakımından pazar liderliğini korurken Ankara ili bakımından pazar liderliğini tekrar YEMEK SEPETİ'ne bıraktığı, ancak bu il bakımından aralarındaki pazar payı farkının %(...)’e dahi ulaşmadığı söylenebilecektir. İzmir iline bakıldığında ise YEMEK SEPETİ'nin 2019-2023 dönemi boyunca pazar payının azalış eğiliminde olduğu, 2024 yılında ise pazar payının artış eğilimine girdiği aynı zamanda 2019-2024 dönemi boyunca pazardaki liderliğini koruduğu görülmektedir.

- (175) Aşağıdaki tablolarda İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin sipariş tutarı bazındaki pazar paylarında yıllar içerisinde yaşanan değişime yer verilmektedir:

Tablo 11: İstanbul'da Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Tutarı Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/11
YEMEK SEPETİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TRENDYOL YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
GETİR YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MİGROS YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
FUUDY	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
GOFODY	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Grafik 10: (....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Tablo 12: Ankara'da Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Tutarı Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/11
YEMEK SEPETİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TRENDYOL YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
GETİR YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MİGROS YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
FUUDY	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Grafik 11: (....)



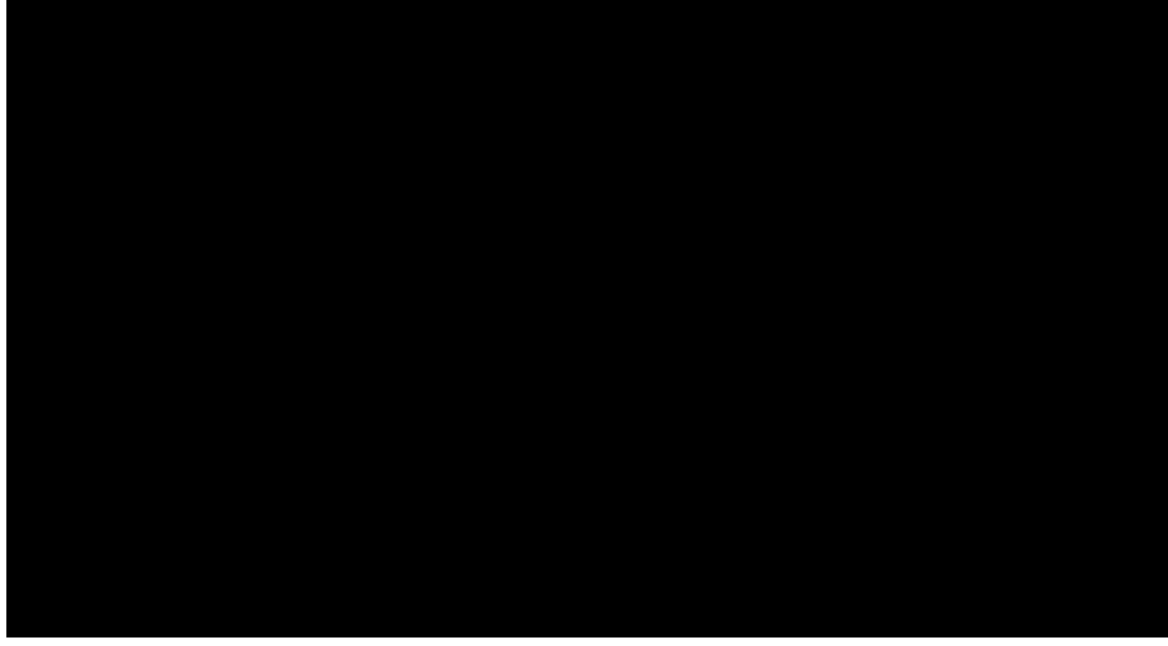
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Tablo 13: İzmir'de Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Tutarı Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/11
YEMEK SEPETİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TRENDYOL YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
GETİR YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MİGROS YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
FUUDY	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler Çerçevesinde yapılan hesaplamalar.

Grafik 12: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler Çerçevesinde yapılan hesaplamalar.

- (176) Tablolardan görüleceği üzere, YEMEK SEPETİ'nin İstanbul ilinde sipariş tutarı bazında pazar payı 2019 yılında yaklaşık %(.....) iken GETİR YEMEK ve TRENDYOL YEMEK'in pazara girişi ertesinde 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde TRENDYOL YEMEK'in pazar payı sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....)'tür. GETİR YEMEK'in ise 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....) oranında pazar payı elde ettiği görülmektedir. Ankara ili bakımında da İstanbul'a benzer bir tablo söz konusudur. YEMEK SEPETİ 2019 yılında Ankara ilinde sipariş tutarı bakımından tekel konumunda iken 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....) pazar payı elde etmiştir. Aynı dönemde TRENDYOL YEMEK'in pazar payı sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....)'dir. GETİR YEMEK'in ise 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....) oranında pazar payı elde ettiği görülmektedir. İzmir açısından bakıldığında sipariş tutarı bazında 2019 yılında YEMEK SEPETİ tekel konumunda iken teşebbüsün 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) pazar payının bulunduğu, aynı dönemde TRENDYOL YEMEK'in pazar payının sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) olduğu, GETİR YEMEK'in ise 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) oranında pazar payı elde ettiği görülmektedir. Bu çerçevede sipariş tutarı bakımından YEMEK SEPETİ'nin pazardaki liderliğini koruduğu söylenebilecektir. Öte yandan 2019 ve 2020 yıllarında pazara yeni giriş yapan teşebbüslerle pazarın yapısının değiştiği, YEMEK SEPETİ'nin 2020 yılından sonra düzenli olarak keskin bir şekilde pazar payı kaybettiği, ancak 2024 yılında pazar payını düşük bir miktar arttırdığı görülmektedir.
- (177) Sipariş adedi ve sipariş tutarı bazında gerek Türkiye geneli gerekse Ankara, İstanbul ve İzmir illeri özelinde gerçekleşen pazar payları incelendiğinde, 2024 yılı itibarıyla çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarının büyük ölçüde YEMEK SEPETİ, TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK olmak üzere üç büyük teşebbüs tarafından domine edildiği söylenebilecektir. Öyle ki, pazarın günümüzdeki yapısına ulaşmasına kadar geçen süreçte TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK ile benzer dönemlerde pazara giren ya da pazarda faaliyet yürüten çeşitli teşebbüsler pazardan çıkmış ya da dikkate alınmayacak kadar düşük oranlarda pazar payı ile faaliyetlerine devam etmiştir.

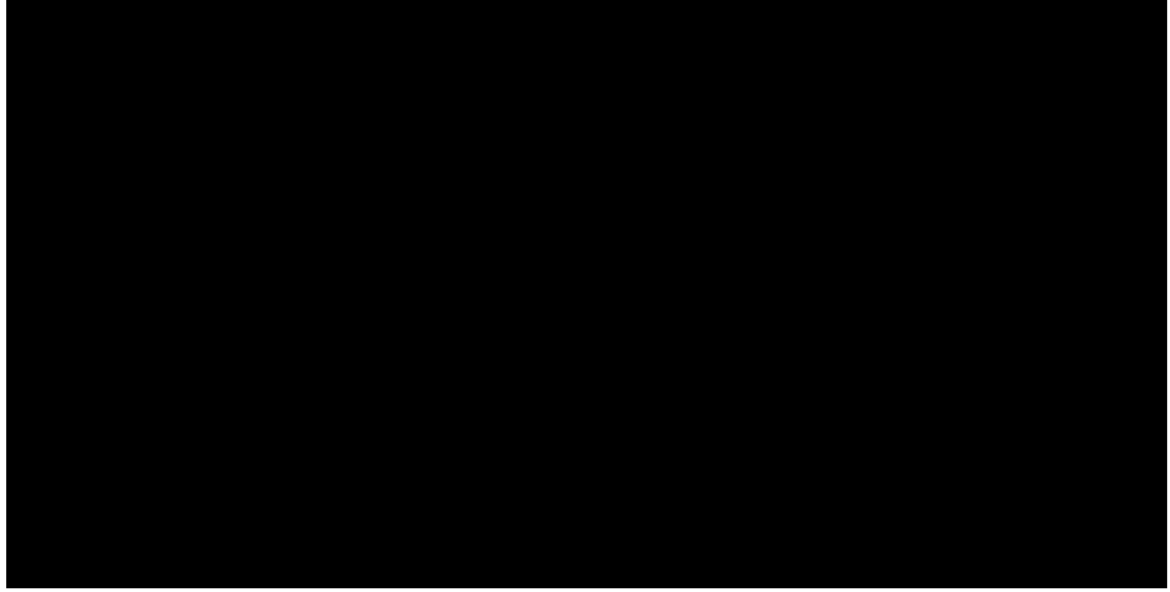
- (178) Hâkim durum analizinde ele alınabilecek bir diğer parametre ise komisyon gelirleridir. Nitekim çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren teşebbüsler aracılık ettikleri işlemler (sipariş tutarları) üzerinden komisyon ücreti tahsil etmektedir. Söz konusu komisyon oranları ve uygulanma yöntemleri her bir teşebbüs özelinde farklılaşsa da en nihayetinde teşebbüslerin söz konusu faaliyetlerinden elde ettikleri ciroyu ifade etmesi nedeniyle komisyon gelirlerinin teşebbüslerin pazardaki konumunu göstermesi açısından en önemli parametrelerden biri olduğu değerlendirilmektedir. Aşağıda ilgili pazarda yer alan platformların komisyon gelirleri bakımından pazar paylarına yer verilmektedir:

Tablo 14: Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Komisyon Gelirleri Bazında Pazar Payları (%)⁶¹

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/11
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GOFODY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ACIKINCA.COM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOYURUNBENİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Grafik 13: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

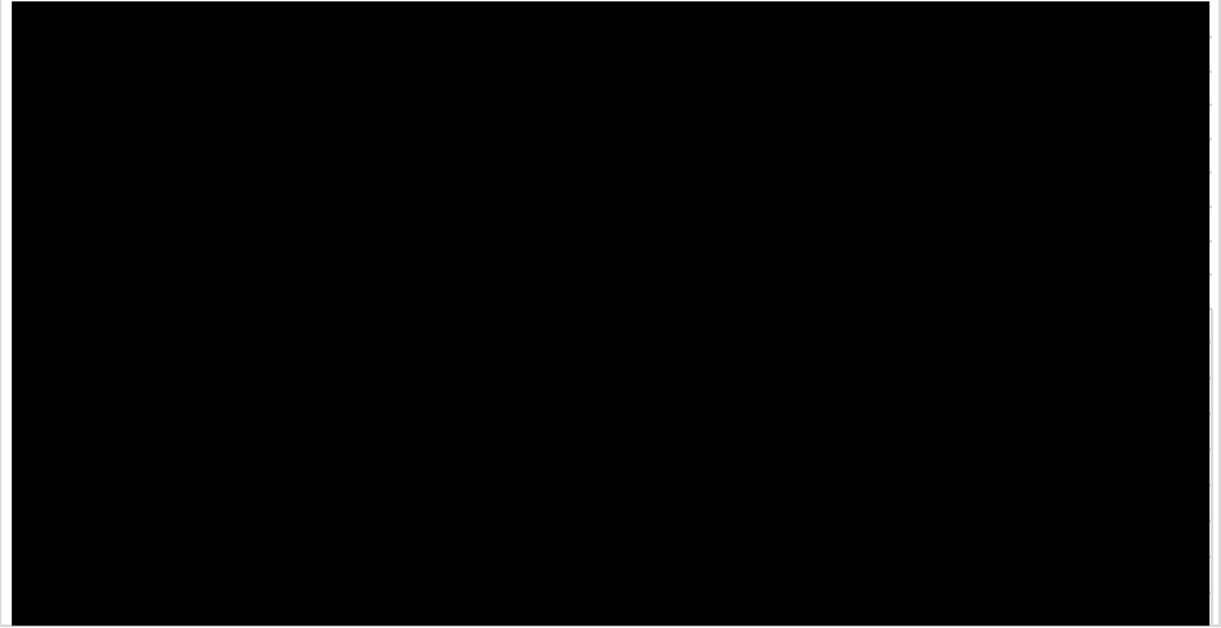
- (179) Yukarıda yer verilen Tablo-14 incelendiğinde, 2024 yılı itibarıyla ilgili pazarda bulunan teşebbüslerin komisyon gelirleri bazında pazar paylarının YEMEK SEPETİ bakımından %(.....), TRENDYOL YEMEK bakımından %(.....) ve son olarak GETİR YEMEK bakımından %(.....) oranında gerçekleştiği görülmektedir. Pazara nispeten daha yakın tarihte giren MİGROS YEMEK'in ise komisyon geliri bakımından pazar payının %(.....) gibi sınırlı bir seviyede kaldığı anlaşılmaktadır. 2019-2022 dönemi boyunca YEMEK SEPETİ'nin pazar payı azalış eğiliminde olurken 2023 ve 2024 yılı itibarıyla artış eğilimine geçtiği, en yakın rakibi olan TRENDYOL YEMEK'in ise ilgili dönem boyunca istikrarlı bir şekilde pazar payını artırdığı, 2023 yılında %(.....) oranında düşürdüğü, öte

⁶¹ Tüm teşebbüsler bakımından KDV hariç komisyon gelirleri esas alınmıştır.

yandan 2024 yılına gelindiğinde pazar payını tekrar artırdığı görülmektedir. Mevcut durumda komisyon gelirleri bazında pazar payları bakımından YEMEK SEPETİ lider konumda olmakla birlikte en yakın rakibi TRENDYOL YEMEK ile arasında yalnızca %(...) puanlık bir fark bulunmaktadır. Tablonun geneline bakıldığında; 2019-2022 dönemi boyunca istikrarlı bir şekilde pazar payını arttıran GETİR YEMEK'in 2023 ve 2024 yılı itibarıyla pazar payını düşürdüğü anlaşılmaktadır. Öte yandan pazarın sınırlı bir kısmını oluşturan MİGROS YEMEK'in yıllar itibarıyla pazar payını istikrarlı bir şekilde artırdığı görülmektedir.

- (180) Soruşturma döneminde teşebbüslerden elde edilen bilgilerle de sabit olduğu üzere, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren bir teşebbüsün en önemli önceliklerinden biri, mümkün olduğu kadar restoranı platformuna üye yaparak geniş bir kullanıcı portföyüne ulaşmaktır. Zira geniş bir restoran ağı, kullanıcının gözünde platformu kullanılabilir ve çekici kılmaktadır. Benzer şekilde aktif kullanıcı sayısının yüksek olması da restoran nezdinde de platformu daha çekici kılmaktadır. Bu çerçevede, aşağıdaki tablolarda YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin aktif kullanıcı⁶² sayıları, anlaşmalı oldukları restoran sayıları ile zincir restoran sayılarına yer verilmektedir:

Grafik 14: (...)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (181) Yukarıda yer verilen Grafik-14 incelendiğinde, 2024 itibarıyla YEMEK SEPETİ'nin (...), TRENDYOL YEMEK'in (...), GETİR YEMEK'in (...), MİGROS YEMEK'in ise (...) aktif kullanıcısı olduğu anlaşılmaktadır. Grafikte yer alan verilerden YEMEK SEPETİ'nin incelenen dönem itibarıyla aktif kullanıcı sayısı bakımından lider konumda olduğu, ancak 2023 yılına gelindiğinde TRENDYOL YEMEK ve YEMEK SEPETİ arasındaki aktif kullanıcı sayısı farkının azaldığı anlaşılmaktadır. Zira YEMEK SEPETİ'nin aktif kullanıcı sayısı, 2023 yılında TRENDYOL YEMEK'in (...); 2024 yılında ise (...) katıdır. Bunun yanında, TRENDYOL YEMEK'in özellikle 2022 yılında bir önceki yıla kıyasla aktif kullanıcı sayısını yaklaşık (...) katına çıkardığı, 2023 yılında aktif kullanıcı sayısında düşüş olsa da bu eğilimin pazarın tüm oyuncularını bakımından geçerli olduğu, söz konusu hususun da ilgili dönemde Covid-19 pandemisinin etkilerinin ortadan kalkması ile ilişkili olduğu değerlendirilmektedir. TRENDYOL YEMEK'in yanında

⁶² En az bir kere başarılı yemek siparişi veren kullanıcı anlamına gelmektedir.

GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK'in de pazara girişinden itibaren aktif kullanıcı sayısının istikrarlı bir şekilde artış eğilimi gösterdiği görülmektedir. Zira 2019 yılında pazara giren GETİR YEMEK'in aktif kullanıcı sayısı 2023 yılına kadar yaklaşık (.....) katına, 2022 yılında pazara giren MİGROS YEMEK'in aktif kullanıcı sayısı 2023 yılı itibarıyla yaklaşık (.....) katına ve 2024 yılı itibarıyla ise yaklaşık (.....) katına çıkmıştır. FUUDY ve GOFODY ise 2024 yılında rakiplerine göre çok az sayıda aktif kullanıcı sayıları ile faaliyet göstermişlerdir.

- (182) Aktif kullanıcı sayılarına ek olarak YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin anlaşmalı olduğu restoran sayılarının da incelenmesi gerekmektedir. Nitekim daha önce de belirtildiği üzere, bir platformun fazla sayıdan ve çeşitlilikten oluşan bir restoran ağına sahip olması kullanıcı portföyünü genişletebilmesindeki en önemli unsurlardan biridir.

Grafik 15: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (183) Anlaşmalı restoran sayıları bakımından pazarın mevcut durumdaki yapısı incelendiğinde, TRENDYOL YEMEK'in ilk sırada ((.....)), aralarında çok az fark bulunan YEMEK SEPETİ'nin ((.....)) ikinci sırada yer aldığı, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK'in sırasıyla üçüncü ve dördüncü sırada bulunduğu görülmektedir. Anlaşmalı restoran sayısı bakımından 2019-2021 döneminde pazar lideri konumunda bulunan YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı restoran sayısının artış hızının 2021 yılından itibaren azaldığı ve 2022 yılı itibarıyla anlaşmalı restoran sayısı bakımından üçüncü sıraya düştüğü, takip eden yıllarda ikinci sıraya yükseldiği ve bu konumunu mevcut durumda koruduğu tespit edilmektedir. İlaveten, 2022 yılında anlaşmalı restoran sayısı bazında birinci sırada yer alan GETİR YEMEK, bu konumunu koruyamayarak takip eden yıllarda üçüncü sıraya düşerken ikinci konumundaki TRENDYOL YEMEK 2023 yılı itibarıyla birinci sıraya yerleşmiştir. 2022 yılında pazara giren MİGROS YEMEK'in sıralamasında herhangi bir değişiklik gerçekleşmese de MİGROS YEMEK incelenen dönemde anlaşmalı restoran sayısını (.....) katından fazlaya çıkarabilmiştir.
- (184) Anlaşmalı restoran sayılarına ek olarak platformların, kullanıcı tabanını genişletebilmek için tüketicilerin sıkça tercih ettiği ve bilinirliği yüksek zincir restoranları ağına dâhil

etmesi de büyük önem arz etmektedir. YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin anlaşmalı olduğu zincir restoran sayılarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir⁶³:

Grafik 16: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (185) Grafikte yer alan verilere göre, YEMEK SEPETİ'nin 2019-2022 dönemi boyunca anlaşmalı zincir restoran sayısı istikrarlı bir şekilde artış gösterirken 2023 yılında azalış eğilimine geçmiş, 2024 yılında ise tekrar yükselişe geçmiştir. Bununla birlikte TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK bakımından anlaşmalı zincir restoran sayısı her yıl artmaktadır. GOFODY ve DOYURUNBENİ'nin anlaşmalı zincir restoran sayısının ise her yıl azaldığı, 2023 yılı bakımından sırası ile sadece (.....) ve (.....) zincir restoran ile anlaşmalı oldukları görülmektedir. Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti sunan teşebbüsler bakımından anlaşmalı zincir restoran sayısı, kullanıcıları platforma çekmek için önemli bir ölçüttür. Bu çerçevede (.....) adet anlaşmalı zincir restoran ağı ile YEMEK SEPETİ ve (.....) adet anlaşmalı zincir restoran ağı ile TRENDYOL YEMEK'in bu parametre bakımından neredeyse aynı konumda olduğu anlaşılmaktadır.
- (186) Anlaşmalı zincir restoran sayısı bakımından bir diğer önemli husus ise anlaşmalı zincir restoranların platforma kazandırdıkları sipariş adedi ve sipariş hacmidir. Bu itibarla aşağıdaki tablolarda YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin toplam sipariş adedinin ve toplam sipariş tutarının ne kadarlık kısmının zincir restoranlar üzerinden geldiği görülmektedir.

⁶³Soruşturma döneminde teşebbüslerin zincir restoran tanımlarının farklılık arz ettiği görülmüştür. Bu çerçevede, yeknesak bir veri sunulabilmesi adına teşebbüslerden gelen cevabi yazılar da esas alınarak şube sayısı 10'dan fazla olan restoranların zincir restoran kabul edilmesi ve verilerin tekrar gönderilmesi talep edilmiştir. Grafikte yer alan veriler bu kapsamda yapılan hesaplamaları göstermektedir.

Tablo 15: Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüsler Bakımından Zincir Restoranlar Üzerinden Alınan Sipariş Adedinin Toplam Sipariş Adedi İçerisindeki Yeri (%)⁶⁴

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/6
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GOFODY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

Tablo 16: Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüsler Bakımından Zincir Restoranlar Üzerinden Alınan Sipariş Tutarının Toplam Sipariş Tutarı İçerisindeki Yeri (%)⁶⁵

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024/6
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GOFODY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (187) Tablolarda yer alan verilere göre YEMEK SEPETİ'nin 2019 yılında zincir restoranlar üzerinden aldığı sipariş adedinin toplam sipariş adedi içerisindeki oranı %(.....) iken bu oran yıllar içerisinde artmış ve 2024 yılında %(.....) seviyesine ulaşmıştır. Öte yandan GETİR YEMEK ve TRENDYOL YEMEK bakımından bu artış daha belirgin olarak gerçekleşmiştir. TRENDYOL YEMEK'in 2020 yılında %(.....) olan oranı 2024 yılında %(.....)'e, GETİR YEMEK'in ise 2019 yılında %(.....) olan oranı 2024 yılında %(.....)ya yükselmiştir. Sipariş tutarı açısından bakıldığında, YEMEK SEPETİ bakımından bu oran 2023 ve 2024 yıllarında sırasıyla %(.....) ve %(.....) olarak, TRENDYOL YEMEK bakımından %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir. GETİR YEMEK'in ise 2023 yılından 2024 yılına gelindiğinde zincir restoranlardan elde ettiği sipariş hacmini %(.....)'den %(.....)'a yükselttiği anlaşılmaktadır.
- (188) Kılavuzda da yer verildiği üzere hâkim durum değerlendirmesi bakımından incelenen teşebbüsün sahip olduğu pazar payının yanı sıra bu pazar payının zaman içerisindeki istikrarı, ilgili pazarda faaliyet gösteren rakiplerin sayısı ve pazar payları da dikkate alınmaktadır. İncelenen teşebbüsün pazar payı ne kadar yükseksin ve istikrarlıysa; incelenen teşebbüsün pazar payı ile rakiplerinin pazar payları arasındaki fark ne kadar büyükse ve istikrarlıysa mevcut rakiplerin incelenen teşebbüs üzerinde rekabetçi baskı yaratma olasılığı o kadar azalmaktadır.
- (189) Kurulun Yemek Sepeti-4 kararında "...pazara girişlerde özellikle son yıllarda bir artışın olduğu, bu teşebbüslerin bazılarının faaliyetlerini devam ettirecek şekilde başarılı olamadıkları ve pazardan çıktıkları görülmektedir. Fakat pazardaki faaliyetlerini sürdürerek pazardan pay elde eden teşebbüslerin, pazar lideri konumundaki YEMEK SEPETİ ile rekabet edebildiği değerlendirilmektedir." değerlendirmesine yer verilmiştir.

⁶⁴ 10.05.2024 tarihi itibarıyla faaliyetlerine son vererek pazardan çıkış yapan DOYURUNBENİ'nin zincir restoranlar üzerinden aldığı sipariş adedinin toplam sipariş adedi içerisindeki payı 2019-2023 dönemi itibarıyla sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....)ve %(.....)'dir.

⁶⁵ 10.05.2024 tarihi itibarıyla faaliyetlerine son vererek pazardan çıkış yapan DOYURUNBENİ'nin zincir restoranlar üzerinden aldığı sipariş tutarının toplam sipariş tutarı içerisindeki payı 2019-2023 dönemi itibarıyla sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....)ve %(.....)'dur.

Aynı tarihte alınan Trendyol Yemek⁶⁶ kararında da “TRENDYOL’un çok kategorili e-pazaryerindeki kullanıcı tabanı ve kullanıcı bağımlılığı ile çevrim içi yemek siparişi-servisi aracılık hizmetleri pazarına başarılı bir giriş yaptığı ve Şubat 2022 itibarıyla pazarda önemli bir oyuncu konumuna geldiği değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, GETİR YEMEK’in de benzer şekilde GETİR faaliyetleri ile eriştiği kullanıcı hacmini çevrim içi yemek siparişi pazarına taşıyabildiği ve TRENDYOL ile birlikte pazarda yıllardır yerleşik ve neredeyse tekel konumunda bulunan YEMEK SEPETİ karşısında önemli bir güç haline geldiği anlaşılmaktadır. Öte yandan YEMEK SEPETİ’nin halen pazar lider konumunu koruduğu ve pazarın en önemli oyuncusu olduğu görülmektedir.” değerlendirmesine yer verilmiştir.

- (190) İşbu dosya kapsamında yukarıda yer verilen pazar payı verileri incelendiğinde sözü edilen Kurul kararlarında yer verilen değerlendirmelerin büyük ölçüde geçerliliğini koruduğu, hatta özellikle TRENDYOL YEMEK’in pazardaki konumunu daha da ileriye taşıdığı görülmektedir. Zira TRENDYOL YEMEK’in 2022 yılında sipariş adedi ve sipariş tutarı bakımından elde ettiği pazar payını daha da artırdığı, GETİR YEMEK’in aynı eğilimi koruyamasa da pazardaki önemli oyuncularından biri olduğunun belirtilmesi mümkündür. Bunun yanı sıra, pazardaki en önemli rekabetçi parametrelerden biri olan anlaşmalı restoran sayısı bakımından TRENDYOL YEMEK’in 2022 itibarıyla YEMEK SEPETİ’ni geride bıraktığı ve bu durumu 2024 yılı Haziran ayı itibarıyla koruduğu, anlaşmalı zincir restoran sayısı bakımından ise TRENDYOL YEMEK ile YEMEK SEPETİ’nin neredeyse aynı konumda olduğu, komisyon gelirleri bakımından da anlaşmalı zincir restoran sayılarına benzer bir durumun ortaya çıktığı, diğer önemli parametre olan aktif kullanıcı sayısı bakımından ise YEMEK SEPETİ ile TRENDYOL YEMEK arasındaki farkın genel olarak yıllar itibarıyla azaldığı anlaşılmaktadır. Son olarak henüz YEMEK SEPETİ karşısında diğer rakipler TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK kadar pazarda yer edinemese de MİGROS YEMEK’in de 2022 yılında pazara girmesine rağmen kısa sürede tüm parametreler bakımından büyüme eğilimini yakalayabildiği görülmektedir.
- (191) Yukarıda yer verilen tablolar birlikte değerlendirildiğinde, YEMEK SEPETİ’nin birçok parametreye göre hesaplanan pazar payı bakımından lider konumunu hala devam ettirdiği ve pazarda önemli bir güce sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 2021 yılına kadar pazar lideri konumunda bulunan YEMEK SEPETİ’nin özellikle TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK’in pazara girişiyle tekel konumundaki pazar payını yıllar itibarıyla kaybettiği, pazar payının 2024 yılına kadar mütemadiyen azalış seyri izlediği, 2024 yılı bakımından bir miktar artış olsa da en yakın rakibi TRENDYOL YEMEK ile arasındaki pazar payı farkının en önemli parametre olan sipariş adedi bakımından 2023 yılında %(.....) ve 2024 yılında %(.....) olarak gerçekleştiği, bazı parametreler bakımından TRENDYOL YEMEK’in YEMEK SEPETİ’ni geride bıraktığı ve YEMEK SEPETİ’nin pazar payının ve pazardaki gücünün istikrarlı bir görünüm sergilemediği değerlendirilmektedir.

I.6.1.2. Pazara Giriş ve Pazarda Büyüme Engelleri

- (192) Hâkim durum değerlendirmesinde pazar payı en önemli ölçüt olarak kabul edilmekle birlikte, pazara giriş engellerinin varlığı ve yoğunluğu incelenen teşebbüsün pazardaki konumunu doğrudan etkileyen faktörler arasındadır. İlgili pazarda sahip olunan yüksek pazar paylarının, söz konusu pazara girişlerin yeterince kolay olması halinde, önemli ölçüde rekabet karşıtı etkiler yaratması olası görülmemektedir. Bu çerçevede, hâkim durum değerlendirmelerinde pazarın sadece halihazırdaki yapısı baz alınarak sonuca

⁶⁶ Kurulun 18.05.2022 tarihli ve 22-23/364-154 sayılı kararı.

ulaşılmaması gerekmektedir. Ayrıca, pazardaki mevcut rakiplerin kapasite artırması veya potansiyel rakiplerin pazara girmesi tehdidi de değerlendirmeye alınmalıdır. İlgili ürün pazarına potansiyel rakipler tarafından yapılacak girişlerin yeterince kolay olması durumunda incelenen teşebbüsün hâkim durumunun sorgulanabilir olduğu kabul edilmektedir.

- (193) İlâveten, pazardaki oyuncular üzerinde yeterli düzeyde bir rekabetçi baskı yarattığının kabul edilebilmesi için, pazara girişlerin muhtemel, zamanlı ve olası rekabeti kısıtlayıcı etkileri yok edebilecek güçte olması gerekmektedir. Pazara girişin muhtemel olmasından *“pazara girişin ya da büyümenin yeterince kârlı olması”*; uygun zamanlı olmasından *“incelenen teşebbüsün sahip olduğu ekonomik gücü kullanmasını anlamsız kılacak ve teşebbüsü söz konusu gücü kullanmaktan caydıracak kadar kısa sürede gerçekleşmesi”*; yeterli olmasından ise *“incelenen teşebbüsün fiyat artırma girişimini engelleyecek ölçekte olması”* anlaşılmalıdır.
- (194) Potansiyel rakiplerin pazara erişiminin ya da fiili rakiplerin pazardaki genişlemesinin önünde engeller olabilmektedir. Giriş engelleri, herhangi bir piyasaya girme potansiyeli olan teşebbüsler karşısında yerleşik teşebbüslerin sahip olduğu ve genellikle piyasanın kendi özelliklerinden kaynaklanan birtakım avantajlardır. Önemli miktarda sermaye yatırımları, müşteri çekmek için ek maliyet getiren şebeke dışsallıkları, ölçek ekonomileri ya da fiili giriş engelleri bu kapsamda değerlendirilmektedir.
- (195) Kılavuz’un 18. paragrafı uyarınca; incelenen teşebbüsün kilit girdilere ve özel bilgiye erişim imkânına, atıl kapasiteye, dikey bütünleşik yapıya, güçlü bir dağıtım ağına ve geniş bir ürün portföyüne, yüksek marka bilinirliğine, finansal ve ekonomik güce sahip olması gibi özellikleri, teşebbüse mevcut ya da potansiyel rakipleri karşısında avantaj sağlamak suretiyle rakiplerin pazara girişini ya da pazarda büyümesini zorlaştırabilmektedir. Ek olarak teşebbüsün fiili veya potansiyel rakiplerinin karşılık vermek zorunda kalacakları büyük çaplı yatırımlar yapması ve pazarın rakiplere önemli ölçüde kapanması etkisini doğurabilecek uzun dönemli sözleşmeler akdetmesi potansiyel rakiplerin pazara girmesinin ya da mevcut rakiplerin büyümesinin önünde engel teşkil edebilecektir.
- (196) Dijital pazarlarda öne çıkan yapısal giriş engelleri arasında ise; ölçek ve kapsam ekonomilerinin sağladığı maliyet avantajı, ağ etkileri, tüketicilerin tek kaynaktan beslenme eğilimi ve veri avantajı yer almaktadır⁶⁷. Dijital pazarlar; genelde, ölçek ekonomilerinin etkin olduğu, sabit maliyetlerin yüksek, değişken maliyetlerin düşük olduğu pazarlardır. Bu pazarlarda yerleşik teşebbüs, operasyon ölçeğinden kaynaklanan büyük bir maliyet ve veri ölçeğinden kaynaklanan büyük bir fayda avantajına sahiptir. Bunun sonucu olarak pazara yeni giriş yapan teşebbüsler yeterli müşteriye ulaşana kadar yerleşik teşebbüslerden yüksek maliyetlere katlanmaktadır⁶⁸. Buna ek olarak, pazarda güçlü ağ etkileri mevcutsa veya müşterilerin alternatif ürün veya hizmetlere geçişleri sınırlıysa ve tek kaynaktan beslenme eğilimi mevcutsa (*single homing*)⁶⁹ teşebbüsler, faaliyetleri için yeterli müşteri kitlesine ulaşamama tehlikesi ile karşı karşıyadır. Öte yandan nihai kullanıcıların veya ticari kullanıcıların çok kaynaktan beslendiği; eş deyişle birden fazla platformu kullandığı durumda ağ etkileri kaynaklı kilitlenme etkisinin yarattığı sonuçlar daha sınırlı olmaktadır. Son olarak veri temelli

⁶⁷ Investigation of Competition in Digital Markets, (2020), s.15.

⁶⁸ OECD, Abuse of Dominance in Digital Markets (2020), s.17

⁶⁹ Bu duruma yüksek geçiş maliyetleri, veri taşınabilirliğinin mümkün olmaması, kullanıcı alışkanlıkları ve bağlama gibi uygulamalar örnek verilebilir.

işleyişe bağlı olarak gelişen veri sahipliği de yerleşik teşebbüse rekabetçi avantaj sağlamakta ve yapısal bir giriş engeli olarak ortaya çıkmaktadır.

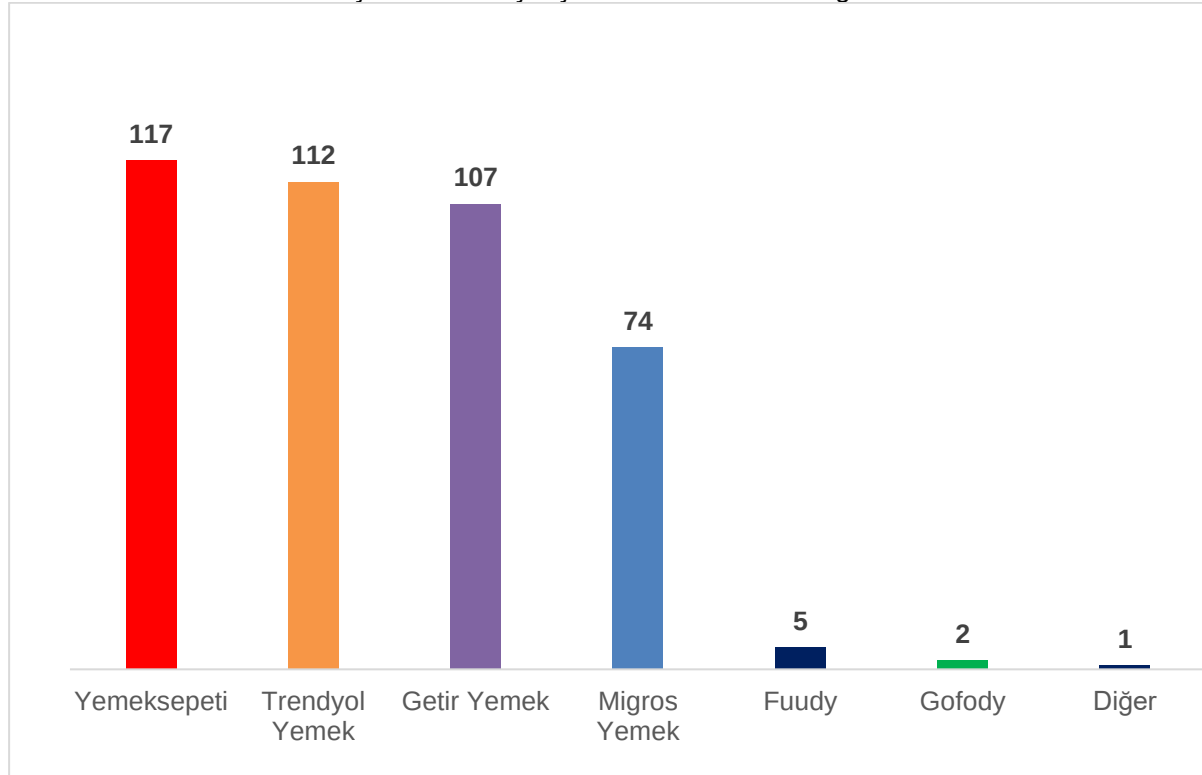
- (197) Geçmiş tarihli Kurul kararlarında⁷⁰ belirtildiği üzere çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarına giriş için gerekli ilk yatırım maliyetleri önemli bir finansal güç gerektirmemektedir. Bununla beraber, pazarın nitelikli yapısı sebebiyle bu yatırımlar ancak sınırlı bir çapta giriş sağlayabilmektedir. Zira YEMEK SEPETİ'nin pazara ilk giren firma olma avantajı karşısında pazara yeni girecek olan firmaların kendilerini tanıtmak, marka restoranları sistemlerine dâhil etmek, restoranlara kayda değer bir kullanıcı kitlesi yaratma güvencesi vermek ve bunların sonucunda belli bir kullanıcı tabanına ve restoran ağına sahip olmak için katlanması gereken maliyet yüksektir. Ayrıca, pazara yeni girecek firmalar bakımından önemli miktarda reklam maliyetlerinin varlığı hususu da göz ardı edilmemelidir. Kullanıcıları platforma çekmek için verilecek hediyeler, promosyonlar ve indirimler; platformu daha çekici hale getirmek için kullanılacak teknolojik ve yazılımsal yenilikler gibi alanlarda da önemli miktarlarda yatırım yapılması gerekmektedir.
- (198) İlâveten, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarının çok taraflı yapısından kaynaklanan ağ etkileri, kullanıcı alışkanlıkları, YEMEK SEPETİ'nin sahip olduğu önemli boyuttaki kullanıcı ve restoran verisi, yüksek marka bilinirliği, finansal ve ekonomik gücü gibi hususlar da piyasadaki teşebbüslerin büyümesi veya piyasaya yeni teşebbüslerin girmesi önünde giriş engeli oluşturabilecektir.
- (199) Ağ etkisi, bir malın değerinin aynı mala sahip olanların sayısından etkilendiği durumu ifade etmektedir. Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında nihai kullanıcılar, platformda bulunan restoranların sayısı arttıkça, platformu kullanmayı daha fazla tercih edecektir. Restoranlar ise, platformu kullanan nihai kullanıcı sayısı ve platforma üye -özellikle marka- restoran sayısı arttıkça, platformun sağladığı hizmet karşılığında daha fazla ücret ödemeye razı olacaktır. Bunlar dikkate alındığında, çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarının en önemli özelliklerinden birinin, sağladığı ağ etkileri olduğu aşîkârdır. Bu noktada anlaşmalı restoran sayısı ve aktif kullanıcı sayısı verileri önem kazanmaktadır. Teşebbüslerin 2024 yılının Aralık ayı itibarıyla anlaşmalı restoran sayıları incelendiğinde, (TRENDYOL YEMEK'in (.....) YEMEK SEPETİ'nin (.....) GETİR YEMEK'in (.....) adet ve MİGROS YEMEK'in (.....) adet restoranla anlaşmalı olarak faaliyet gösterdiği görülmektedir. 2024 yılı toplam aktif kullanıcı sayıları bakımından ise YEMEK SEPETİ'nin (.....), (.....) TRENDYOL YEMEK'in (.....) adet aktif kullanıcı sayısı bulunmaktadır. Söz konusu veriler birlikte değerlendirildiğinde çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarı bakımından ağ etkilerinin tek bir teşebbüs lehine işlediği söylenemeyecektir. Zira anlaşmalı restoran sayısı bakımından TRENDYOL YEMEK, YEMEK SEPETİ'ni geride bırakarak lider konuma gelmiş olup aktif kullanıcı sayısı bakımından ise sayılan iki teşebbüs arasındaki fark gün geçtikçe artan bir hızla kapanmaktadır.
- (200) İlâveten hem nihai kullanıcıların hem de ticari kullanıcı konumundaki restoranların birden fazla platformda faaliyet gösterdiği bilinmektedir. Nitekim yerinde incelemede elde edilen Bulgu-1'deki *"Biz Diğer Uygulamalarda Ciddi Satışlar yaparken"*, Bulgu-16'daki *"Getir , trendyol ve migros yemek te bu sorunların hiçbirini yaşamıyor ve o platformlarda kendi kuryemiz ile hizmet veriyoruz."*, Bulgu-23'teki *"Trendyol go kuryeleri ile çalışıyordum"*, Bulgu-43'deki *"1080 aktif restaurant yönetiyorum bunun 80 adedi sizindir 856trendyol migros yemek ve getir olmak üzeri faliyet göstermekteyim"*, Bulgu-45'de *"DİĞER PLATFORMLARDAN AKTİF SİPARİŞ ALIYORUZ"*. ve *"VALE DEVAM*

⁷⁰ Kurulun 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı kararı, para. 118-124.

ETTİĞİ SÜRECE SİSTEMDEN KAPALI OLARAK GÜNCELLEYECEĞİZ”, Bulgu-48’deki “Getir, Trendyol, Migros da satışlarım çok iyi”, Bulgu-49’daki “Diğer satış platformlarında satışıımız her geçen gün artarken yemek sepetinde bu durum hiç değişmedi” ve Bulgu-50’deki “Getir ciromuz yemek sepeti ciromuzun %(.....) i iken Şubat ayında Şu an Getir ciromuz yemek sepeti ciromuzun %(.....) si civarında gerçekleşti” ifadelerinden mevcut durumda YEMEK SEPETİ ile çalışan anlaşmalı restoranların aynı zamanda GETİR, TRENDYOL YEMEK ve MİGROS YEMEK gibi pazardaki diğer güçlü oyuncularla da anlaşmalı olarak faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır.

- (201) Yerinde inceleme belgelerinde yer alan ifadelere ek olarak, anket çalışması kapsamında elde edilen bazı sonuçlar da çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren restoranlar bakımından çoklu erişimin mevcut olduğunu ortaya koymaktadır. Ticari kullanıcı konumundaki restoranların hangi platformlarla çalıştığını gösteren grafiğe aşağıda yer verilmektedir:

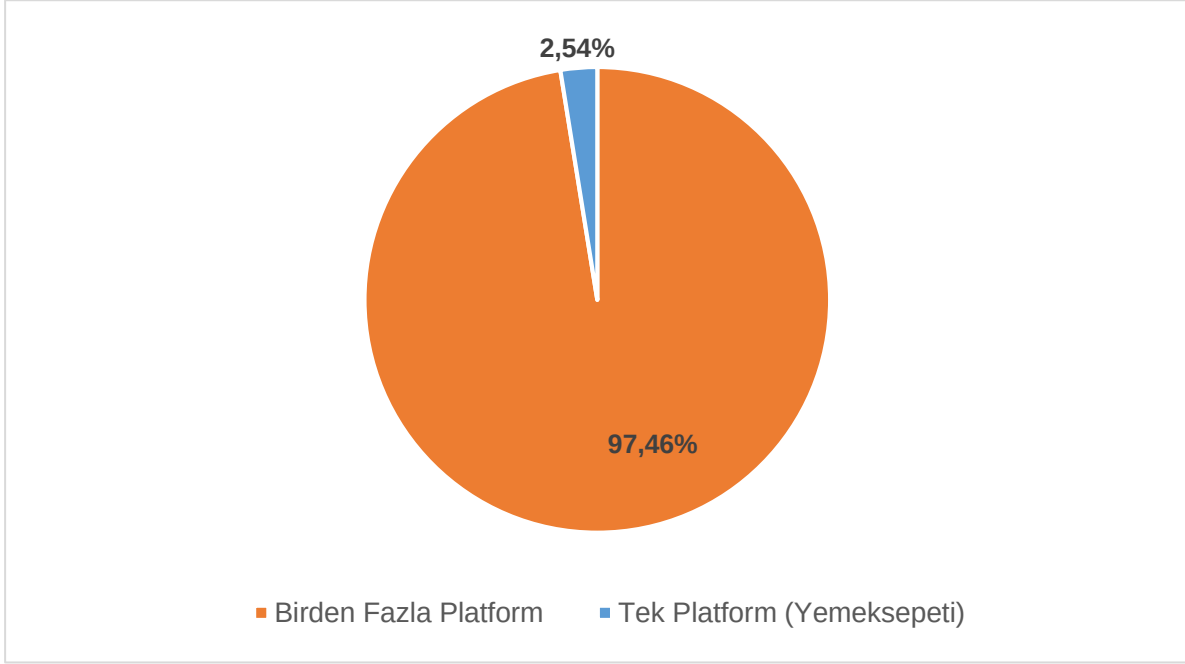
Grafik 17: Restoranların Anlaşmalı Olarak Çalıştıkları Platformların Dağılımı



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (202) Anket çalışmasının gerçekleştirildiği dönemde YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı olarak çalışan 118 restorandan yanıt alınmıştır. Geçen süreçte, ilgili restoranlardan 1’inin YEMEK SEPETİ’yle anlaşmasını sonlandırdığı anlaşılmıştır. Bununla birlikte mevcut durumda YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı olarak çalışan 117 restorandan 112’sinin TRENDYOL YEMEK, 107’sinin GETİR YEMEK, 74’ünün MİGROS YEMEK ile anlaşmalı çalıştığı görülmektedir.

Grafik 18: Bir veya Birden Fazla Platform İle Çalışan Restoranların Dağılımı



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (203) İlaveten yukarıda yer verilen Grafik-18, anket çalışmasına yanıt veren 118 restoranın birden fazla platform ile çalışma eğilimini yansıtmaktadır. Bu çerçevede ankete yanıt veren restoranların %97,46'sının (115 restoran) birden fazla platform kullanma eğilimi olduğu anlaşılmıştır. Yalnızca YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı olarak çalışan restoran sayısı ise 118 restoran arasında yalnızca 3'tür. Anket çalışması kapsamında restoranlara ayrıca birden fazla yemek siparişi-servisi platformu ile çalışmalarının nedenleri sorulmuştur.

Grafik 19: Restoranların Birden Fazla Platform İle Çalışma Nedenleri



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (204) Yukarıda yer verilen Grafik-19'dan, restoranların birden fazla platformla çalışma nedenlerinin başında daha fazla tüketiciye ulaşmak istenmesi gelmektedir. Daha fazla tüketiciye ulaşmak istenmesi seçeneğini, tüketicilerin birden çok platform kullanma

eğiliminde olması, her platformun kendine özgü tüketici kitlesine sahip olması, uygun komisyon oranları ve kampanyalar sunulması ve getirisinin maliyetine kıyasla yüksek olması seçenekleri izlemektedir. Gerek platformların anlaşmalı restoran sayısının fazlalığı gerekse yukarıda yer verilen anket sonuçları ticari kullanıcı konumundaki restoranlar nezdinde çoklu erişimin oldukça yüksek bir orandaki varlığını ortaya koymaktadır. Restoranların birden fazla platformla çalışma nedenlerinin başında daha fazla tüketiciye ulaşılmak istenmesi yer almaktadır. Dolayısıyla çevrim içi yemek siparişi-servisi hizmeti bakımından çoklu erişimin mevcut olduğu söylenebilecektir. Bu durum çevrim içi yemek siparişi - servisi hizmetleri pazarında gözlemlenen ağ etkilerinin kilitleyici etkisini sınırlandırıcı bir dengeleyici güç olarak ortaya çıkmaktadır. Zira ağ etkilerinin mevcut durumda tek bir teşebbüs lehine işlediği söylenemeyecektir.

- (205) İlâveten tüketiciler tarafından sağlanan veri, platformlara kullanıcı eğilimini ölçmede önemli bir güç kazandırmaktadır. Kullanıcı sayısı bazında pazarda lider konumda olan teşebbüsün rakiplerine kıyasla kullanıcı eğilimine ilişkin daha kaliteli ve doğru bir veri analitiği yürüterek ürün ve hizmet kalitesini artırması ve bu doğrultuda daha fazla kullanıcıya ulaşarak işlem hacmini daha da artırması beklenmektedir. Söz konusu geri besleme döngüsü ise pazara yeni giren veya pazarda olgunlaşmış bir veri havuzu sunamayacak seviyede kullanıcı sayısına sahip olan platformların önünde önemli bir büyüme engeli yaratmaktadır. Öte yandan yukarıda tekraren yer verilen aktif kullanıcı sayıları dikkate alındığında YEMEK SEPETİ ile TRENDYOL YEMEK'in aktif kullanıcı sayıları arasında çok büyük bir fark olmadığı ve söz konusu farkın giderek azaldığı görülmektedir. Özellikle 2024 yılı itibarıyla YEMEK SEPETİ ile TRENDYOL YEMEK'in aktif kullanıcı sayıları arasındaki farkın (.....) olduğu dolayısıyla söz konusu parametre bakımından TRENDYOL YEMEK'in YEMEK SEPETİ'ne oldukça yaklaştığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede TRENDYOL YEMEK'in YEMEK SEPETİ'ne benzer şekilde diğer oyunculara kıyasla sahip olduğu aktif kullanıcı sayısı ile birlikte elinde büyük bir veri avantajı bulunduğu değerlendirilmektedir.
- (206) Çok kategorili e-pazaryerleri pazarında istikrarlı bir şekilde pazar lideri konumunu sürdüren TRENDYOL'un⁷¹ söz konusu pazardaki faaliyetlerinden elde ettiği geniş kullanıcı tabanı ve yüksek veri hacminden kaynaklı olarak farklı pazarlara girişte rakiplerine kıyasla önemli bir rekabet avantajına sahip olduğunu söylemek mümkündür. TRENDYOL'un çok kategorili e-pazaryeri hizmetleri pazarında sahip olduğu pazar gücünü artırmasında etkili olan ölçek ve kapsam ekonomilerinin, faaliyetlerini farklı pazarlara genişleterek çeşitli hizmetleri bünyesinde bulunduran bir ekosistem yaratması bakımından da kolaylaştırıcı bir unsur olduğu değerlendirilmektedir. Zira veriye dayalı kapsam ekonomileri, veri açısından zengin firmaların diğer pazarlara girişini ve hizmet ekosistemlerinin genişlemesini kolaylaştırabilmektedir⁷².
- (207) Kullanıcı eğiliminin yanında reklam harcamalarının da rakiplerin pazardaki büyüme eğilimini sınırlandırabileceği veya reklam harcamalarına yönelik gereksinimin pazara giriş ve pazarda büyümenin önünde bir engel teşkil edebileceği değerlendirilmektedir. Nitekim Kurulun *Trendyol Yemek*⁷³ kararında, pazara hızlı giriş yapan ve pazar payını artıran TRENDYOL YEMEK'in faaliyete başladığından beri yürüttüğü kampanyalar detaylıca incelenmiş olup TRENDYOL YEMEK'in "TRENDYOL Cüzdan" ve indirim

⁷¹ 26.07.2023 tarihli ve 23-33/633-213 sayılı Kurul kararında, TRENDYOL'un sahip olduğu veri gücü, reklam ve kampanya harcamaları ile kullanıcı tabanını genişletmesi ve pazardaki ağ etkileri sebebiyle çok kategorili e-pazaryeri pazarında hâkim durumda olduğu tespitinde bulunulmuştur.

⁷² Fast, V., Schnurr, D. V. ve Wohlfarth, M. (2023). Regulation of data-driven market power in the digital economy: Business value creation and competitive advantages from big data. *Journal of Information Technology*, Vol. 38(2). s.214.

⁷³ Kurulun 05.01.2023 tarihli ve 23-01/2-2 sayılı kararı.

kuponları maliyetlerinin toplam maliyetler içerisindeki oranının yıllar itibarıyla % (.....) % (.....) ve % (.....) olarak gerçekleştiği, dolayısıyla pazarda tutunmak için önemli ölçüde kampanya maliyetine katlandığı belirtilmiştir. Finansal gücün pazarda tutunmak bakımından önemini ortaya koymak için aşağıdaki tabloda pazardaki oyuncuların toplam pazarlama, satış ve dağıtım giderleri ile nihai kullanıcılara sunulan teşvikler/destekler için katlanılan maliyet tutarları incelenmiştir:

Tablo 17: Toplam Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri (TL)

TEŞEBBÜS	2020	2021	2022	2023	2024/6
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GOFODY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (208) Teşebbüslerim toplam satış, dağıtım ve pazarlama harcamalarını içeren yukarıdaki grafik incelendiğinde, ilgili kalem bakımından 2020-2023 dönemi boyunca YEMEK SEPETİ, TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK'in harcamalarını istikrarlı bir şekilde artırdığı, 2024 yılına bakıldığında; YEMEK SEPETİ ve GETİR YEMEK'in harcamalarını artırmaya devam ettiği, buna karşılık TRENDYOL YEMEK'in harcamalarını bir miktar düşürdüğü anlaşılmaktadır. Buna rağmen 2024 yılına gelindiğinde, TRENDYOL YEMEK'in toplam satış, pazarlama ve dağıtım giderleri bakımından en fazla harcama yapan teşebbüs ((.....)) olarak lider konumda yer aldığı, YEMEK SEPETİ'nin ((.....)) TRENDYOL YEMEK'i ikinci olarak izlediği, GETİR YEMEK'in üçüncü ((.....)) ve MİGROS YEMEK'in dördüncü ((.....)) sırada yer aldığı görülmektedir.

Tablo 18: Nihai Kullanıcılara Sunulan Teşvikler/Destekler İçin Katlanılan Toplam Maliyet Tutarı (TL)

TEŞEBBÜS	2020	2021	2022	2023	2024/6
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GOFODY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (209) Nihai kullanıcılara sunulan teşvikler/destekler için katlanılan maliyetler bakımından yukarıda yer verilen Tablo-18 incelendiğinde ise; 2020-2022 dönemi boyunca YEMEK SEPETİ, TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK'in harcamalarını istikrarlı bir şekilde artırdığı, ayrıca 2021 ve 2022 yılında söz konusu parametre bakımından TRENDYOL YEMEK'in lider konumda olduğu görülmektedir. 2023 yılına bakıldığında; YEMEK SEPETİ ve GETİR YEMEK'in harcamalarını artırmaya devam ettiği, buna karşılık TRENDYOL YEMEK'in harcamalarını düşürdüğü anlaşılmaktadır. 2024 yılına gelindiğinde ise; YEMEK SEPETİ'nin nihai kullanıcılara sunulan teşvikler/destekler bakımından en fazla harcama yapan teşebbüs ((.....)) olarak lider konumda yer aldığı, GETİR YEMEK'in YEMEK SEPETİ'ni ikinci olarak ((.....)) izlediği, TRENDYOL

YEMEK'in üçüncü ((.....)) ve MİGROS YEMEK'in dördüncü ((.....)) sırada yer aldığı görülmektedir.

- (210) Bu noktada TRENDYOL YEMEK'in nihai kullanıcılara sunduğu teşvikler/destekler bakımından ilave açıklamalara yer verilmesinde fayda görülmektedir. Bilindiği üzere, TRENDYOL YEMEK sunduğu teslimat hizmeti kapsamında nihai kullanıcılardan teslimat ücreti almamaktadır⁷⁴. Bu kapsamda pazardaki harcamaları daha doğru analiz edebilmek adına, TRENDYOL YEMEK'in 2024 yılına ilişkin⁷⁵ platform teslimatlı sipariş adedi ile dosya mevcudu bilgileri kapsamında tespit edilen minimum teslimat ücreti çarpılmak suretiyle doğrudan bir harcamaya dönüşmese dahi teslimat ücreti alınmamak suretiyle sağlanan teşvikler/destekler ((.....))⁷⁶ olarak hesaplanmıştır. Bu çerçevede, TRENDYOL YEMEK'in 2024 yılında nihai kullanıcılara sunduğu teşvikler/destekler için katlandığı toplam maliyetin ((.....)) olduğu anlaşılmaktadır. İlgili tutarın da YEMEK SEPETİ'nin gerçekleştirdiği toplam harcama tutarını aştığı görülmektedir ((.....)).
- (211) Dolayısıyla, YEMEK SEPETİ'nin pazardaki güçlü konumu korumak adına nihai kullanıcılara sunduğu kampanyalar kapsamında katlandığı maliyetler dikkate alındığında önemli finansal güce sahip olduğu, bununla birlikte TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK'in de bu güce karşılık verecek benzer bir finansal güce sahip olduğu değerlendirilmektedir.
- (212) Son olarak, Kılavuz'da da belirtildiği üzere, ilgili piyasada geçmiş dönemlerde gerçekleşen giriş ve çıkışlar, giriş engellerinin büyüklüğü hakkında önemli bilgiler sunabilmektedir. Geçmiş yıllarda pazarda Alo Yemek ve Yemek Evi, İştelezzet, yemekdemek.com, anindayemek.com, doydum.com, nettenye.com, sefertas.com, evdebalik.com, neleryese.com gibi çok sayıda teşebbüs girse de bunların internet sitelerinin hâlihazırda aktif olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca platform ve lojistik iş modeli ile hizmet sunan Fiyuu, Scotty Yemek ve Glovo'nun da görece kısa dönemli faaliyetlerinin ardından pazardan çıktığı görülmektedir. 2019 yılının Haziran ayından itibaren pazarda faaliyet gösteren, marka bilinirliği ve finansal gücü yüksek olan Sodexo da 2020 Ağustos ayında pazardaki faaliyetlerini sonlandırmıştır. Soruşturma süreci içerisinde DOYURUNBENİ'nin 10.05.2024 tarihi itibarıyla pazardaki faaliyetlerini sonlandırması da bahsedilen durumun en güncel örneğini oluşturmaktadır. 2019'da GETİR YEMEK'in İstanbul'da faaliyetlerine başlaması ile pazarın görünümünün değişmeye başladığı söylenebilecektir. GETİR YEMEK'in pazara girişinden yaklaşık 1,5 yıl kadar sonra 2020 Eylül'de TRENDYOL YEMEK pazara girmiş ve faaliyetlerini kısa zamanda birçok ile genişletmiştir. GETİR YEMEK'in de pazarda yerleşik bir rakibin varlığına ve güçlü bir rakibin pazara girişine rağmen 2022 yılına kadar büyümeye devam ettiği ve kayda değer bir pazar payı elde edebildiği 2023 ve 2024 yılları itibarıyla ise düşüş eğiliminde olduğu söylenebilecektir. Son olarak 2022 yılının Temmuz ayında MİGROS YEMEK pazara giriş yaparak 2023 yılında ve 2024 yılında pazar payını artırmayı başarmıştır.

⁷⁴ Diğer platformların da geçici ve sınırlı düzeyde olmakla birlikte teslimat ücreti almadığı dönemler bulunmaktadır.

⁷⁵ 2024 yılının ilk altı ayı dikkate alınmıştır.

⁷⁶ TRENDYOL YEMEK'in 2024 yılının ilk altı ayına ilişkin olarak platform teslimatlı modeli ile gerçekleştirdiği sipariş adedi, ((.....))'dir. Edinilen bilgilere göre; YEMEK SEPETİ'nin nihai kullanıcılardan talep ettiği teslimat ücreti ise ((.....))TL-((.....))TL arasında değişkenlik göstermektedir. Bu kapsamda ilgili dönemde gerçekleşen sipariş adedi minimum teslimat ücreti olan ((.....)) ile çarpılarak anılan tutara ulaşılmıştır.

- (213) Özellikle TRENDYOL'un çok kategorili e-pazaryeri platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumda olması sebebiyle elde ettiği kullanıcı tabanı, veri sahipliği, marka bilinirliği ve dağıtım ağı neticesinde çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında da tutunabildiği ve hatta İstanbul ili sipariş adedi ve anlaşmalı restoran sayısı bakımından öne geçtiği görülmektedir. Dolayısıyla mevcut durumda söz konusu pazar bakımından ilk giren firma avantajına bağlı olarak kazanılan kullanıcı tabanı ve YEMEK SEPETİ lehine işleyen ağ etkilerinin rekabetçi bir avantaj olarak kalmaya devam etmediği ve yeterli finansal güce ve dağıtım ağına sahip teşebbüslerin de ilgili pazarda tutunabildiği söylenebilecektir. Bununla birlikte YEMEK SEPETİ'nin yıllar itibarıyla pazar payı kaybetmesine karşın pazardaki rakiplerin az sayıda oluşu ve rakiplerin YEMEK SEPETİ gibi uzun yıllar pazarda faaliyet göstererek pazardaki güçlü konumlarını ispatlamamış olması gibi sebeplerle YEMEK SEPETİ'nin pazar payı bakımından lider konumunu devam ettirdiği ve pazarda önemli bir güce sahip olduğu kabul edilmelidir.
- (214) Kurulun önceki kararlarında da tespit olunduğu üzere⁷⁷, ilgili pazarın özelliklerinden kaynaklanan giriş engelleri haricinde incelenen teşebbüsün özellikleri de pazara girmek isteyen teşebbüsler bakımından giriş engeli oluşturabilecektir. İlk giren avantajı, yüksek marka bilinirliği ve ekosistem sahipliği de bu özellikler arasında sayılabilecektir. Bu kapsamda çevrim içi yemek siparişi hizmetleri pazarına 2001 yılı itibarıyla giriş yapan YEMEK SEPETİ'nin ilk giren avantajı nedeniyle yüksek marka bilinirliğine sahip olduğu kabul edilmektedir. Bununla birlikte YEMEK SEPETİ'nin 2019 yılından bu yana hızla yaşadığı pazar kaybı, ilk giren avantajının YEMEK SEPETİ'ne mevcut durumda avantaj sağlamadığını düşündürmektedir.
- (215) Bu kapsamda, öncelikle çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında YEMEK SEPETİ'nin en yakın rakibi konumunda olan TRENDYOL YEMEK'in ilgili pazarda büyümesinde etkili olan hususlara değinilmesinde fayda görülmektedir. TRENDYOL pazaryeri faaliyetleriyle ilişkili veya ilişkisiz pazarlara yönelerek faaliyetlerinin kapsamını büyük ölçüde genişletmiş ve dikey bütünleşik yapıyı benimseyen iş modeliyle birden çok hizmeti farklı kullanıcı gruplarına sunduğu bir ekosistem meydana getirmiştir. E-Pazaryerleri Sektör Raporu'nda yer alan anket sonuçlarından görüleceği üzere, tüketicilerin alışveriş yapacakları e-pazaryerini belirlemelerinde pazaryerinin bilinirliği ve güvenilirliğinin en önemli faktör olduğu sonucuna varılırken platformdaki satıcıların önemli bir kısmının TRENDYOL'u vazgeçilmez ticari ortak olarak gördüğü anlaşılmaktadır⁷⁸. Yine Kurulun *Trendyol Yemek*⁷⁹ kararında TRENDYOL'un birden fazla hizmeti tek bir uygulamada sunan ekosistem yapısı ve iş modelinin kullanıcıların TRENDYOL MARKET'i tercih etmesinde en etkili faktör olduğu değerlendirilmesine yer verilmiştir. Bu çerçevede, TRENDYOL'un çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarına 2020 yılında giriş yapmasına karşın bir ekosistem olarak faaliyet göstermesi ve e-pazaryeri platform hizmetleri pazarında 2017 yılı itibarıyla faaliyetlerine başlaması⁸⁰ nedeniyle YEMEK SEPETİ karşısında marka bilinirliği bakımından herhangi bir dezavantajlı duruma düşmediği aksine yukarıda yer verilen parametreler de dikkate alındığında TRENDYOL'un pazarda tutunabildiği ve büyüme sağlayabildiği değerlendirilmektedir.
- (216) İlaveten, özellikle TRENDYOL'un TRENDYOL GO hizmeti ile pazara başarılı bir şekilde giriş yapması, söz konusu pazar bakımından kurye hizmetlerinin ayrıca önem

⁷⁷ Kurulun 28.04.2023 tarihli ve 23-19/355-122 sayılı kararı.

⁷⁸ E Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu, s.79-92.

⁷⁹ Kurulun 05.01.2023 tarihli ve 23-01/2-2 sayılı kararı.

⁸⁰ Kurulun 26.07.2023 tarihli ve 23-33/633-213 sayılı kararı.

kazanmasına neden olmuş ve kaliteli bir kurye hizmeti vasıtasıyla uctan uca hizmet sunmak ilgili pazardaki rekabetçi parametrelerden biri haline gelmiştir. Nitekim Grafik-2 ve Grafik-3'te yer verilen anket sonuçları da bu durumu destekler niteliktedir. Dolayısıyla pazara sonradan giriş yapan bir oyuncunun pazarda tutunabilmesinin ve büyüyebilmesinin yanı sıra pazardaki rekabet parametreleri üzerinde dahi etki yaratabildiği değerlendirilmektedir.

- (217) Benzer şekilde, 2015 yılında çevrim içi perakendecilik alanında faaliyet göstermeye başlamış olan GETİR'in faaliyetlerini GETİR BÜYÜK, GETİR SU, GETİR ÇARŞI, GETİR BİTAKSİ, GETİR ARAÇ ve GETİR YEMEK gibi hizmetler ile farklı pazarlara genişlettiği görülmektedir. Bu noktada, GETİR'in çevrim içi hızlı tüketim malları siparişi-servisi platform hizmetleri pazarındaki faaliyetleri ile belirli bir düzeye ulaşmış olan kullanıcı tabanı ve buna bağlı olarak elde ettiği veri kaynakları ile marka birliğini kullanarak GETİR YEMEK aracılığıyla ilişkili bir pazara girdiğini ve pazar payını kısa sürede artırdığını söylemek mümkündür. Dosya kapsamında incelenen dönem bakımından her ne kadar azalan ve değişken bir pazar payına sahip olsa da GETİR YEMEK'in halihazırda çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında pazara girişinden bu yana geliştirmiş olduğu kullanıcı kitlesi ve marka birliği sayesinde YEMEK SEPETİ karşısında dikkate değer seviyede rekabetçi baskı ortaya koyabilen bir oyuncu olmaya devam ettiği değerlendirilmektedir.
- (218) Son olarak, pazarın nispeten yeni oyuncusu konumundaki ve pazara girdiği 2022 yılından itibaren iki yıldan az bir süre içinde pazar payının yaklaşık (.....) katına yükselten MİGROS YEMEK'e ilişkin açıklamalara da yer verilmelidir. Hızlı tüketim malları perakendeciliği pazarının en önemli oyuncularından olan MİGROS⁸¹ halihazırda MİGROS SANAL MARKET ile çevrim içi perakendecilik ve MİGROS HEMEN ile çevrim içi hızlı tüketim malları siparişi-servisi platform hizmetleri pazarlarında faaliyet göstermektedir. Bu kapsamda, geçmiş tarihli bir Kurul kararında MİGROS SANAL MARKET'in çevrim içi market siparişi için en yüksek bilinirliğe sahip ve en çok tercih edilen uygulama olduğu belirtilirken kullanıcıların tek bir çevrim içi kanaldan market alışverişi yapmak zorunda kalmaları durumunda en fazla tercih edilecek uygulama olduğu tespitlerine yer verilmiştir⁸². Bu çerçevede, bahse konu pazarlardaki marka bilinirliği ve faaliyetleri aracılığıyla elde ettiği kullanıcı kitlesi bakımından belirli bir ölçeğe ulaşmış olan MİGROS'un pazara olukça yeni bir tarihte giren ve kısıtlı bir pazar payına sahip olan bir teşebbüs olmasına karşın sayılan avantajlar vasıtasıyla YEMEK SEPETİ üzerinde rekabet baskısı yaratabilme potansiyeline sahip olduğu değerlendirilmektedir.
- (219) Dolayısıyla her ne kadar ilk giren avantajının YEMEK SEPETİ'ne sağladığı faydalar göz ardı edilmese de gelinen süreçte başta bir süper App olarak faaliyet gösteren TRENDYOL olmak üzere, çok çeşitli alanlarda faaliyet gösteren GETİR ve çevrim içi perakendecilik alanında en önemli oyuncularından olan MİGROS'un sahip oldukları marka bilinirliği sayesinde ilk giren avantajının çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri bakımından mevcut durumda bir giriş engeli oluşturmadığı değerlendirilmektedir.
- (220) Sonuç olarak mevcut durumda, son beş yıl içerisinde pazara giriş yapmış oyuncuların pazardaki rekabete katılabildiği ve pazardaki ikinci ve üçüncü oyuncular olarak faaliyet gösterebildiği, ikinci oyuncunun (TRENDYOL YEMEK) bazı parametreler bakımından YEMEK SEPETİ'ni geride bırakabildiği, diğer bir oyuncunun da (MİGROS YEMEK)

⁸¹ Türkiye HTM Perakendeciliği Sektör İncelemesi Nihai Raporu (2022), s.42.

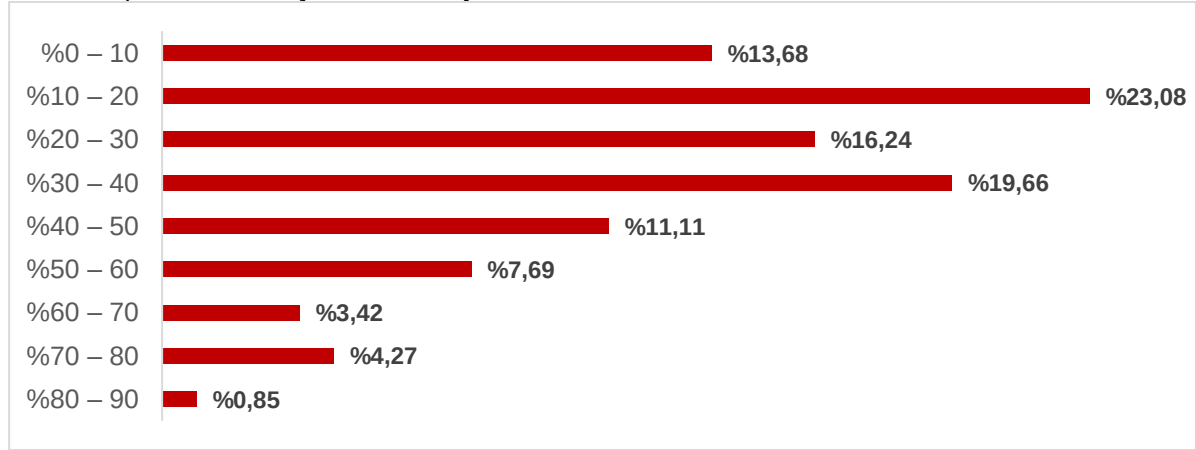
⁸² 05.01.2023 tarihli ve 23-01/2-2 sayılı Kurul kararı, s.10-19.

pazardaki üç büyük oyuncunun varlığına rağmen pazar payını artırabildiği dikkate alındığında 2021 yılından itibaren pazardaki diğer oyuncuların YEMEK SEPETİ üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturabildiği ve pazar yapısının değişmeye başladığı anlaşılmaktadır.

I.6.1.3. Alıcıların Gücü

- (221) Hâkim durum değerlendirmesinde göz önünde bulundurulması gereken diğer bir unsur alıcı gücüdür. İncelenen teşebbüsün müşterilerinin görece büyük olması, müşterilerin alternatif temin kaynakları hakkında yeterince bilgili olması ve makul bir süre içerisinde başka bir sağlayıcıya geçmek ya da kendi arzını yaratmak imkânına sahip olması; bu müşterilerin pazarlık gücüne, bir başka deyişle alıcı gücüne sahip olduğu anlamına gelmektedir. İlaveten Kılavuz'da yalnızca sınırlı bir müşteri kitlesinin hâkim durumdaki teşebbüsün pazar gücünden korunmasını sağladığı durumlarda, alıcı gücünün yeterli seviyede rekabetçi baskı oluşturmadığının değerlendirilebileceği belirtilmektedir.
- (222) Bu kapsamda yerinde inceleme belgelerinde ve anket çalışmasında elde edilen bazı teşebbüs beyanların önem arz etmektedir. Yerinde incelemede elde edilen Bulgu-1'deki *"Biz Diğer Uygulamalarda Ciddi Satışlar yaparken"*, Bulgu-43'deki *"1080 aktif restaurant yönetiyorum bunun 80 adedi sizindir 856trendyol migros yemek ve getir olmak üzeri faaliyet göstermekteyim"*, Bulgu-45'de *"DİĞER PLATFORMLARDAN AKTİF SİPARİŞ ALIYORUZ"* ve *"VALE DEVAM ETTİĞİ SÜRECE SİSTEMDEN KAPALI OLARAK GÜNCELLEYECEĞİZ"*, Bulgu-48'deki *"Getir, Trendyol, Migros da satışlarım çok iyi"*, Bulgu-49'daki *"Diğer satış platformlarında satışımız her geçen gün artarken yemek sepetinde bu durum hiç değişmedi"* ve Bulgu-50'deki *"Getir ciromuz yemek sepeti ciromuzun %(.....)i iken Şubat ayında Şu an Getir ciromuz yemek sepeti ciromuzun %(.....) si civarında gerçekleşti"* ifadelerinden mevcut durumda YEMEK SEPETİ ile çalışan anlaşmalı restoranların GETİR YEMEK, TRENDYOL YEMEK ve MİGROS YEMEK gibi pazardaki diğer güçlü oyuncularla da anlaşmalı olarak faaliyet gösterdiği ve restoranların ilgili platformlarda ciddi oranlarda satış gerçekleştirdikleri görülmektedir. Kaldı ki yukarıda yer verilen Grafik-17 ve Grafik-18'den görüleceği üzere, mevcut durumda YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı olarak çalışan 117 restorandan 112'sinin TRENDYOL YEMEK, 107'sinin GETİR YEMEK, 74'ünün MİGROS YEMEK ile anlaşmalı çalıştığı ve ankete yanıt veren restoranların %97,46'sının (115 restoran) birden fazla platform kullanma eğilimi olduğu anlaşılmıştır.
- (223) Ayrıca YEMEK SEPETİ'yle anlaşmalı olarak çalışan restoranların YEMEK SEPETİ'nden elde ettikleri gelirlerin toplam gelirlerinin ne kadarını oluşturduğunun sorgulandığı anket çalışması sonuçlarına aşağıda ayrıca yer verilmektedir:

Grafik 20: YEMEK SEPETİ ile Anlaşmalı Restoranların 2023 Yılında YEMEK SEPETİ'nden Elde Ettikleri Gelirin Toplam Gelirleri İçerisindeki Payı



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (224) Yukarıda yer verilen grafikten görüleceği üzere, YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı çalışan restoranların %72 gibi büyük bir çoğunluğunun gelirleri arasında YEMEK SEPETİ'nden elde edilen gelirin %0 ile %40 arasında dalgalandığı görülmektedir. Oran olarak en büyük çoğunluğu ise %23 oranla %10-20 aralığı oluşturmaktadır. Yukarıda yer verilen grafikte diğer platformlara kıyasla en çok YEMEK SEPETİ'nde satış yapan restoranların verileri baz alındığı dikkate alındığında YEMEK SEPETİ üzerinden gerçekleşen satışların restoranların toplam satış hacmi içinde çok büyük bir yer kaplamadığı değerlendirilmektedir. Her durumda restoranların bir çoğunun kendi fiziki satış noktaları ile internet sitelerinin yanı sıra diğer platformlarda da faaliyeti olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı restoranlar bakımından vazgeçilmez nitelikte olmadığı, restoranların YEMEK SEPETİ dışında birçok alternatifinin bulunduğu ve bu alternatifleri de aktif olarak kullandıkları anlaşılmaktadır.
- (225) İlaveten aşağıdaki tabloda, YEMEK SEPETİ'nde faaliyet gösteren ve her bir yılda satış adedi ve satış tutarı bakımından en büyük hacme sahip zincir restoranlar ile en büyük otuz restoranın ilgili yılda YEMEK SEPETİ'nde gerçekleştirmiş satış adedi ve satış tutarı oranı sunulmaktadır:

Tablo 19: Zincir Restoranlardan Alınan Toplam Sipariş Adedinin Türkiye Geneli Toplam Sipariş Adedine Oranı

Yıllar	Zincir Restoranların Toplam Adedi	Türkiye Geneli Toplam Sipariş Adedi	Oran (%)
2019	(....)	(....)	(....)
2020	(....)	(....)	(....)
2021	(....)	(....)	(....)
2022	(....)	(....)	(....)
2023	(....)	(....)	(....)
2024/6	(....)	(....)	(....)

Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Tablo 20: Zincir Restoranlardan Elde Edilen Toplam Sipariş Tutarının Türkiye Geneli Toplam Sipariş Tutarına Oranı

Yıllar	Zincir Restoranların Toplam Sipariş Tutarı	Türkiye Geneli Toplam Sipariş Tutarı	Oran (%)
2019	(....)	(....)	(....)
2020	(....)	(....)	(....)
2021	(....)	(....)	(....)
2022	(....)	(....)	(....)
2023	(....)	(....)	(....)
2024/6	(....)	(....)	(....)

Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Tablo 21: En Büyük Otuz Restorandan Alınan Toplam Sipariş Adedinin Türkiye Geneli Toplam Sipariş Adedine Oranı

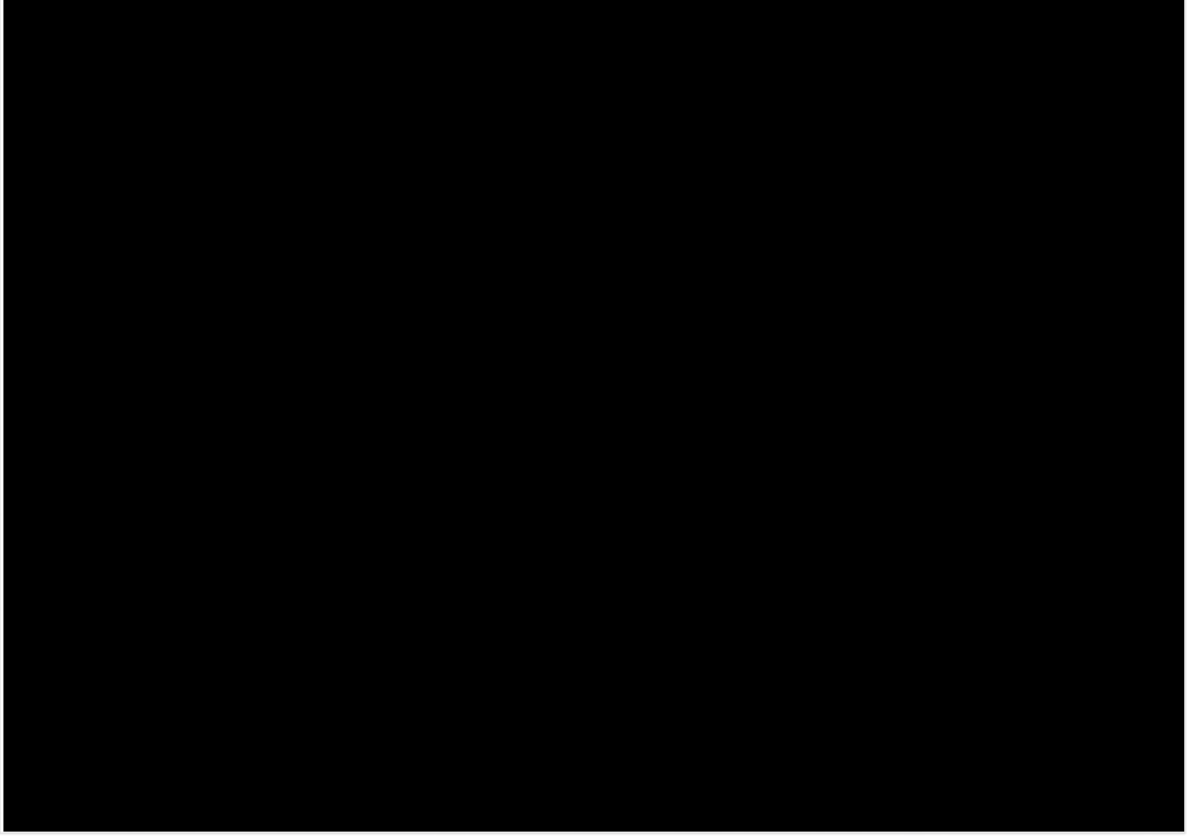
Yıllar	En Büyük 30 Restoranın Toplam Sipariş Adedi	Türkiye Geneli Toplam Sipariş Adedi	Oran (%)
2020	(.....)	(.....)	(.....)
2021	(.....)	(.....)	(.....)
2022	(.....)	(.....)	(.....)
2023	(.....)	(.....)	(.....)
2024/6	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.			

Tablo 22: En Büyük Otuz Restorandan Elde Edilen Toplam Sipariş Tutarının Türkiye Geneli Toplam Sipariş Tutarına Oranı

Yıllar	En Büyük 30 Restoranın Toplam Sipariş Tutarı	Türkiye Geneli Toplam Sipariş Tutarı	Oran (%)
2020	(.....)	(.....)	(.....)
2021	(.....)	(.....)	(.....)
2022	(.....)	(.....)	(.....)
2023	(.....)	(.....)	(.....)
2024/6	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.			

- (226) Yukarıda yer verilen tablolar incelendiğinde YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı olduğu zincir restoranların toplam sipariş adedinin Türkiye geneli toplam sipariş adedine oranının 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) olduğu, zincir restoranların toplam sipariş tutarının Türkiye geneli toplam sipariş tutarına oranının ise 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) olduğu görülmektedir. Ayrıca YEMEK SEPETİ platformunda faaliyet gösteren en büyük otuz restoranın sipariş adedinin Türkiye geneli toplam sipariş adedine oranının 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) olduğu, en büyük otuz restoranın toplam sipariş tutarının Türkiye geneli toplam sipariş tutarına oranının ise 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....)%(.....) ve %(.....) olduğu görülmektedir.
- (227) Bu çerçevede YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı olduğu zincir restoranların sipariş adedi ve sipariş tutarı bakımından Türkiye geneli toplam sipariş adedi ve toplam sipariş tutarı içerisindeki payını 2019-2024 dönemi boyunca istikrarlı bir şekilde arttırdığı görülmektedir. Bu duruma benzer şekilde YEMEK SEPETİ'nin platformunda faaliyet gösteren en büyük otuz restoranın 2022-2024 dönemi boyunca sipariş adedi ve sipariş tutarı bakımından Türkiye geneli toplam sipariş adedi ve sipariş tutarı içerisindeki paylarını giderek arttırdığı görülmektedir.
- (228) Yukarıda yer verilen verilere ek olarak, IPSOS tarafından gerçekleştirilen ve zincir restoranların çoklu erişim eğilimini gösteren ilave bir çalışmaya yer verilmesinde fayda görülmektedir.

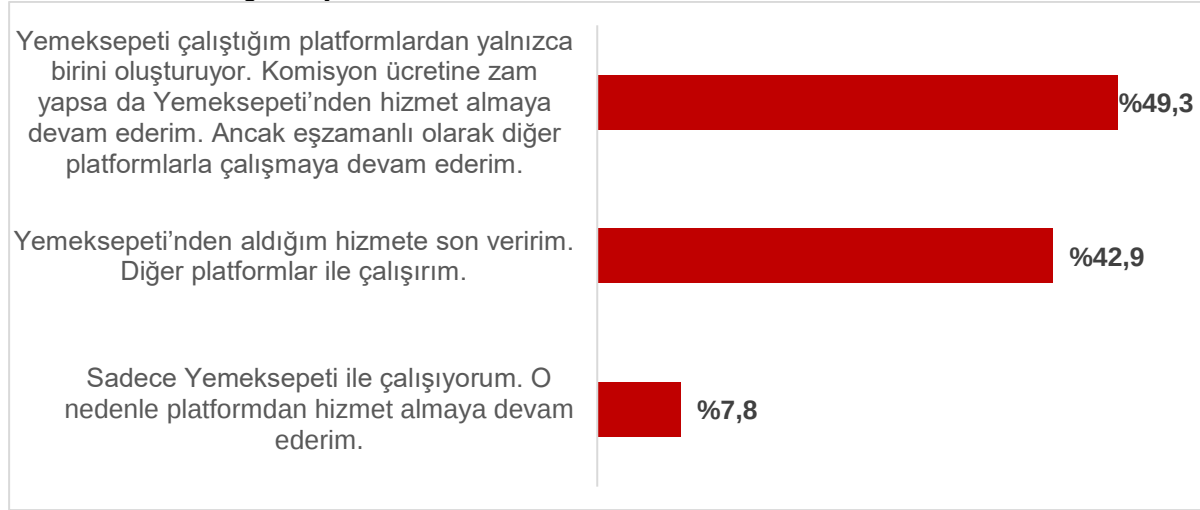
Grafik21:(.....)



Kaynak: IPSOS.

- (229) IPSOS verilerine göre, platformların neredeyse yarı hacmine işaret eden siparişlerin her platformda bulunduğu görülmektedir. Bu durum, teşebbüsler komisyon oranlarını arttırdığında veya koşulları değiştirdiğinde, restoranların ikame olarak diğer teşebbüsler üzerinden sipariş alabilmelerinin mümkün olduğunu göstermektedir.
- (230) Bilindiği üzere çevrim içi yemek sipariş platformları ile restoranlar arasındaki ekonomik ilişkinin temelinde komisyon oranları yer almaktadır. Komisyon oranlarındaki değişimin restoranın davranışlarını ne ölçüde etkileyeceğinin ortaya koyulması restoranların YEMEK SEPETİ'ne olan bağlılıkları ile sağlayıcı değiştirme yönündeki eğilimlerinin ölçülmesinde oldukça önem taşımaktadır. Bu çerçevede, yapılan anket çalışmasında satıcılara YEMEK SEPETİ'nin komisyonlarını %5-10 oranında artırması durumunda alacakları aksiyon sorulmuştur. İlgili anket sonuçlarını gösteren grafiğe aşağıda yer verilmektedir:

Grafik 22: YEMEK SEPETİ'nin Komisyon Ücretini %5-%10 Aralığında Artırması Durumunda Restoranların Alacağı Aksiyonlar



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (231) Yukarıda yer alan grafik incelendiğinde, YEMEK SEPETİ'nin komisyon oranlarını %5-10 aralığında artırması durumunda restoranların %42,9'unun YEMEK SEPETİ'yle çalışmayı bırakarak diğer platformlarla çalışmaya devam edeceği anlaşılmaktadır. Sadece %7,8'lik küçük bir bölümünün sadece YEMEK SEPETİ'yle faaliyet göstereceği ve geri kalan kısmının ise eş zamanlı olarak diğer platformlarla da çalışacağı görülmektedir. Dolayısıyla komisyon oranı değişikliği sonrasında restoranların kritik bir bölümünün YEMEK SEPETİ ile faaliyetlerine son vererek diğer alternatif platformlarla çalışabileceği dikkate alındığında restoranların YEMEK SEPETİ üzerinde bir alıcı gücünün bulunduğu söylenebilecektir.
- (232) Bu doğrultuda, YEMEK SEPETİ ile çalışan anlaşmalı restoranların GETİR YEMEK, TRENDYOL YEMEK ve MİGROS YEMEK gibi pazardaki diğer güçlü oyuncularla da anlaşmalı olarak faaliyet gösterdiği, restoranların ilgili platformlarda ciddi oranlarda satış gerçekleştirdikleri, ilgili pazarda çoklu erişim imkânının olduğu, YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı olduğu zincir restoranların ve en büyük otuz restoranın sipariş adedi ve sipariş tutarının toplam sipariş adedi ve toplam sipariş tutarı içerisindeki payını 2019-2024 dönemi boyunca istikrarlı bir şekilde artırdığı, platformların neredeyse yarı hacmine işaret eden siparişlerin her platformda bulunduğu, YEMEK SEPETİ'nin komisyon oranlarını artırması durumunda restoranların ikame olarak diğer teşebbüsler üzerinden sipariş alabilmelerinin mümkün olduğu ve anket sonuçlarına göre kritik bir bölümünün YEMEK SEPETİ ile çalışmaya son vereceğinin anlaşıldığı dikkate alındığında restoranların YEMEK SEPETİ üzerinde alıcı gücünün bulunduğu değerlendirilmektedir.
- (233) Sonuç olarak, 2021 yılına kadar pazar lideri konumunda bulunan YEMEK SEPETİ'nin özellikle TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK'in pazara girişiyle tekel konumundaki pazar payını yıllar itibarıyla kaybettiği, en yakın rakibi TRENDYOL YEMEK ile arasındaki pazar payı farkının en önemli parametre olan sipariş adedi bakımından 2024 yılında %(...) olarak gerçekleştiği, pazar payının ve pazardaki gücünün istikrarlı bir görünüm sergilemediği, mevcut durumda, son beş yıl içerisinde pazara giriş yapmış oyuncuların pazardaki rekabete katılabildiği ve 2021 yılından itibaren pazardaki diğer oyuncuların YEMEK SEPETİ üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturabildiği, pazar yapısının değişmeye başladığı ve son olarak restoranların YEMEK SEPETİ üzerinde alıcı gücünün bulunduğu tespit edildiğinden YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olmadığı değerlendirilmektedir.

- (234) Kılavuz'un 7. paragrafında, "*Kanun'un 6. maddesi kapsamında incelenen bir davranışın ihlal teşkil edebilmesi için davranışı gerçekleştiren teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda olması ve davranışın bir kötüye kullanma niteliği taşıması gerekmektedir. Kurul, bu iki temel unsurdan birinin bulunmadığının açıkça gösterilebildiği durumlarda diğer unsura ilişkin analize yer vermeyebilir.*" açıklamalarına yer verilmektedir. Öte yandan her ne kadar çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren YEMEK SEPETİ'nin 2024 yılı itibarıyla ilgili pazarda hâkim durumda olmadığı değerlendirilse de bütünlüğü sağlamak adına YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olduğu varsayımı altında 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında hâkim durumun kötüye kullanılması değerlendirmesine de ayrıca yer verilmesinde fayda görülmektedir. Bu kapsamda öncelikle yerinde inceleme belgelerine ilişkin değerlendirmelere yer verilmiş olup akabinde ilgili davranış 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddeleri çerçevesinde değerlendirilmiştir.

1.6.2. Yerinde İnceleme Belgelerinin Değerlendirilmesi

- (235) YEMEK SEPETİ, daha önceleri Yemek Sepeti Vale, mevcut durumda ise Yemek Sepeti Express olarak adlandırdığı kurye hizmetini 2015 yılında kullanıma sunmuş olup hâlihazırda faaliyetlerini 49 ile kadar genişletmiştir. Öneri sürecinde, YEMEK SEPETİ tarafından üye restoranların Yemek Sepeti Express hizmeti almasının zorunlu tutulmadığı, nitekim mevcut durumda her iki teslimat yapısıyla da çalışan restoranların platformda faaliyet gösterdiği ifade edilmiştir. Buna ilaveten, YEMEK SEPETİ'nin önemli pazar gücüne sahip rakipleri ile rekabet edebilmek adına restoranların sipariş teslimatlarını iyileştirmek, müşteri beklentilerini karşılamak ve müşteri memnuniyetini artırmak adına yoğun çaba gösterdiği, bu nedenle de Yemek Sepeti Express hizmeti için ciddi bir yatırım yaptığı ve platformunda faaliyet gösteren üye işyerlerinin teslimat hızı, niteliği, kapsamı gibi parametreleri iyileştirmeyi amaçladığı belirtilmiştir. Bu doğrultuda, Yemek Sepeti Express sistemine giriş halinde çıkış yapılmasının belirli bir KURAL SETİ'ne dayandığı, böylece en iyi şekilde hizmet sağlamak için katlanılan maliyette ortaya çıkacak belirsizlik ve sistemsel aksaklıkların önüne geçilmeye çalışıldığı vurgulanmıştır.
- (236) YEMEK SEPETİ tarafından dile getirilen ve yukarıda yer verilen hususlar, yerinde incelemede elde edilen belgelerle birlikte devam eden bölümde değerlendirilmektedir. Yukarıda "*1.3. Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler*" başlıklı bölümde belgeler kronolojik olarak sıralanmakla birlikte devam eden kısımda YEMEK SEPETİ'nin eylemlerinin daha net anlaşılabilmesi ve birbirini takip eden eylemlerin ortaya koyulabilmesi adına belgeler, mümkün olduğu kadar kronolojik sıraya da bağlı kalınmak suretiyle, gruplandırılarak değerlendirilmiştir.
- (237) Dosya kapsamında yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 14.06.2023-15.06.2023 tarihli Bulgu-1'den OD teslimat modelini kullanan (.....) ünvanlı restoranın VD teslimat modeline geçmek istediği ancak talebinin karşılanmaması sebebiyle YEMEK SEPETİ'ne şikâyetle bulunduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu e-posta akabinde YEMEK SEPETİ yetkililerinin de kendi aralarında restoranın sipariş trendine yönelik analizler ve restoranın OD teslimat modelinde kalmasını ikna etmeye yönelik istişare yaptıkları görülmektedir. Öneri sürecinde, güncel durumun tespit edilebilmesi ve YEMEK SEPETİ'nin eylemlerinin anlaşılabilmesi adına restorandan bilgi talep edilmiş olup teşebbüs tarafından; OD teslimat modeline kendi istekleriyle geçiş yaptıkları ancak kendi kuryelerine geçmek istediklerinde konu ile ilgili muhatap bulamadıkları ve mevcut sistemde OD teslimat modelini kullanmaya zorlandıkları ifade edilmiştir.

(238) Bulgu-2'den ise YEMEK SEPETİ'nin OD teslimat modelini büyötmeye yönelik çeşitli planlarının olduğu ve bunların arasında restoranlara çeşitli teşvikler verilmesinin gündemde olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim 07.08.2023 tarihli Bulgu-3'te YEMEK SEPETİ yetkilileri arasında platforma hâlihazırda üye restoranların OD teslimat modeline geçmelerini teşvik etmek için restoranlara atılacak taslak e-postanın paylaşıldığı ve söz konusu teşviklerin biraz daha somutlaştırıldığı görölmektedir. Öneraştırma sürecinde restoranlardan Yemek Sepeti Express sistemini kullanmaları için YEMEK SEPETİ tarafından herhangi bir teşvik verilir vermediğı hususunda bilgi talep edilmiş olup restoranlar tarafından VD teslimat modelinden OD teslimat modeline geçilmesi halinde;

- YEMEK SEPETİ'nin iki hafta boyunca komisyon oranını %20+KDV'ye düşürmesi,
- Reklamlarda kullanılmak üzere CPC⁸³ adında belirli tutardaki bir meblağın⁸⁴ hesaplara yatırılması,
- İki ay süreyle nihai kullanıcılardan gönderim ücreti alınmaması,
- İki ay süreyle restoranların mobil ve internet sitesinde üst sıralarda listelenmesi,
- Teslimat kaynaklı kötü yorumların silinmesi

şeklinde Bulgu-3'teki ifadelere benzer teşviklerin sunulduğı belirtilmiştir. Keza 06.10.2023 tarihli Bulgu-7'de de YEMEK SEPETİ personelinin hâlihazırda kendi kurye sistemini kullanan restoranların OD teslimat modeline geçmelerini sağlamak için detaylarına Bulgu-3'te yer verilen teşvikleri kullanarak restoranları ikna etmeye çalıştığı görölmektedir. Dolayısıyla, bu aşamaya kadar yer verilen bulgulardan platforma hâlihazırda üye olan restoranlar bakımından OD teslimat modeline geçiş için restoranların YEMEK SEPETİ tarafından zorlanmadığı, geçiş için çeşitli teşviklerle restoranların ikna edilmeye çalışıldığı ancak restoranların bir kez OD teslimat modeline girmesi akabinde sistemden çıkış taleplerinin YEMEK SEPETİ tarafından karşılanması sürecinde sorunlar yaşadıkları anlaşılmaktadır.

(239) 07.08.2023 tarihli Bulgu-4 ise YEMEK SEPETİ platformuna yeni markalar ile üye olmak isteyen (.....) ünvanlı restoran sahibinin YEMEK SEPETİ yetkililerine attığı bir e-postayı içermekte olup e-postada yer alan *“artık yeni açılan markalarda yemeksepetinin kuryeleri ile çalışmak durumunda olduğumuzu öğrendik.”* ifadelerinden YEMEK SEPETİ platformuna ilk kez üye olacak işletmeler bakımından OD teslimat modelini kullanmanın zorunlu kılındığı çıkarımı yapılabilecektir. Öneraştırma sürecinde restorandan bilgi talep edilmiş olup teşebbüs tarafından YEMEK SEPETİ'nin 2023 yılı Ekim ayında açtıkları yeni şube için restoran kuryesi seçeneğine izin vermediğini ve platform ayarlarının buna göre oluşturulduğunu belirttiğı ancak ısrarlı itirazları sonucunda kendi kurye sistemine dönüş yapabildiğı ifade edilmiştir. İlâveten Bulgu-41'de yer alan *“Marka bu konuda çok ısrarcı bir kaç defa görüşme yaptım fakat bu şube özelinde hiç bir desteğimizi kabul etmiyorlar maalesef. Marka ile her zaman güzel bağımız oldu ve bize her zaman çok işbirlikçi yaklaştıklarını hatırlatmak isterim.”* ifadelerinden farklı bir restoranın talebinin dikkate alınmasının önerildiğı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla YEMEK SEPETİ'nin platforma yeni üye olacak veya platformda yeni şube kaydı oluşturacak restoranlara OD teslimat modelini zorunlu

⁸³ Cost Per Click (tıklama başına maliyet) olduğu tahmin edilmektedir.

⁸⁴ (.....) tarafından ilgili tutarın 2.200 TL, (.....) tarafından 2.000 TL, (.....) tarafından ise 5.000 TL olduğu belirtilmektedir. Bu çerçevede, CPC desteğinin restoranlar bazında farklılaşabildiğı izlenimi edinilmiştir.

kılmaya çalıştığı ancak restoran bazında uygulamada değişikliklere gidebildiği sonucuna varılabilecektir.

(240) Bulgu-5 ve Bulgu-6 yine restoran sahipleri tarafından iletilen talepleri içermekte olup Bulgu-5'teki "1 ay boyunca Yemek Sepeti kuryesi ile çalışma şartı çıkarttılar karşımıza." ifadelerinden OD teslimat modelinin en az bir ay süre ile zorunlu tutulduğu izlenimi edinilmektedir. Bulgu-6'da da YEMEK SEPETİ'nin restoranlar platforma hâlihazırda üye olsa dahi restoranların el değiştirmesi durumunda yeni restoran kategorisine dâhil ettiği ve OD teslimat modelini zorunlu kıldığı anlaşılmaktadır. Bulgu-6'ya benzer bir duruma 02.12.2023 tarihli Bulgu-16'da da rastlanmaktadır. İlgili belgeden YEMEK SEPETİ platformunda hâlihazırda faaliyet gösteren restoranın vergi kaydının değişmesi nedeniyle restorana yeni bir restoran muamelesi yapılarak ve bir ay bekletilerek restoranın OD teslimat modeli ile çalışmasının şart koşulduğu, söz konusu sürecin deneme süreci olduğunun ve restoranın dilediği anda VD teslimat modeline geçebileceğinin belirtilmesine karşın restoranın geçiş taleplerine dönüş yapılmadığı anlaşılmaktadır. Nitekim Bulgu-47'de yer alan "Express Teslimat a girersen sistemlerini açarızgirmezszen açmayız dediler. Bu durum zorunlu dediler" ifadelerinden YEMEK SEPETİ'nde ilk kez faaliyet gösterecek bir teşebbüse OD teslimat modelinin zorunlu olduğunun belirtildiği anlaşılmaktadır. Öte yandan Bulgu-14'te bu duruma bir istisna getirildiği görülmekte, bir restoranın VD teslimat modeli ile çalıştığı durumda sadece devir söz konusu ise VD teslimat modeli ile devam edilebileceği yönünde bir politikaya geçiş yapıldığı anlaşılmaktadır. Keza Bulgu-6'da teşebbüsün (.....) tarafından yazılan "... Böyle devirlerde OD zorunluluğu konusunda diğer platformlarda da VD devam ediyorsa istisna yapmak makul olabilir gibi geldi." ifadesinden platforma yeni üye olan restoranlar bakımından OD teslimat modelini kabul etme zorunluluğu bulunduğu ancak eski restoranlar bakımından bu kuralın uygulanmayabileceğinin YEMEK SEPETİ tarafından da teyit edildiği değerlendirilmektedir.

(241) Daha önce de belirtildiği üzere, önaraştırma sürecinde YEMEK SEPETİ tarafından restoranların Yemek Sepeti Express sistemini kullanmalarının zorunlu olmadığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte, yukarıda değerlendirilen Bulgu-6'da teşebbüsün (.....) tarafından "... Böyle devirlerde OD zorunluluğu konusunda diğer platformlarda da VD devam ediyorsa istisna yapmak makul olabilir gibi geldi." şeklinde bir ifade kullanılmasının durumun aksini gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle, YEMEK SEPETİ'nden söz konusu belgeye yönelik açıklama talep edilmiş olup teşebbüs tarafından;

- İlgili belgenin üst düzey yetkililerin pazardaki gelişmelerin yorumlanması konusundaki beyin fırtınasını içerdiği,
- YEMEK SEPETİ'nin en önemli özelliklerinden birinin teknolojik gelişmeleri iş modeline uygulaması ve bu anlamda pazardaki rakiplerin faaliyetlerine karşılık, rekabetçi ve yeni karşı çözümlerle ortaya çıkması olduğu,
- İlgili belgede rakiplerin faaliyetleri konusunda fikir alışverişi yapıldığı, akla ilk gelen düşüncelerin beyin fırtınası amacıyla sadece şirket içindeki çalışma arkadaşları arasında dillendirildiği,
- Bu fikirlerin şirket politikası haline gelmediği, dolayısıyla söz konusu belgelerin şirketin tüm uygulamaları dikkate alınmadan değerlendirilmesinin hatalı olacağı

ifade edilmektedir.

(242) Öte yandan Bulgu-9 da YEMEK SEPETİ'nin yukarıdaki beyanlarının aksini göstermektedir. Zira ilgili belgede yer alan ve bir YEMEK SEPETİ çalışanı tarafından

restorana doğrudan yazılan “Yeni süreçte hiçbir şekilde kendi kuryesiyle hiçbir restoran çalışmamakta” ifadesi YEMEK SEPETİ’nin restoranlara OD teslimat modelini zorunlu kıldığı iddialarını desteklemektedir. Nitekim 12.12.2023 tarihli Bulgu-18’de yer verilen YEMEK SEPETİ (.....)’nin “Eskiden kendi taşıyan bir restoran zorunlu geçmez, yenileri öyle alıyoruz. Eskilerden de geçmek isteyenleri” ifadesinden de platforma ilk kez üye olacak restoranların zorunlu olarak OD teslimat modeliyle faaliyetlerine başladıkları anlaşılmaktadır. Öneraştırma sürecinde YEMEK SEPETİ’nden Bulgu-18’de yer alan ifadelere yönelik de açıklama talep edilmiş ve teşebbüs tarafından;

- Lojistik hizmeti maliyetlerinin ve asgari ücret artışının üye restoranların kurye istihdam etmesini zorlaştıracığı,
- Hizmet kalitesini ve devamını sağlamak adına OD teslimat modeli ile üye restoranlara fayda sağlamanın ana amaç olduğu,
- Söz konusu belgelerdeki ifadelerin ham düşünceler olduğu, bu tarz fikirlerin sayısız aşamadan ve süzgeçten geçirilerek son halinin verildiği

belirtilmektedir.

- (243) 02.11.2023 tarihli Bulgu-10’da ise YEMEK SEPETİ çalışanları arasında üye restoranlarla akdedilen sözleşmelerde gerçekleştirilecek değişiklikler sonrasında platforma ilk kez üye olan restoranlara teslimat modelini seçme noktasında herhangi bir seçim hakkı tanınıp tanınmayacağı sorgulanmakta ve her iki teslimat modeli ile çalışılmaya devam edileceği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla Bulgu-9, Bulgu-10 ve Bulgu-18’deki ifadeler birlikte değerlendirildiğinde, restoranların YEMEK SEPETİ platformuna üye olma aşamasında OD ve VD teslimat modeli arasında seçim hakkı bulunup bulunmadığı ve/veya OD teslimat modelinin zorunlu tutulup tutulmadığı noktasında tutarlı bir yaklaşım bulunmadığı kanaatine varılabilecektir.
- (244) Diğer taraftan Bulgu-10’dan restoranların OD teslimat modeli ile hizmete başladıktan veya OD teslimat modeline geçtikten sonra sistemden çıkmalarının belirli kural setlerine tabi olacağı ve yazışmanın gerçekleştirildiği tarihte söz konusu kural setlerinin taslak aşamasında olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda “ÜYE İŞYERİ, teslimatın YEMEK SEPETİ veya YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı üçüncü kişilerce yapıldığı durumlarda teslimat hizmetlerine ilişkin kural setinin DAHİLİ İLETİŞİM SİSTEMİ’nde yer aldığını; bu kural setinin YEMEK SEPETİ’nin önceden yapacağı bildirim ile değiştirebileceğini ve teslimat hizmetleri bakımından bu kural setinde yer verilen kurallara tabi olacağını bilmekte ve kabul etmektedir.” ibaresinin sözleşmeye eklenmesi önerilmektedir.
- (245) Keza öneraştırma sürecinde restoranlardan YEMEK SEPETİ ile akdettikleri sözleşmeler talep edilmiş olup 04.08.2023 tarihinde (.....) 14.09.2023 tarihinde (.....) ve 06.10.2023 tarihinde (.....) ile akdedilen sözleşme hükümlerinde teslimat yöntemine ilişkin kural setlerine yönelik herhangi bir ibareye rastlanmamıştır. Öte yandan 18.01.2024 tarihinde (.....) ile akdedilen sözleşmede “Üye İşyeri’nin Hak ve Yükümlülükleri” başlığı altında yer verilen 4.12 numaralı maddede Bulgu-10’da sözleşmeye eklenmesi önerilen hükmün yer aldığı görülmektedir. Benzer şekilde (.....) ve (.....) ile daha ileri tarihli olduğu tahmin edilen ikinci bir sözleşme akdedildiği ve yeni sözleşmelerin “Üye İşyeri’nin Hak ve Yükümlülükleri” başlıklı bölümünde de aynı hükme yer verildiği tespit edilmiştir.
- (246) Nitekim Bulgu-11’de yer alan “vd almayalım dedik ama oradaki kararı yine gozden gecirecegiz sanırım” ifadesinden restoranların tercih edecekleri teslimat modelinin ilgili tarihe kadar sözleşme konusu yapılmadığı, söz konusu hususun YEMEK SEPETİ’nin tek taraflı bir kararı olduğu ve restoranların sipariş kayıpları nedeniyle sistemden

çıkarmak istediğine yönelik şikâyetler sonrasında restoranları sadece OD teslimat modeli ile hizmete başlatma yönündeki kararın gözden geçirilmek istendiği anlaşılmaktadır. İlgili belge, (.....) isimli restoranın şikâyetini içermekte olup belgeden restoranın OD teslimat modeli ile faaliyete başladığı ancak VD teslimat modeline geçmek istediği görülmektedir. Öneriştirme sürecinde restorandan bilgi talep edilmiş olup teşebbüs tarafından yeni açılan şube bakımından zorunlu olarak YEMEK SEPETİ kuryesi kullanmak zorunda kalındığı, bu süreçte birçok problemle karşılaşıldığı ve sipariş kaybı yaşandığı, restoran tarafından kendi kuryesiyle çalışmak istendiğinde ise bunun mümkün olmadığı yönünde dönüş yapıldığı, restoranın kendi uğraşları sonucunda OD teslimat modelinden çıkabildiği ifade edilmiştir. Benzer şekilde, 22.11.2023 tarihli Bulgu-12'den de üye bir restoranın sürekli aranarak OD teslimat modeline geçişinin teklif edildiği ve memnun kalınmadığı takdirde söz konusu teslimat modelinin değiştirilebileceğinin taahhüt edildiği, sözleşmede bu yönde bir hüküm bulunmamasına karşın restoranın teslimat modelini değiştirme talebine yanıt alamadığı anlaşılmaktadır.

- (247) Bulgu-11'de ayrıca, restoran şikâyetlerini bertaraf etmek amacıyla restoranların OD teslimat modeline girdiği ilk hafta tanımlanan CPC destekleri ile siparişlerinin artırılması ve bu sayede sonraki haftalarda yaşanacak sipariş kayıplarına daha az reaksiyon göstermesinin amaçlandığı görülmektedir. İlgili belgede her marka için CPC tanımlanmadığı belirtilmekte, OD teslimat modeline geçiş aşamasında zorlanılan markalar özelinde önerilerde bulunmaktadır. Bulgu-11'de yer alan ifadeleri destekleyen 30.11.2023 tarihli Bulgu-15'ten, YEMEK SEPETİ Siftah kampanyası kapsamında restoranların belirli süreler için komisyondan istisna tutulmasının sağlanarak OD teslimat modeli ile çalışmalarının teşvik edildiği anlaşılmaktadır. İlgili kampanya kapsamında VD teslimat modeli ile çalışan bir restoranın ikinci şubesini veya tabelasını OD teslimat modeli ile açmak istemesi durumunda restorandan (.....) gün, OD teslimat modeli ile çalışmaya ikna edilmesi veya iki şubesi bakımından OD teslimat modeli ile çalışmaya başlaması halinde (.....) gün komisyon alınmayacağı ifade edilmektedir. Benzer şekilde, Bulgu-17'den de restoranlara OD teslimat modeline geçmeleri halinde Bulgu-3'te yer verilen teşviklerin tanınacağı anlaşılmaktadır.
- (248) 18.01.2024 tarihli Bulgu-35'te de OD teslimat modeline geçiş kapsamında restoranlara verilen destekler konu edilmektedir. Bu kapsamda reklam ve CPC desteğine ilave olarak; 60 TL'lik kupon desteği, 300 TL'ye 100 TL, 250 TL'ye 50 TL, 100 TL'ye 30 TL indirim, *Push Notification* çalışması, ücretsiz teslimat, e-mailing ve mutfak kategori bazlı indirim gibi teşviklerin söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, ilgili belgelerden OD teslimat modelini yaygınlaştırabilmek adına süreç boyunca platformda hâlihazırda faaliyet gösteren restoranlara, OD teslimat modeline geçmeleri halinde çeşitli tekliflerin iletildiği ve restoranların ilgili teklifleri kabul etmesi veya kendilerinin talep etmesi halinde söz konusu hizmetin belirtilen avantajlarla birlikte sağlandığı anlaşılmaktadır.
- (249) 11.01.2024 tarihli Bulgu-31'de "Abi seninle çalışmayı arzuladığım bir konu da burasıydı. Seninle konuştugumuz VD alimlerine devam edelim, icerde switch edelim, 2 ay 20+KDV ile daha iyi bir hosgeldin sunalım, gelsinler kalsınlar şeklinde." ifadelerinden VD teslimat modeli ile alımların devam etmesi ve bu kapsamda platforma yeni üye olan restoranlara, hâlihazırda faaliyeti olan restoranlara tanındığı gibi çeşitli teşvikler sunulması ihtimalinin tartışıldığı anlaşılmaktadır.
- (250) Daha önce de belirtildiği üzere, YEMEK SEPETİ tarafından OD teslimat modeli zorunlu tutulmamakta ancak bu modele geçilmesi halinde çıkış yapılması belirli bir KURAL SETİ'ne dayanmaktadır. 28.11.2023 tarihli Bulgu-13'te YEMEK SEPETİ'nin OD teslimat sisteminden çıkış için oluşturduğu KURAL SETİ'nin olgunlaşmaya başladığı

görülmektedir. İlgili belgede yer alan ifadelere göre, bir restoranın 60 gün boyunca OD teslimat modeli ile faaliyet göstermiş olması ön koşuluyla, restoran, haftalık siparişleri arasında %30 oranında düşüş olması veya son bir aylık lojistik iptal oranının %4 ve üzerinde olması halinde teslimat modelini değiştirebilecektir. İlgili belgede özellikle ilk iki haftadan sonra teslimat modeli değişikliğine yönelik çok fazla talep geldiği, gelen şikâyetler sonrası 60 gün olarak belirlenen söz konusu sürenin YEMEK SEPETİ çalışanları tarafından da uzun olduğunun düşünüldüğü ve bu sürenin 30 gün ile sınırlandırılmasında mutabık kalındığı görülmektedir.

- (251) Öneri araştırma sürecince YEMEK SEPETİ'nden hâlihazırda yürürlükte olan KURAL SETİ'ne ilişkin bilgi talep edilmiş olup teşebbüs tarafından kuralların <https://kurumsal.yemeksepeti.com/uye-isyerleri-genel-kural-setleri/> adresinde yayınlandığı belirtilmektedir. Bu çerçevede, 19.12.2023 tarihinde yayınlanan ve soruşturma sürecinde YEMEK SEPETİ tarafından halen geçerliliğini koruduğu belirtilen "Dağıtım Hizmetine İlişkin Kural Seti" başlığında OD teslimat modelinden çıkabilme koşullarına ilişkin iki madde bulunmakta olup detaylara aşağıda yer verilmektedir:

2.1. ÜYE İŞYERİ, ÜYE İŞYERİ TESLİMAT modelinden DAĞITIM HİZMETİ modeline geçmesi halinde ve aşağıdaki koşulların birlikte gerçekleşmiş olması durumunda; DAĞITIM HİZMETİ'ni sonlandırma talebinde bulunabileceğini ve ÜYE İŞYERİ TESLİMATI modeline geçebileceğini kabul ve beyan etmektedir:

- *En az 30 (otuz) gün boyunca DAĞITIM HİZMETİ'nden yararlanmış olması ve*
- *DAĞITIM HİZMETİ aldığı süre içerisinde kendisine iletilen haftalık ortalama sipariş sayısı ile DAĞITIM HİZMETİ almadan önceki dönemde kendisine iletilen haftalık ortalama sipariş sayısı arasında %30 (yüzde otuz) veya daha fazla bir azalma yaşanmış olması.*

2.2 ÜYE İŞYERİ,

(i) YEMEK SEPETİ SİSTEMİ'ne dâhil olurken DAĞITIM HİZMETİ'ni tercih etmesi halinde veya

(ii) ÜYE İŞYERİ TESLİMAT modelinden DAĞITIM HİZMETİ modeline geçmesi halinde ve aşağıdaki koşulların birlikte gerçekleşmiş olması durumunda; DAĞITIM HİZMETİ'ni sonlandırma talebinde bulunabileceğini ve ÜYE İŞYERİ TESLİMATI modeline geçebileceğini kabul ve beyan etmektedir:

- *En az 30 (otuz) gün boyunca DAĞITIM HİZMETİ'nden yararlanmış olması,*
- *Bir ayda en az 30 (otuz) tamamlanmış siparişi olması (ÜYE İŞYERİ tarafından herhangi bir gerekçeyle iptal edilen veya KULLANICILAR tarafından iade edilen veya cayma hakkına konu olan siparişler tamamlanmış sipariş sayılmayacaktır) ve*
- *Son 30 (otuz) gün içerisinde siparişlerinin %4'ünün (yüzde dördünün) veya daha fazlasının DAĞITIM HİZMETİ kaynaklı iptal edilmiş olması."*

- (252) Teslimat modeli değişikliğine yönelik olarak getirilen kurallar ile teslimat hizmetinde kalma süresinin 30 gün ile sınırlandırılması, Bulgu-13'te yer verilen hususları doğrular

niteliktedir. Bununla birlikte Bulgu-13'ün aksine kural setlerinin nihai halinde, koşulların birlikte karşılanmış olması şartı aranmaktadır.

- (253) 14.12.2023 tarihli Bulgu-19'da, OD KURAL SETİ'nin satıcı portalında duyurulması gerektiği, aksi takdirde mevzuata aykırılık teşkil edeceği belirtilmekte; restoranları teslimat modeli değişikliğine teşvik etmeyecek şekilde *"OD kural setleri hazırlanmıştır"* şeklinde sade bir ifade ile restoranlara duyuru yapılması önerilmektedir. 18.12.2023 tarihli Bulgu-21'de sitede yapılacak duyuru içeriğine yer verilmekte olup kural setlerinin 19.01.2024 tarihinden itibaren geçerli olacağı ve söz konusu ifadenin 6563 sayılı Kanun kapsamında gerçekleştirilecek olası bir inceleme için alınmış bir önlem olduğu belirtilmektedir.
- (254) 03.01.2024 tarihli Bulgu-24'te dağıtım hizmetlerine ilişkin KURAL SETİ'nin yayınlandığı dönem ve yürürlüğe gireceği tarih öncesinde restoranlar tarafından iletilen kendi kurye hizmetlerine geçme talepleri ve şikâyetlerine yönelik nasıl bir aksiyon alınacağı tartışılmaktadır. Bu kapsamda Bulgu-21'de yer verildiği üzere kural setleri 19.01.2024 itibarıyla yürürlüğe gireceğinden, bu tarih sonrasında KURAL SETİ'ne uymayan restoranların geçiş taleplerinin kabul edilmeyeceği, bununla birlikte duyurunun yayınlanma tarihi olan 19.12.2023'ten önce gelen taleplerden kaçınılamayacağı, ciddi görülen taleplerin kabul edilebileceği, hâlihazırda bekleyen 2.700 adet talep olduğu belirtilmektedir. 04.01.2024 tarihli Bulgu-25'te geçiş taleplerinin azaltılması hedefi kapsamında YEMEK SEPETİ çalışanları tarafından restoranların aranacağı anlaşılmaktadır. İlaveten, KURAL SETİ'ne uymayan restoranlara KURAL SETİ'ne uymadıklarına yönelik bir e-posta atılması tartışılmakta ve KURAL SETİ'nin 19.01.2024 itibarıyla yürürlüğe girecek olması sebebiyle bu yönde yazılı bir e-posta atılmasının 6563 sayılı Kanun kapsamında sakıncalı olduğu belirtilmektedir.
- (255) Yerinde inceleme belgelerinden KURAL SETİ oluşturma ihtiyacının temelinde restoranların faaliyetlerine OD teslimat modeli ile devam etmek istememesinin ve kısa süre içinde teslimat modeli değişikliği talep etmesinin yattığı değerlendirilmektedir. Zira YEMEK SEPETİ tarafından gönderilen cevabi yazıda da KURAL SETİ ile birlikte hizmet için katlanılan maliyette ortaya çıkacak belirsizlik ve sistemsel aksaklıkların önüne geçilmeye çalışıldığı ifade edilmektedir. Restoranlar tarafından bakıldığında ise OD teslimat modelinden çıkma taleplerinin temel nedeninin YEMEK SEPETİ kuryeleri ile alınan hizmetten memnun kalınmaması ve komisyonların yüksek olması üzerine yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. 23.10.2023 tarihli Bulgu-8, 02.12.2023 tarihli Bulgu-16, 15.12.2023 tarihli Bulgu-20, 27.12.2023 tarihli Bulgu-22, 02.01.2024 tarihli Bulgu-23 ve 10.01.2024 tarihli Bulgu-29 söz konusu hususun örnekleridir. Bulgu-8'de kuryelerin siparişleri geç kabul etmesi, siparişlerin iptal edilmesi, OD teslimat modelinde nakit ödeme ve yemek kartı ile ödeme seçeneklerinin kullanılamaması şikâyet edilmekte olup OD teslimat modelinin zaman, müşteri ve kâr kaybına neden olduğu ifade edilmektedir. Bulgu-16'da restoran sahibi tarafından, OD teslimat modeline geçildikten sonra, kilometre sınırı nedeniyle bazı bölgelere hizmet verilemediği, siparişlerin sisteme geç düştüğü, kuryelerin siparişler için geç geldiği veya hiç gelmediği, tüm bu hususların müşteri memnuniyetsizliğine sebep olduğu ve % (.....) komisyon oranına rağmen iyi bir hizmet alınamadığı belirtilmektedir. Bulgu-20'de de benzer sorunlara değinilmektedir. 27.12.2023 tarihli Bulgu-22'de ve 02.01.2024 tarihli Bulgu-23'te kurye sisteminin aksaklığından şikâyet edilmekte, Bulgu-22'de ayrıca yüksek komisyon oranlarına değinilmektedir. Bulgu- 45'ten YEMEK SEPETİ'nin kuryesinin teslim alanının kısıtlı olduğu ve akşam saatleri ve yağmurlu günlerde kurye bulunamaması nedeniyle restoranın cirosunun olumsuz etkilendiği anlaşılmaktadır.

(256) Bulgu-29'da da (.....) adlı restoran yetkilisi tarafından YEMEK SEPETİ'nden aldıkları OD teslimat hizmeti nedeniyle sorunlar yaşadıkları ve OD teslimat modelinden çıkarılmak istendiği belirtilmektedir. Öneri sürecinde restorandan bilgi talep edilmiş ve cevabi yazıda, YEMEK SEPETİ'nden yalnızca kurye bulamadıkları kısa bir dönem boyunca hizmet aldıkları ve hâlihazırda kendi kuryeleri ile çalıştıkları belirtilmiştir. Benzer şekilde, 15.01.2024 tarihli Bulgu-32'de (.....) adlı restoran yetkilisi tarafından kendi teslimat hizmetine geçme talebi iletilmekte, bu talebin sekizinci talep olduğu ve herhangi bir dönüş sağlanmadığı belirtilmektedir. (.....)'ya benzer şekilde teşebbüs tarafından gönderilen cevabi yazıda da hâlihazırda kendi kuryelerini kullandıkları ifade edilmektedir. Nitekim 27.01.2024 tarihli Bulgu-39'dan (.....) adlı restoran yetkilisinin bir hafta boyunca VD teslimat modeline geçiş için uğraş verilmesine rağmen dönüş alamadığı, kendi kuryesi ile hizmet sağlayabilmek adına üç adet motor satın aldığı ve üç adet kuryeyi istihdam ettiği ancak kendi imkânları ile hizmet veremediği anlaşılmaktadır. Öneri sürecinde söz konusu restorandan da bilgi talep edilmiş olup teşebbüs tarafından OD ile teslimat sağlanması teklifinin YEMEK SEPETİ'nden geldiği, herhangi bir zorunluluğa tabi olunmadığı, çıkış sürecinin zorlaştırıldığı ancak hâlihazırda kendi kuryeleri ile çalışmaya geçebildikleri belirtilmiştir. Bulgu-40'da bir restoranının sözleşmesini feshetmek istediği ancak bu talebe cevap verilmediği ve YEMEK SEPETİ'nin kasti ve kötü niyetli olduğu iddia edilen davranışları sebebiyle restoranın ekonomik kayba uğradığı belirtilmektedir.

(257) Yerinde incelemede elde edilen belgelere ek olarak soruşturma sürecinde bilgi talep edilen bazı restoranlar tarafından da;

- YEMEK SEPETİ'nin kurye sayısının yetersiz olduğu,
- YEMEK SEPETİ kuryelerinin hijyene önem göstermediği, müşteri ve firma ile olan ilişkiler bakımından yetersiz olduğu,
- YEMEK SEPETİ kuryeleri kullanılması durumunda siparişlerin geç alınması, hiç alınmaması veya teslim edilen ürünlerin eksik veya hasarlı olması gibi durumlarla karşılaşıldığı,
- YEMEK SEPETİ kuryelerinin olumsuz hava şartlarında veya sipariş yoğunluğu yaşandığı dönemlerde çalışmadığı veya paketi iptal ederek restoranlara haber vermediği, söz konusu durumun müşteri ile restoran arasındaki iletişimi sekteye uğrattığı ve müşteri memnuniyetsizliğine yol açtığı,
- İptallerin YEMEK SEPETİ kuryesinden kaynaklanmasına rağmen ürünün restorana iade edilmediği, ürün bedelinin restorana iadesi ve faturalamaların gerçekleştirilmediği,
- Komisyon oranlarının çok yüksek olması sebebiyle restoranın kendi kuryesi ile hizmet vermesinin daha kârlı olduğu

ifade edilmektedir.

(258) İlgili belgelerden ve cevabi yazılardan restoranların teslimat modelini değiştirme sebeplerini kurye ve siparişlere yönelik şikâyetlerin oluşturduğu görülmektedir. Kurye ile yaşanan problemlerin yanı sıra hâlihazırda kendi kuryeleri ile faaliyet gösteren restoranlara OD teslimat modelinin şart koşulması, ilgili restoranların ilave bir maliyete de katlanmasına neden olmaktadır.

(259) Keza restoranların söz konusu şikâyetlerine konu hususlar YEMEK SEPETİ çalışanları tarafından da tespit edilmiştir. Bulgu-26'da restoranlar tarafından iletilmiş 129 adet geçiş talebine ilişkin detaylara yer verilmiş olup bu restoranların %33'ünün KURAL

SETİ'ne uyduğu ve geçiş taleplerinin ana nedenlerinin lojistik kaynaklı iptaller, siparişlerde düşüş ve kurye sorunu olduğu ifade edilmektedir. Benzer şekilde, Bulgu-27'de yer alan Sosyal Medya Kategorizasyonu çalışması kapsamında sosyal medya üzerinden en fazla şikâyet alınan konuların; VD teslimat modeline geçiş talebi şikâyetleri, kurye/lojistik şikâyetleri, fatura ve ödeme sorunları, menü talebi şikâyetleri ve listeleme sorunu olduğu anlaşılmaktadır.

- (260) 17.01.2024 tarihli Bulgu-33'te (.....) adlı restoran yetkilisi tarafından OD teslimat modelinden çıkmak istedikleri, istenildiği zaman teslimat modelinin değiştirilebileceğine yönelik beyanların aksine ilgili modelden çıkmak için iki aydır mücadele edildiği ifade edilmektedir. 20.01.2024 tarihli Bulgu-36'da (.....) adlı restoranın OD teslimat modelinden çıkmak istediği görülmekte olup önaraştırma sürecinde teşebbüs tarafından; YEMEK SEPETİ'nin restoranı ikna sürecinde 2024 Ocak ayı itibarıyla OD teslimat modelinin zorunlu olacağını ve mevcut durumda hizmeti satın alanların indirimli komisyon oranlarından devam edeceğini belirttiği, OD teslimat modelinden memnun olunmadığı, son bir aydır kendi kuryesi ile dağıtım modeline geçiş yapmak istemesine rağmen dönüş alamadığı ifade edilmiştir. Benzer şekilde Bulgu-44'ten restoranın çok sayıda geçiş talebi oluşturmalarına rağmen YEMEK SEPETİ'nden herhangi bir dönüş alamadığı anlaşılmaktadır.
- (261) Yukarıda yer alan bilgiler doğrultusunda, istedikleri zaman VD teslimat modeline geçebilecekleri belirtilen restoranların bu yöndeki taleplerini YEMEK SEPETİ'ne ilettiklerinde çoğunlukla olumlu dönüş alamadıkları ve YEMEK SEPETİ tarafından sürecin zorlaştırıldığı görülmektedir. Yerinde inceleme belgelerindeki restoran ifadelerinden söz konusu taleplerin oldukça kısa bir süre içerisinde gerçekleştirilebilecek bir değişiklik olduğu anlaşılmaktadır. Zira Bulgu-23'te bir restoranın YEMEK SEPETİ haricinde TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK gibi platformlarla çalışıldığı ve 30.12.2023 tarihinde TRENDYOL YEMEK'in kurye hizmetinden çıkış talebinin üç gün içinde gerçekleştirildiği belirtilmektedir. Benzer şekilde 27.01.2024 tarihli Bulgu-38'de yer alan *"Yemeksepeti restoran satıcısıyım kendi kuryeme geçmek istedim, 15 gündür istediğim değişiklik yapılmadı. 20 ye yakın müşteri temsilcilerine kayıt oluşturdum, 40 50 tane mail attım. Hiçbir şekilde dönüş yapılmıyor..."* ifadeleri bu durumu doğrular niteliktedir. İlgili belgede ayrıca benzer taleplerin TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK'e de iletildiği, sırasıyla bir saat ve 15 dakika içinde söz konusu taleplerin yerine getirildiği ifade edilmektedir.
- (262) Dolayısıyla TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK gibi platformlarda çok kısa sürede gerçekleştirilebilen teslimat yöntemi değişikliğinin YEMEK SEPETİ'nde oldukça uzun bir sürede gerçekleştirildiği veya teslimat yöntemi değişikliğine izin verilmediği, restoranların üye olması esnasında diledikleri zaman kendi kuryeleri ile çalışabilecekleri belirtilmesine rağmen sürecin zorlaştırıldığı anlaşılmaktadır. Öte yandan 22.01.2024 tarihli Bulgu-37'de (.....) yetkilisi tarafından 24.01.2024 tarihine kadar bir şubesinin VD teslimat modelinden OD teslimat modeline geçişi talep edilmiş olup talebin aynı gün içerisinde yerine getirildiği görülmektedir. Dolayısıyla yerinde inceleme belgelerinden, VD teslimat modelinden OD teslimat modeline geçiş talebi aynı gün içinde gerçekleştirilirken tersi durumun haftalar aldığı ve hatta bazı durumlarda gerçekleştirilmediği görülmektedir.
- (263) İlâveten 09.01.2024 tarihli Bulgu-28'de yer alan *"(.....)'nun VD kalan şubelerinde sipariş düşüşü %11. Yani dönemsellik etkisiyle %10-15 arası bir sipariş düşüşü kabul edilebilir gözüküyor...OD şubelerinde genelde siparişler yükselmiş. %11'den fazla düşüş yaşayan 7 şube var...Hem marka tarafından sağlanan operasyonel hizmet hem bizim*

operasyonel performansımız epey kötü. Özellikle restoran iptal oranları çok yüksek. ...kontrollerinizi rica ederim “ ifadelerinden YEMEK SEPETİ'nin hem platform hem de restoran tarafından sağlanan kurye hizmetlerini yakından incelediği ve sipariş düşüşlerini kontrol altında tutabilmek adına söz konusu sorunların tespiti için çalıştığı anlaşılmaktadır.

- (264) 11.01.2024 tarihli Bulgu-30'da YEMEK SEPETİ (.....) tarafından SEPETTE100 kampanyasına ilişkin olarak iletilen “*Ya markaları alırken OD'ye geçişe ikna edeceğiz, 2) ya da ağırlıklı OD markaları üzerinden kurgulayacağız*” ifadeleri yer almaktadır. Ayrıca, VD teslimat modelinin büyütülmesinin kısa dönemde büyüme sağlayacağı ancak uzun dönemde gerçekçi bir büyüme olmayabileceği ve OD teslimat modelinin daha iyi bir deneyim sağlayacağı belirtilmektedir. Yanı sıra Bulgu-34'de yer alan “*Bu od büyütme hedefimizi olumsuz etkileyip vd ye yönlendirme gibi bi sonuç doğurabilir :/*” ifadeleri de YEMEK SEPETİ'nin OD teslimat modelini büyütme hedefini ortaya koymaktadır. Bu bakımdan Bulgu-37'de yer verilen teslimat yöntemi değişikliğine yönelik yaklaşım farklılığının temelinde de YEMEK SEPETİ'nin uzun vadede OD teslimat modeli ile büyüme sağlayacağı düşüncesinin yattığı değerlendirilmektedir.
- (265) 29.01.2024 tarihli Bulgu-41'de Ticaret Bakanlığı yetkilileriyle gerçekleştirilen toplantı notları aktarılmaktadır. İlgili toplantıda söz konusu Bakanlığa iletilen teslimat modeli değişikliğine izin vermeme ve bölge kısıtlaması gibi sebeplerle YEMEK SEPETİ şikâyetlerinin artış gösterdiği, özellikle yeni açılan restoranlar bakımından neden OD teslimat modeli ile çalışılmak istendiğinin sorgulandığı belirtilmekte ve OD teslimat modelinin avantajlarının Bakanlığa aktarıldığı belirtilmektedir. İlgili belgeden dosya konusu iddiaların Ticaret Bakanlığı nezdinde de incelemeye alındığı anlaşıldığından Bakanlıktan önaraştırma döneminde YEMEK SEPETİ'nin söz konusu eylemlerine ilişkin olarak yürütülen bir inceleme ve/veya alınan bir aksiyon olup olmadığı hakkında hem yazılı olarak bilgi talep edilmiştir. Ticaret Bakanlığı tarafından gönderilen cevapta;
- Bakanlık bünyesinde 26.01.2024 tarihinde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Ankara Ticaret Odası, İstanbul Ticaret Odası, Ankara Pastacılar Şekerciler Tatlıcılar Esnaf Odası ve Ankara Lokantacılar Kebapçılar Köfteciler Esnaf Odası temsilcilerinin katılımı,
 - 29.01.2024 tarihinde ise YEMEK SEPETİ, TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK temsilcilerinin katılımı
- (266) ile iki ayrı toplantı düzenlenerek çevrim içi platformlarda faaliyet gösteren yemek sektöründeki satıcıların sorunları ve bunlara yönelik platformların görüşleri ile geliştirilebilecek çözüm önerileri hakkında konuşulduğu, ancak Bakanlık bünyesinde yürütülen herhangi bir inceleme bulunmadığı belirtilmektedir. (.....).
- (267) Yerinde inceleme belgelerinin ve cevabi yazıların ele alındığı bu aşamaya kadar elde edilen bulgular göz önünde bulundurulduğunda aşağıdaki çıkarımlar yapılabilecektir:
- YEMEK SEPETİ'nin üye restoranlarla akdettiği sözleşmelerde bu yönde bir hüküm olmamasına karşın yeni üyeliklerde restoranların platforma kaydolma sürecinde OD teslimat hizmetini zorunlu kıldığı izlenimi edinilmektedir ancak bu noktada yeknesak bir uygulamanın varlığından bahsetmek güçtür. Zira yeni üyelerden bazıları ilk etapta kısa bir süreliğine OD teslimat modelini zorunlu olarak kullansa da bireysel çabaları neticesinde bu modelden çıkabilmiştir.
 - YEMEK SEPETİ'nin hâlihazırda platforma üye olan restoranlara ise OD teslimat modeline geçmeleri konusunda herhangi bir zorlama ve/veya baskı yapmadığı anlaşılmaktadır ancak restoranları belirli süreler ile komisyondan muaf tutma,

restoranlara platformda görünürlük desteği verme, nihai kullanıcılardan gönderim ücreti almama, teslimat kaynaklı gelen kötü yorumları silme gibi avantajlarla OD teslimat modelini kabul etmeleri için ikna ettiği izlenimi edinilmektedir.

- YEMEK SEPETİ'nin ilk başlarda hâlihazırda VD teslimat modeli ile faaliyet gösteren restoranlar devredilse/el değiştirse dahi OD teslimat modelini zorunlu kıldığı ancak sonraki süreçte bu yaklaşımını değiştirdiği ve OD teslimat modeli zorunluluğuna dair bir istisna tanıdığı anlaşılmaktadır.
- YEMEK SEPETİ'nin platforma zorunlu olarak OD teslimat modeli ile kaydı gerçekleştirilen veya ikna yoluyla modele dâhil edilen restoranlara bir ay boyunca OD teslimat modelinde kalmaları ve sonrasında istedikleri zaman kendi kuryeleri ile teslimat sağlayabilecekleri yönünde bilgi sağladığı görülmektedir. Süreç içerisinde restoranların OD teslimat modelinden memnun kalmadıkları, bu yönde YEMEK SEPETİ'ne iletilen şikâyetlerin büyük çoğunluğunu;
 - OD teslimat modeline geçildikten sonra kilometre sınırı nedeniyle bazı bölgelere hizmet verilememesi,
 - Olumsuz hava şartlarının yaşandığı veya trafik yoğunluğu olduğu durumlarda YEMEK SEPETİ'nin tek taraflı olarak restorandan habersiz bir şekilde sistemi kapatması,
 - Siparişlerin sisteme geç düşmesi, kuryelerin siparişleri karıştırmaması, siparişleri almaya geç gelmesi veya hiç gelmemesi,
 - Kurye sayısının yetersiz olması,
 - İptal edilen siparişlerin restorana bildirilmemesi nedeniyle restoranın maliyetlerinin artması ve ciro kaybı yaşanması,
 - Nakit ödeme ve yemek kartı ile ödeme seçeneklerinin OD teslimat modelinde kullanılamaması,
 - YEMEK SEPETİ kuryelerinin bazı bölgelerde çalışma saatlerinin kısıtlı olması,
 - Tüm bu hususların siparişlerin soğumasına, iptaline veya müşteri memnuniyetsizliğine sebep olması

gibi hususların oluşturduğu görülmektedir.

- YEMEK SEPETİ'nin gerek söz konusu şikâyetleri bertaraf etmek gerekse de 6563 sayılı Kanun ve E-Ticaret Yönetmeliği kapsamındaki yükümlülüklerini yerine getirmek adına restoranların OD teslimat modelinden çıkışını 19.01.2024 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren bir KURAL SETİ'ne bağladığı ve KURAL SETİ'ne uymayan restoranların teslimat modeli değişikliği taleplerini olumsuz olarak değerlendirdiği anlaşılmaktadır.
- Söz konusu KURAL SETİ'nin yeni sözleşmelere eklenmesi yönünde çaba sarf edildiği, KURAL SETİ yayınlanmadan önceki dönemde akdedilen sözleşmeler kapsamında geçiş talebi ileten restoranlar bakımından YEMEK SEPETİ çalışanları arasında yeknesak bir uygulama olmadığı ve ciddi görülen taleplerin yerine getirildiği, buna karşın bazı taleplerin yerine getirilmediği görülmektedir.
- Dosya konusu şikâyetlerin Ticaret Bakanlığına da iletiliği anlaşılmaktadır.

I.6.3. Dosya Konusu Davranışların 4054 Sayılı Kanun Kapsamında Değerlendirilmesi

- (268) YEMEK SEPETİ'nin söz konusu eylemleri 4054 sayılı Kanun'un 4. veya 6. maddesi kapsamında bağlama uygulaması ve 6. maddesi kapsamında haksız sözleşme şartları teorisi altında ele alınabilmektedir. Bu çerçevede öncelikle bağlama uygulamasının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ele alınıp alınamayacağı incelenmiş, akabinde 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamındaki değerlendirmelere yer verilmiştir.

I.6.3.1. YEMEK SEPETİ'nin Dosya Konusu Davranışlarının 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesi Kapsamında Değerlendirilmesi

- (269) Bağlama uygulamaları, 4054 sayılı Kanun'un hem 4. hem de 6. maddeleri kapsamında incelenebilmektedir. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin birinci fıkrası; *"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 anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır."* hükmünü haizdir. Aynı maddenin ikinci fıkrasının (f) bendinde ise; anlaşmanın niteliği veya ticarî teamüllere aykırı olarak, bir mal veya hizmet ile birlikte diğer mal veya hizmetin satın alınmasının zorunlu kılınması veya aracı teşebbüs durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın ya da hizmetin diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da arz edilen bir mal veya hizmetin tekrar arzına ilişkin şartların ileri sürülmesi, yasak hallere örnek olarak verilmektedir.
- (270) Bu çerçevede, teşebbüsler arasındaki anlaşmanın niteliğine veya ticari teamüllere aykırı olarak, bir mal veya hizmet ile birlikte diğer mal veya hizmetin satın alınmasının zorunlu kılınmasını konu edinen uygulama ve anlaşmalar hukuka aykırı addedilmektedir. Şu hâlde, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ikinci fıkrasının (f) bendi kapsamında hukuka aykırı bir davranışın söz konusu olması için gerekli olan unsurlar;
- i) İki mal veya hizmetin birlikte satılmasını konu alan bir anlaşma veya uygulamanın olması,
 - ii) Alıcının, söz konusu iki mal veya hizmetten birini satın alabilmek için, diğer mal veya hizmetin satın almasının zorunlu kılınması,
 - iii) Söz konusu iki mal veya hizmetin ayrı ürün/hizmet olarak kabul edilmesi
- olarak sıralanabilmektedir.
- (271) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un (Dikey Kılavuz) 208. paragrafında ise; sağlayıcının bir ürünün satışında farklı bir ürünün kendisinden veya kendi belirlediği bir başkasından satın alınması koşulu getirmesi durumu "bağlama" olarak nitelendirilmektedir. Bu anlamda, en geniş tabiri ile bağlama uygulaması, sağlayıcı konumundaki bir teşebbüsün, bir mal veya hizmetin tedarikini, alıcının ayrı bir mal veya hizmeti de tedarik etmesi koşuluna bağlamasıdır.
- (272) Bununla birlikte Kurulun geçmiş tarihli kararlarında⁸⁵, bağlama davranışının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin (f) bendi kapsamında değerlendirilebilmesi için ürünlerin birlikte satılması konusunda soruşturma tarafı teşebbüsler arasında karşılıklı bir

⁸⁵ Kurulun 05.08.2009 tarihli ve 09-34/786-191 sayılı kararı, 05.08.2009 tarihli ve 09-34/786-191 sayılı kararı, 05.08.2009 tarihli ve 09-34/787-192 sayılı kararı, 28.04.2011 tarihli ve 11-26/497-154 sayılı kararı, 04.07.2012 tarihli ve 12-36/1048-334 sayılı kararı, 01.11.2012 tarihli ve 12-53/1506-525 sayılı kararı, 11.01.2018 tarihli ve 2018-1-107 sayılı kararı, 01.04.2021 tarihli ve 21-18/229-69 sayılı kararı.

iradenin varlığının bulunması gerektiği, eş deyişle sağlayıcı ve alıcı konumundaki taraflar arasında bağlama yapma konusunda bir anlaşmanın ya da bağlama uygulamasının koşullarına yönelik bir mutabakatın bulunması gerektiği değerlendirilmiştir.

- (273) İlâveten, taraflar arasında bağlama uygulamasına ilişkin şeklen bir sözleşme yapılmış olsa dahi, sağlayıcı ve alıcı konumundaki taraflar arasında alıcının seçim özgürlüğünü kısıtlayıcı nitelikteki bir hükmün tarafların karşılıklı irade uyuşmasının sonucunda ortaya çıktığının ileri sürülemeyeceği, dikey anlaşmalarda tarafların karşılıklı mutabakatı ile alıcıya veya satıcıya birtakım kısıtlamaların getirilmesinin yaygın olduğu ancak bu tür kısıtlamaların getirildiği anlaşmalarda çoğunlukla kısıtlama getirilen tarafların bu kaybının kendilerine sağlanan bazı imkânlar veya ayrıcalıklarla telafi edildiği ve böylece tarafların rızasının sağlandığı değerlendirilmiştir.
- (274) Özetle, ilgili kararlarda bağlama davranışının 4. madde kapsamında değerlendirilmesi için danışıklı bir ilişki sonucu rekabetin sınırlandırılmasının gerektiği değerlendirilmiş ve teşebbüsün tek taraflı bir uygulamasına ilişkin olduğu durumlarda inceleme konusunu davranış, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında ele alınmıştır.
- (275) Gerek dosya konusu şikâyetler, gerek "*1.3. Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler*" başlıklı bölümde yer verilen yerinde inceleme belgeleri gerekse restoranlardan elde edilen cevabi yazılar incelendiğinde kurye hizmetlerinin restoranlara zorunlu kılınmasının yalnızca YEMEK SEPETİ'nin iradesini yansıttığı anlaşılmaktadır. Zira YEMEK SEPETİ'nin üye restoranlarla akdettiği sözleşmelerde bu yönde bir hüküm olmamasına karşın yeni üyeliklerde restoranların platforma kaydolma sürecinde OD teslimat hizmetini zorunlu kıldığı, hâlihazırda platforma üye olan restoranlara ise OD teslimat modeline geçmeleri konusunda herhangi bir zorlama ve/veya baskı yapmadığı, gerek şikâyetleri bertaraf etmek gerekse de 6563 sayılı Kanun ve E-Ticaret Yönetmeliği kapsamındaki yükümlülüklerini yerine getirmek adına restoranların OD teslimat modelinden çıkışını 19.01.2024 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren bir KURAL SETİ'ne bağladığı, söz konusu KURAL SETİ'nin yeni sözleşmelere eklenmesi yönünde çaba sarf ettiği ve restoranların birçoğunun YEMEK SEPETİ'nin teslimat hizmeti olan OD teslimat modelinden çıkarak VD teslimat modeline geçiş yapmak istediği görülmektedir.
- (276) Dolayısıyla dosya konusu davranışın özellikle YEMEK SEPETİ'nde ilk kez faaliyet gösterecek teşebbüsler bakımından YEMEK SEPETİ'nin tek taraflı bir eylemi sonucunda ortaya çıktığı, sağlayıcı konumundaki YEMEK SEPETİ ile alıcı konumundaki restoranlar arasında sözleşme imzalanmış olsa dahi sonrasında önemli bir oranda teşebbüsün çıkma talebinin mevcut olduğu ancak bu taleplerin büyük çoğunlukla reddedildiği dikkate alındığında, herhangi bir irade uyuşmasının varlığının kabul edilemeyeceği, platformda hâlihazırda faaliyeti bulunan teşebbüsler bakımından ise herhangi bir zorlamanın söz konusu olmaması ve tercihin tam anlamıyla teşebbüse bırakılması; sonrasında geçiş talebinin reddedilmesi söz konusu olduğunda ise bu hususun YEMEK SEPETİ'nin tek taraflı bir davranışı olması nedeniyle de irade uyuşmasından söz edilemeyeceği değerlendirildiğinden, Kurulun geçmiş tarihli kararları da dikkate alınarak dosya konusu davranışların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ele alınamayacağı sonucuna varılmıştır.

1.6.3.2. YEMEK SEPETİ'nin Dosya konusu Davranışlarının 4054 sayılı Kanun'un 6. Maddesi Kapsamında Değerlendirilmesi

- (277) 4054 sayılı Kanun'un "Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması" başlıklı 6. maddesinde bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı

anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanmasının hukuka aykırı ve yasak olduğu düzenlenmiştir. Aynı maddenin ikinci fıkrasında, sınırlayıcı olmamak üzere kötüye kullanım hallerinin özellikle şunlar olduğu hükme bağlanmıştır:

- *Ticarî faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler,*
- *Eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan veya dolaylı olarak ayrımcılık yapılması,*
- *Bir mal veya hizmetle birlikte, diğer mal veya hizmetin satın alınmasını veya aracı teşebbüsler durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın veya hizmetin, diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da satın alınan bir malın belirli bir fiyatın altında satılmaması gibi tekrar satış halinde alım satım şartlarına ilişkin sınırlamalar getirilmesi,*
- *Belirli bir piyasadaki hâkimiyetin yaratmış olduğu finansal, teknolojik ve ticarî avantajlardan yararlanarak başka bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemler,*
- *Tüketicinin zararına olarak üretimin, pazarlamanın ya da teknik gelişmenin kısıtlanması.*

(278) Kanun'un 6. maddesinde yasaklanan eylemleri genel itibarıyla sömürücü, ayrımcı ve dışlayıcı nitelikteki eylemler olarak gruplamak mümkündür. Sömürücü eylemler, esas olarak hâkim durumdaki teşebbüsün müşterilerinden aşırı fiyatlama veya benzer yollarla değer transferini hedef alan eylemlerdir. Ayrımcılık ile hâkim durumdaki teşebbüs, ilgili piyasada var olan rekabet şartlarını kendi lehine çevirmeye çalışmaktadır. Dışlayıcı eylemlerin kapsamına ise hâkim durumdaki teşebbüsün rakiplerini pazar dışına itmeye yönelik eylemleri girmektedir.

(279) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ikinci fıkrasında sayılan kötüye kullanma hallerine yönelik olarak yukarıda yer verilen şekilde üçlü bir ayrıma gidilmemiştir. Kılavuz'un 5. paragrafında ifade edildiği üzere, uygulamada bu davranışların incelenen her bir olay bakımından birbirinden tamamen ayrılması mümkün olamamaktadır. Bir başka deyişle, Kurulun incelediği bir davranış 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ikinci fıkrasında sayılan hallerden birden fazlasına örnek teşkil edebilmekte ya da aynı anda birden fazla kötüye kullanma kategorisinin özelliklerini gösterebilmektedir. İlave olarak Kurulun incelemelerinde asıl olanın, iktisadi bir bakış açısıyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ihlal edilip edilmediği olduğu ve davranışın maddede sayılan hallerden birine bütünüyle uygunluk göstermesinin aranmadığı belirtilmelidir⁸⁶.

(280) Dosya kapsamında yer alan başvurular incelendiğinde, en temelde çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda bulunan YEMEK SEPETİ'nin, bu pazardan aldığı güçle kendisinden çevrim içi yemek siparişi-servisi hizmeti almak isteyen restoranlara çevrim içi yemek siparişine yönelik kurye hizmetini zorunlu tuttuğu; eş deyişle söz konusu iki hizmeti bağlı halde sunduğu iddia edilmektedir. Bu bilgiler ışığında, YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olduğu varsayımı altında söz konusu eylemlerinin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında sömürücü ve dışlayıcı etkilere neden olup olmayacağı değerlendirilmiştir. İlgili davranışın çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ve çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri pazarları bakımından dışlayıcı herhangi bir

⁸⁶ Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, p.5.

etkiye yol açıp açmadığı hususu bağlama teorisi altında incelenmiştir. İlâveten, YEMEK SEPETİ'nin asimetrik pazar gücünü ticari kullanıcılar olan restoranlara tek taraflı belirli uygulamalar/koşullar dikte etmesi şeklindeki davranışları haksız ticari uygulamalar kapsamında ele alınmıştır.

1.6.3.2.1. Bağlama Uygulamasına İlişkin Değerlendirme

1.6.3.2.1.1. Bağlama Uygulamalarına Yönelik Teorik Çerçeve

- (281) Bağlama uygulaması, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin (c) bendinde bir mal veya hizmetle birlikte, diğer mal veya hizmetin satın alınmasına ilişkin şartlar getirilmesi olarak ifade edilmektedir. Hâkim durumun kötüye kullanılması hallerine örnek olarak sayılan bağlama uygulaması, belli şartlar altında 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında yasaklanan eylemlerdendir.
- (282) Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'da (Hâkim Durum Kılavuzu) ise bağlama, genellikle bir ürünü (bağlayan ürün) hâkim durumdaki teşebbüsten satın alan müşterilerin bir başka ürünü (bağlı ürün) de aynı teşebbüsten almasını gerektiren durumlar şeklinde tanımlanmaktadır. Alıcı tarafından asıl olarak talep edilen ürüne "bağlayan ürün", bu ürünle birlikte alınması şart koşulan ikinci ürüne ise "bağlı ürün" adı verilmektedir.
- (283) Bağlama uygulaması kendi içinde "sözleşmesel bağlama" ve "teknolojik bağlama" olarak ikiye ayrılmaktadır. Sözleşmesel bağlama, müşterinin bağlayan ürünü alırken bağlanan ürünü de almayı kabul ettiği durumlarda söz konusudur. Teknolojik bağlama ise teknik veya mekanik olarak birbirlerine bağlanan ürünlerin kolayca birbirinden ayrılmasının mümkün olmadığı, bağlayan ürünün sadece bağlanan ürünle düzgün bir şekilde çalışabilir olduğu koşullarda birlikte satış uygulamasını ifade etmektedir⁸⁷.
- (284) Hâkim Durum Kılavuzu'nda da belirtildiği üzere bağlama, çoğu durumda rekabeti kısıtlayıcı sonuçları olmayan yaygın bir ticari uygulamadır. Hem hâkim durumda olan hem de olmayan teşebbüsler müşterilerine daha iyi ürünler sunabilmek ya da daha az maliyetli tercihler önerebilmek amacıyla bağlama yapabilmektedir. Diğer taraftan hâkim durumdaki teşebbüslerin bağlama uygulamaları, belli şartları taşıması halinde rekabeti kısıtlayıcı sonuçlar da doğurabilmektedir. Bu uygulamalar, pazarda önemli bir güce sahip olan teşebbüse, pazarı kendi lehine kapatmak ve ikinci bir pazarı tekelleştirmek amacıyla kullanabileceği bir kaldıraç sağlamaktadır. Zira bağlama yoluyla hâkim durumdaki teşebbüs, bağlı pazardaki rakipleri için potansiyel müşterilerin sayısını azaltarak var olan rakiplerini pazar dışına itebilmekte ve yeni giriş engelleri yaratabilmektedir. Bağlı pazarın kapanması hâkim durumdaki teşebbüsün bu pazarda daha çok kâr elde etmesini sağlayabileceği gibi bağlayan pazardaki hâkim durumunun güçlenmesine ya da korunmasına da hizmet edebilmektedir.
- (285) Ayrıca bağlama, bağlanan ürün için fiyat kısıtlamalarını da ortadan kaldırmaktadır. Bir ürünün satışının başka bir ürünün satışını artırması, bağlanan ürünün yer aldığı pazardaki rekabeti azaltmaktadır. Bu uygulama ise "stratejik kapama" olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda bağlama uygulamalarının temel olarak rekabete aykırı etkisinin bağlanan pazarın rakiplere kapatılması olduğu söylenebilecektir⁸⁸.

⁸⁷ Rekabet Kurumu (2023), "Dijital Dönüşümün Rekabet Hukukuna Yansımaları", <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/dijital-piyasalar-calisma-metni.pdf>, Erişim Tarihi: 16.10.2024, s.125.

⁸⁸ Andrade, (2019), *Tying: An Economic Analysis of the Google-Android Case*, s. 11-12.

- (286) Hâkim Durum Kılavuzu'na göre, bağlayan pazarda hâkim durumda olan teşebbüsün gerçekleştirdiği bağlama uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğinin değerlendirilmesinde iki faktörün varlığı aranmaktadır:
- Bağlayan ve bağlı ürünlerin iki farklı ürün olması,
 - Bağlama uygulamasının rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açmasının muhtemel olması.
- (287) İlk olarak, bağlama uygulamasının yokluğunda müşterilerin önemli bir kısmı bağlı ürünü almaksızın bağlayan ürünü almış ya da alacak durumdaysa bu ürünlerin iki ayrı ürün olduğu kabul edilmektedir. Bağlı ürün ve bağlayan ürününün iki ayrı ürün olup olmadığının tespitinde, tercih hakkı olduğunda tüketicilerin ürünleri ayrı ayrı aldığına yönelik doğrudan kanıtlar ya da pazarda bağlayan ürün almaksızın bağlı ürünün üretilmesinde ya da satışında uzmanlaşmış teşebbüslerin varlığı gibi dolaylı kanıtlar kullanılabilir.
- (288) İkinci olarak, bağlama uygulamasının bağlayan pazarda, bağlanan pazarda veya her ikisinde rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açması muhtemel olmalıdır. Hâkim Durum Kılavuzu'nun 26. paragrafında rekabet karşıtı piyasa kapamanın oluşup oluşmadığının değerlendirilmesinde dikkate alınacak hususlar şu şekilde sıralanmıştır:
- Hâkim durumdaki teşebbüsün konumu,
 - İlgili pazardaki koşullar,
 - Hâkim durumdaki teşebbüsün rakiplerinin konumu,
 - Müşterilerin ya da sağlayıcıların konumu,
 - İncelenen davranışın kapsamı ve süresi,
 - Fiili piyasa kapamayla ilgili olası deliller,
 - Dışlayıcı stratejiye dair doğrudan veya dolaylı deliller.
- (289) Avrupa Birliği (AB) uygulamasına bakıldığında ise, Komisyon genel olarak bağlama uygulamasının Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın (ABİDA) 102. maddesi kapsamında rekabete aykırı olarak değerlendirilmesi için aşağıda yer alan beş koşulun bir arada bulunması gerektiğini kabul etmektedir:
- Bağlayan ve bağlanan ürünlerin farklı ilgili ürün pazarlarında yer alması,
 - Bağlama uygulamasını gerçekleştiren teşebbüsün bağlayan ürün pazarında hâkim durumda olması,
 - Teşebbüsün tüketicilere, bağlayan ürünü bağlanan üründen bağımsız bir şekilde tek olarak satın alma şansını sunmaması,
 - Bağlama uygulaması sonucunda pazarda rekabet karşıtı etkilerin ortaya çıkması ve
 - Bağlama uygulamasının nesnel olarak gerekçelendirilememesi veya verimlilik sağlanmaması⁸⁹.

⁸⁹ Bağlama testine ilişkin ilk dört unsur Komisyonun *Microsoft (WMP)* kararında açıkça sayılmıştır. Öte yandan kararda bağlama testinin bir unsuru olarak sayılmasa da Komisyon, yasaklanan bir bağlama uygulamasının haklı gerekçe gösterilmesi halinde yasaktan kurtulacağını kabul etmiştir.

I.6.3.2.1.2. Dijital Pazarlarda Bağlama Uygulaması⁹⁰

- (290) Dijital ekonominin ortaya çıkışı, bağlama doktrininin daha da önem kazanmasına neden olmuş ve -başlangıçta birden fazla ürünün kombine satışı için geliştirilmiş olsa da- son on yılda bu doktrin, yazılımın bir işletim sistemine entegrasyonu gibi birçok alanda uygulanmıştır. Dijital pazarlar, sıklıkla tek bir firmanın veya teknolojinin diğerlerine üstün geldiği, kazananın her şeyi aldığı pazarlar olarak adlandırılmaktadır. Buradan hareketle, pazara giriş engellerinin artması ve yenilik yapma güdüsünün azalması, geçici bir tekeli istikrarlı bir tekele dönüştürebilecektir. Daha genel olarak, dijital pazarlarda sunulan hizmetler, bağlama stratejilerini daha yaygın ve uygulanması nispeten kolay hale getirebilecek belirli özelliklere (ölçek ve kapsam ekonomisi, düşük marjinal maliyetler, ağ etkileri ve geri bildirim döngüleri) sahiptir⁹¹. Söz konusu stratejiler; ürün tasarımı, birlikte çalışabilirliği sınırlamak ve farklı ürünler arasında bir ekosistem veya kesintisiz bir arayüz oluşturmak için kullanılabilecektir. Örneğin, bağlama, teşebbüsün bağlı ürün (eş deyişle rekabetçi pazara sahip ürün) için kullanıcı tabanını artırabilecek ve ağ etkileri yaratabilecektir. Böyle bir strateji, söz konusu dijital pazarda bulunan kullanıcılardaki veya çıktılardaki kazanımların kendi kendini güçlendirdiği bir geri bildirim döngüsü sergiliyorsa özellikle güçlü olabilecektir.
- (291) Ayrıca dijital pazarlar bakımından uygulamada ne tür bir davranışın bağlama oluşturduğunu belirlemek zor olabilmektedir. Tüketicileri, tamamlayıcı ürün B'yi satın almak için belirli bir miktarda A ürünü satın almaya zorlayan bir sözleşmedeki maddeler, doğrudan bağlama örneği niteliği taşıırken; dijital pazarlarda bağlama davranışını anlamak daha zor olabilmektedir. Zira bağlama, dijital pazarlarda yeni biçimler alabilecektir. Özellikle tüketiciler, sözleşmeye dayalı veya teknolojik yollarla uygulanan bağlamalara tabi olmak yerine, belirli ürünleri birlikte satın alma yönünde teşvik edilebilecektir⁹².
- (292) Dijital pazarlarda sıklıkla ortaya çıkan ağ etkileri de dijital pazarlarda bağlamaya ilişkin zarar teorileri bakımından bir odak noktası oluşturmaktadır. Ağ etkilerinin önemli olduğu yerlerde bir ürünün değeri, onu kullanan tüketici sayısına bağlı olacağından ağ etkileri, firmaların bağlama yoluyla rekabeti engelleme girişiminde bulunmaları için teşvik edici olabilmektedir. Özellikle firmalar, rakipleriyle etkin bir şekilde rekabet edebilmelerini sağlayacak bir kullanıcı tabanı ve yeterli ağ etkileri elde etmek için bir bağlama eylemi gerçekleştirebilmektedir. Bu tür bir bağlama ise üretilen ek ağ etkilerinden ziyade rakiplerin pazardan çıkışı nedeniyle teşebbüs nezdinde daha kârlı olduğunda rekabete aykırı olarak görülebilecektir.
- (293) Bir diğer strateji, bir pazardaki tekелci pozisyonun (en azından pazarda güçlü bir pozisyona sahip olunmasının) başka bir pazara girmek ve ardından başka bir pazarda rekabeti engellemek amacıyla kullanılmasıdır. "Platform kuşatma" (*platform envelopment*) olarak adlandırılan bu strateji, genellikle bağlama yoluyla sürdürülebilmektedir. Söz konusu strateji, özellikle güçlü bir kullanıcı örtüşmesi olduğunda veya teşebbüslerin paket fiyatında indirimler sağlamasına olanak tanıyan önemli kapsam ekonomilerinin olduğu durumlarda kârlı bir strateji olabilecektir. Rakipler genellikle bu stratejiye ancak bağlayan firmanın pazar gücüne sahip olduğu pazara bir rakip çıkarmanın yollarını bulabilirlerse yanıt verebileceklerdir.

⁹⁰ Rekabet Kurumu (2023), "Dijital Dönüşümün Rekabet Hukukuna Yansımaları", <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/dijital-piyasalar-calisma-metni.pdf>, Erişim Tarihi: 16.10.2024, s.136-141.

⁹¹ OECD (2020), "Abuse Of Dominance in Digital Markets", <https://www.oecd.org/daf/competition/abuse-of-dominance-in-digital-markets-2020.pdf>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

⁹² OECD (2020), s. 43.

- (294) Dijital pazarlarda görülen bağlama uygulamalarından bir diğeri, bir platformun kendi ürün veya hizmetlerini kullanan kullanıcılardan o platformun diğer ürün veya hizmetlerini kullanmasını istemesidir. Söz konusu bağlama uygulamalarıyla teşebbüsler, bir pazardaki güçlerini başka bir pazara aktararak söz konusu ikinci pazardaki pozisyonlarını güçlendirebilmekte ve bağlanan ürün pazarındaki rakiplerin piyasa dışına itilmesine sebep olarak veya pazara yeni teşebbüslerin giriş yapmasını engelleyerek etkin rekabetin işleyişini olumsuz etkileyebilmektedir.
- (295) Son olarak literatürde platformlar tarafından gerçekleştirilen bağlama uygulamalarının “platform içi bağlama” veya “platformlar arası bağlama” olmak üzere iki kategoride ele alınabileceğini belirten görüşler de bulunmaktadır⁹³. Platform içi bağlama, bir platformda sunulan işlevlerin birbirine bağlı olduğu durumları ifade etmekte ve çoğunlukla yalnızca ilgili platformun tüketici tarafını ilgilendirmektedir. Bu bağlamda, platform içi bağlama, çok taraflı bir platform tarafından platform içinde sunulan çeşitli hizmetlerin birbirlerine bağlı olduğu durumlara karşılık gelmektedir⁹⁴. Uygulamada bu, bir hizmetin kullanımının ve/veya katılımının (i) başka bir hizmetin kullanımına veya katılımına bağlı hale getirilmesini veya (ii) bir hizmetin kullanımının otomatik olarak başka bir platform hizmetinin kullanımını veya katılımını tetiklemesini gerektirmesi şeklinde görülmektedir.
- (296) Platformlar arası bağlama ise (en az) iki ayrı platformun birbirine bağlı olduğu durumları ifade etmektedir. Platformlar arası bağlama prensipte hem kullanıcılar hem de platformların ticari müşteri grupları açısından gerçekleşebilmektedir. Bağlama uygulamalarının platformun her iki tarafı açısından da uygulanma olasılığı, çoğunlukla bağlanan platformlar tarafından sunulan işlevlerin hem tüketiciler hem de platformun ticari müşterileri açısından tamamlayıcı hizmetlerle ilgili olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır.

1.6.3.2.1.3. Bağlama Uygulamalarına İlişkin Kararlar

1.6.3.2.1.3.1. Komisyonun Bağlama Uygulamalarına İlişkin İlkesel Kararları

Hilti Kararı⁹⁵

- (297) *Hilti Kararı*, Komisyonun ürünlerin birbirine bağlanmasına yönelik olarak aldığı ilk karardır. Komisyon ilgili kararda, çivi satışlarının kartuş şeritleri satışına bağlanmasını değerlendirmiştir. İlgili ürün pazarları çivi tabancaları, Hilti markalı tabancalarla uyumlu kartuş şeritleri ve bu kartuşlarla uyumlu çiviler olarak tanımlanmış, Hilti'nin tanımlanan tüm pazarlarda hâkim durumda olduğu belirtilmiştir. Hilti ise bu üç ürünün oluşturduğu sistemin tek bir ürün olarak ele alınması gerektiğini ve sağlık ile güvenlik gerekçeleriyle ürünlerin bir arada sunulduğunu öne sürmüştür. Komisyon, ürünlerin farklılığına delil olarak ürünlerin farklı teknolojiler kullanılarak üretilmesini göstermiştir. Ayrıca sağlık ve güvenliğe ilişkin savunmaları da haklı bulmamıştır.

Tetra Pak II⁹⁶

- (298) Karton paketleme makineleri ve bu makinelerde kullanılan kartonları üreten Tetra Pak'ın, müşterilerini makineler ile birlikte kendi ürettiği kartonları almaya zorlamasının

⁹³ Daniel Mandrescu (2024) “Designing (restorative) Remedies for Abuses of Dominance by Online Platforms”, *Journal of Antitrust Enforcement*.

⁹⁴ Daniel Mandrescu (2023) “On-platform Tying or Another Case of Leveraging – A Discussion on Facebook Marketplace”, *Kluwer Competition Law Blog*, <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2023/01/04/on-platform-tying-or-another-case-of-leveraging-a-discussion-on-facebook-marketplace/>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

⁹⁵ Case IV/30.787 ve 31.488 - *Eurofix-Bauco v. Hilti* (1988).

⁹⁶ Case IV/31043 - *Tetra Pak II* (1991).

incelendiği *Tetra Pak II* davasında Komisyon hâkim durumun kötüye kullanıldığını tespit etmiştir⁹⁷. Tetra Pak, Avrupa Genel Mahkemesine yaptığı itirazda sattığı ürünün bir “*paketleme sistemi*” olduğunu dolayısıyla, karton paketleme makinelerine kartonların bağlanmadığını, tek bir ürünün kendisine bağlanmasının mümkün olmadığını iddia etmiş ancak bu görüş mahkemece kabul görmemiştir. Konunun Avrupa Birliği Adalet Divanına (ABAD) intikalinin akabinde ABAD kararı onamıştır. ABAD’ın onama kararında, ürünlerin ayrı ürünler olduğunu ortaya koymak için bağlanan ürün pazarında faaliyet gösteren ve makineler için karton üreten firmaların varlığı kullanılmıştır⁹⁸.

1.6.3.2.1.3.2. Dijital Pazarlarda Bağlama Uygulamalarına İlişkin Kararlar

Komisyonun Microsoft I (Windows Media Player-WMP) Kararı⁹⁹

- (299) Microsoft I Kararı’nın konusunu *Windows Media Player* (WMP) medya oynatıcısının Windows işletim sistemine ön yüklenmiş olması oluşturmaktadır. Komisyon ilgili kararda Microsoft’un rakip sunucu işletim sistemi üreticilerine kendi işletim sistemi ile tam birlikte işlerliği sağlayacak bilgileri vermeyerek ve WMP ürününü Windows işletim sistemine entegre ederek müşteri kişisel bilgisayarları işletim sistemleri pazarındaki hâkim durumunu kötüye kullandığını tespit etmiştir. Kararda bağlayan ürün pazarı “müşteri kişisel bilgisayar işletim sistemleri pazarı”, bağlanan ürün pazarı ise “ortam oynatıcıları pazarı” olarak tanımlanmıştır. Komisyon, uygulamanın rekabeti kısıtlayıcı etkilerini gidermek amacıyla Microsoft’un; (i) sunucu işletim sistemi yazılım pazarında faaliyet gösteren teşebbüslere kendi işletim sistemi olan Windows ile tam birlikte işlerlik sağlayacak gerekli tüm bilgiyi vermesine ve (ii) WMP programını içermeyen bir Windows sürümünü satışa sunmasına karar vermiştir.

Komisyonun Microsoft (IE) Kararı¹⁰⁰

- (300) 2007 yılında internet tarayıcısı yazılımı üreten Opera şirketinin, Microsoft’un *Internet Explorer* (IE) yazılımını işletim sistemine bağlamak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığına yönelik şikâyeti üzerine Microsoft hakkında inceleme başlatılmıştır. Komisyon Microsoft’un WMP’ye ilişkin uyarlamasında olduğu üzere IE’nin işletim sistemi ile birlikte sunulmasının internet tarayıcıları pazarını rakiplere kapadığı ve uygulamanın Microsoft’a diğer üreticilerin sahip olmadığı bir dağıtım avantajı sağladığı sonucuna ulaşmıştır. İnceleme, Komisyonun Microsoft’un bilgisayar üreticileri ve kullanıcılara IE fonksiyonunu kapatma imkânı getirmesi ve AB’de satılacak Windows sürümlerinde açılışa tüketiciye arzu etmeleri halinde rakip tarayıcıları yükleme imkânı sunan bir açılış ekranı sağlamasına yönelik çözüm önerilerini kabul etmesiyle sonuçlanmıştır.

Komisyonun Google – Android Kararı¹⁰¹

- (301) Komisyon 2016 yılındaki kararında Google’ın lisanslanabilir mobil işletim sistemleri, Android işletim sistemi için uygulama mağazaları ve genel arama hizmetleri pazarlarında hâkim durumda olduğunu tespit etmiştir. Google’ın orijinal ekipman üreticileriyle (*Original Equipment Manufacturer, OEM*) imzaladığı Mobil Uygulama Dağıtım Anlaşması’na (*Mobile Application Distribution Agreement, MADA*) göre bir orijinal ekipman üreticisi; Android işletim sistemini kullanıyorsa ve Google Play uygulamasını ürettiği cihazlara önceden yüklemeyi planlıyorsa Google Arama ve

⁹⁷ AKTEKİN E., (2012) “Microsoft Davaları Işığında Yazılım Pazarlarında Bağlama Uygulamalarına Yaklaşım ve Öneriler” Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi” s. 28.

⁹⁸ AKTEKİN E., (2012), s. 28.

⁹⁹ Case COMP/C-3/37.792 Microsoft (2004).

¹⁰⁰ Case Comp/C-3/39.530 Microsoft (2009).

¹⁰¹ 2019/C 402/08 sayılı Karar.

Google Chrome uygulamalarını mobil cihaza önceden yüklemek zorundadır. Komisyon, Google'ın ön yükleme şartı ile Google Arama uygulamasını Play Store'a bağlamak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığını tespit etmiştir.

Kurulun Google – Android Kararı¹⁰²

- (302) Kurul ise 2018 yılındaki kararında Google ekonomik bütünlüğünün “lisanslanabilir mobil işletim sistemleri” pazarında hâkim durumda bulunduğunu tespit etmiş; Google ekonomik bütünlüğünün, cihaz üreticileri ile imzaladığı MADA'da yer alan “Google Arama”nın sözleşme ile belirtilen noktalarda varsayılan olarak atanması ve “Google Arama” parçacığının ana ekranda konumlandırılmasına yönelik uygulamanın 6. madde kapsamında ihlal olarak değerlendirilen bağlama uygulamasının tüm koşullarını sağladığını göstermiştir. Kurul, Google Webview bileşeninin ilgili işlev için varsayılan ve tek bileşen olarak atanmasına yönelik uygulamanın ve Gelir Paylaşım Anlaşması'nda (*Revenue Sharing Agreement, RSA*) yer verilen ve “Google Arama”nın cihazlara münhasıran yüklenmesini temin eden hükümlerin¹⁰³ de hâkim durumun kötüye kullanılması niteliği taşıdığını tespit etmiştir.

Alman Rekabet Otoritesi'nin (Bundeskartellamt) Facebook/Oculus İncelemesi

- (303) Bundeskartellamt'ın 10.12.2020 tarihli basın açıklamasına göre, Meta Platforms, Inc'in (META) Oculus sanal gerçeklik ürünleri ile sosyal medya platformu Facebook arasındaki bağlama uygulaması, rekabet ihlali kapsamında değerlendirmeye alınmıştır¹⁰⁴. Daha önce Facebook'tan ayrı olarak işletilen Oculus platformu, Facebook'un sosyal ağında “Facebook Reality Labs” adı altında ek bir fonksiyon olarak sunulmaya başlanmıştır. “Quest 2” VR gözlüklerinin kullanımı ise Facebook hesabı bulunması şartına bağlanmıştır.
- (304) İnceleme sürecinde Alman rekabet yasalarındaki (GWB) değişiklikler yürürlüğe girmiş¹⁰⁵, bu değişikliği müteakiben de Bundeskartellamt'ın GWB Bölüm 19a (2)'ye dayalı olarak inceleme gerçekleştirebilmesi için bir ön koşul olduğundan META pazarlar arası üstün öneme sahip teşebbüs (*a company of paramount significance across markets*) ilan edilmiştir¹⁰⁶.
- (305) Bu doğrultuda, META'nın Alman sosyal medya pazarında hâkim durumda olduğunu ve gelişmekte olan sanal gerçeklik pazarında da önemli bir konuma sahip olduğunu tespit eden Bundeskartellamt, incelemesinde Oculus ürünlerinin kullanılabilmesi için bir Facebook hesabının zorunlu kılınması ve Oculus ürünlerinden elde edilen verilerin nasıl işleneceği hususlarına odaklanmıştır.
- (306) Akabinde, bahse konu otorite tarafından geçmişte bazı sorunlara yol açan geleneksel hâkimiyetin kötüye kullanılması davaları kapsamında bağlama konusunda bir zarar teorisi ortaya konmak yerine, söz konusu eylemleri yasaklama yetkisi veren Bölüm 19a(2) No. 3'ün¹⁰⁷ uygulanması tercih edilmiştir.

¹⁰² Kurulun 19.09.2018 tarihli ve 18-33/555-273 sayılı kararı.

¹⁰³ Kurul kararında bu hükümlerin bağlama etkisini güçlendirdiği tespiti de mevcuttur.

¹⁰⁴ Bkz. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2020/10_12_2020_Facebook_Oculus.html, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹⁰⁵ Bkz. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2021/28_01_2021_Facebook_Oculus.html?sessionid=A5DE9475902482B4648A5F7979C32263.1_cid389?nn=3591568, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹⁰⁶ Bkz. https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2022/04_05_2022_Facebook_19a.html?sessionid=A5DE9475902482B4648A5F7979C32263.1_cid389?nn=3591568, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹⁰⁷ GWB Section 19a (2)

- (307) Yürütülen inceleme sırasında META, Bundeskartellamt'ın endişelerini gidermek amacıyla taahhüt çözüm yoluna başvurmuş, özetle, kullanıcıların Facebook ve Instagram hesaplarından ayrı bir "META hesabı" açmasına ve bu hesap aracılığıyla Oculus ürünlerini (*Quest 2* ve *Quest Pro* gözlüklerini) kullanmasına izin vermeyi taahhüt etmiştir¹⁰⁸.
- (308) Bununla beraber henüz nihayete erdirilmemiş olan inceleme, hâlihazırda META'nın veri birleştirme faaliyetlerinin incelenmesi noktasında devam etmektedir. Bundeskartellamt ve META, incelemenin bu yönünün sonuçlanması için ABAD'ın "Facebook veri işleme politikaları" hakkındaki değerlendirmesinin sonuçlanmasını beklemektedir. Öte yandan taraflar, ABAD'ın kararını açıklayacağı tarihe kadar "META hesabı" oluşturularak kullanılabilecek olan Oculus kapsamında elde edilen verilerin, diğer META hizmetlerinden elde edilen verilerden ayrı tutulması konusunda uzlaşmaya varmıştır.

Hindistan Rekabet Komisyonu (CCI) META – WhatsApp Pay (WPay) Kararı¹⁰⁹

- (309) İlgili dosya kapsamında ele alınan temel iddia, WPay'in Whatsapp'a entegre edilmesinin ürünlerin bağlanmasıyla (entegrasyon sonrasında bir müşterinin diğer ürünü satın almadan bir ürüne erişememesi) sonuçlanmasına ilişkindir. META ise Whatsapp ve WPay'in ayrı ürünler olarak değerlendirilmemesi gerektiğini ve WPay'in orijinal ürünün ek bir özelliği olarak görülmesi gerektiğini savunmuştur. Ancak CCI, söz konusu hizmetlerin iki ayrı pazara yönelik olması kabulüyle, WPay ve Whatsapp'ın iki ayrı ürün olarak değerlendirilebileceğini, bunun yanında, Whatsapp'ın Hindistan'daki akıllı telefon tabanlı OTT (*Over-The-Top*) mesajlaşma hizmeti pazarında¹¹⁰ hâkim durumda olduğunu belirtmiştir¹¹¹. Öte yandan, WhatsApp'ın WPay'i mevcut mesajlaşma uygulamasına entegre etmesinin "(i) WhatsApp kullanıcılarının Hindistan'da bulunan diğer birleşik ödeme arayüzü (*unified payments interface*, UPI) uygulamalarını kullanmakta özgür olmaları, dolayısıyla iki ürünün birlikte satın alınması ve kullanılmasında zorlama unsurunun bulunmadığı ve (ii) pazarda Google Pay, Phone Pay ve Paytm gibi yerleşik UPI ödeme uygulamalarının bulunması sebebiyle WPay'in

"3. directly or indirectly impeding competitors on a market on which the undertaking can rapidly expand its position even without being dominant, in particular
a) linking the use of an offer provided by the undertaking to the automatic use of another offer provided by the undertaking which is not necessary for the use of the former offer, without giving the user of the offer sufficient choice as to whether and how the other offer is to be used
(...)"

¹⁰⁸ Bkz. https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gwb/englisch_gwb.html, https://www.bundeskartellamt.de/SharedD:ocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2022/23_11_2022_Facebook_Oculus.html, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹⁰⁹ Bkz. <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2021/01/11/the-problematic-stance-of-cci-in-whatsapp-pay-tying-case-an-opportunity-missed/>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹¹⁰ OTT mesajlaşma uygulamaları, iletişimi iletmek için mobil ağ yerine internet bağlantısı kullanan üçüncü taraf anlık mesajlaşma platformlarıdır.

¹¹¹ Hindistan Rekabet Hukuku kapsamında bağlamanın ihlal olarak kabul edilebilmesi için belirli koşulların mevcut olması gerekmektedir. Bu koşullar şunlardır:

- İki ayrı ürün olması,
- İlgili teşebbüsün bağlanan ürüne ilişkin pazarda hâkim durumda olması,
- Bir baskı/zorlamanın mevcut olması ve
- Bağlamanın, pazardaki rekabeti kısıtlama/engelleme yeteneğine sahip olması.

Bkz. Rajarshi Singh (2021), "The Problematic Stance of CCI in Whatsapp Pay Tying Case: An Opportunity Missed?" *Kluwer Competition Law Blog*, <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2021/01/11/the-problematic-stance-of-cci-in-whatsapp-pay-tying-case-an-opportunity-missed/#respond>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

pazara girişinin bir pazar kapamaya yol açmayacağı” gerekçeleriyle bağlama teşkil etmediğine karar vermiştir¹¹².

Komisyunun META (Facebook Marketplace) Kararı¹¹³

- (310) Komisyon Haziran 2021’de, META’nın çevrim içi ilan hizmetleri pazarındaki (*Markets for Online Classified Ads*) uygulamalarıyla rekabet kurallarını ihlal edip etmediğini değerlendirmek üzere inceleme başlatmıştır. Komisyon ön inceleme aşamasında, META’nın Avrupa genelindeki kişisel amaçlı sosyal ağ hizmetleri ve çevrim içi görüntülü reklamcılık pazarlarında hâkim durumda olduğunu belirtmiştir. Ayrıca META’nın çevrim içi ilan hizmeti Facebook Marketplace’i kişisel amaçlı sosyal ağ hizmeti Facebook’a bağlamak ve Facebook veya Instagram’da reklam veren rakip çevrim içi ilan hizmetlerine tek taraflı olarak haksız ticaret koşulları dayatmak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığı ön tespitinde bulunmuştur¹¹⁴.
- (311) Komisyon, yürüttüğü incelemenin ardından 19.11.2022 tarihinde yeterli şüphenin olduğu kanaatine ulaşmış ve META hakkında, hâkim durumda olan sosyal ağ hizmeti Facebook ile çevrim içi ilan hizmeti Facebook Marketplace’i bağlayarak çevrim içi ilan hizmeti pazarındaki rekabeti bozduğu gerekçesiyle inceleme başlatmıştır¹¹⁵. META’nın incelemeye konu bağlama eyleminin, Facebook kullanıcılarının isteseler de istemeseler de otomatik olarak Facebook Marketplace’e erişebilecekleri anlamına geldiği ve Facebook Marketplace’e rakiplerinin elde edemeyeceği önemli bir dağıtım avantajı sağladığı belirtilerek Facebook Marketplace’in rakiplerine karşı pazar kapamaya sebep olabileceğinden endişe duyulduğu ifade edilmiştir. 14.11.2024 tarihinde ise Komisyon, çevrim içi ilan hizmetleri pazarında Marketplace’i kişisel sosyal ağı Facebook’a bağlayarak ve diğer çevrim içi ilan hizmeti sağlayıcılarına haksız ticaret koşulları uygulayarak AB antitröst kurallarını ihlal ettiği gerekçesiyle META’yı 797,72 milyon avro para cezasına çarptırmıştır¹¹⁶.

¹¹²CCI’nin kararı dijital pazarlardaki bağlama uygulamalarının doğru yorumlanmadığı gerekçesiyle eleştiriye uğramıştır. Bu doğrultuda; mevcut koşullarda, tüketicilerin Whatsapp’ın ödeme hizmetine (WPAY) abone olmaksızın mesajlaşma hizmetine abone olma seçeneğinin bulunmadığı, dolayısıyla, ilke olarak, 'zorlama' unsurunun olayda var olduğunun kabulünün gerektiğini savunan görüşler bulunmaktadır. Rajarshi Singh (2021), “The Problematic Stance of CCI in Whatsapp Pay Tying Case: An Opportunity Missed?” *Kluwer Competition Law Blog*, <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2021/01/11/the-problematic-stance-of-cci-in-whatsapp-pay-tying-case-an-opportunity-missed/#respond>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹¹³ Bkz. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_22_7728, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹¹⁴ Komisyon tarafından yapılan açıklamada, META’nın özellikle reklam verenlerden topladığı reklamcılık verilerini kendisinin de Facebook Marketplace aracılığıyla faaliyet gösterdiği çevrim içi ilan pazarında kullanarak rakiplerine karşı avantaj sağlayıp sağlamadığının inceleme konularından biri olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte aynı tarihte CMA tarafından da META hakkında inceleme başlatılmıştır. CMA tarafından yapılan açıklamada da Komisyona benzer şekilde META’nın reklamcılık hizmetleri kapsamında topladığı ve oturum açmada edindiği verilerin Facebook Marketplace ve Facebook Dating hizmetlerinde rakiplerine karşı haksız bir avantaj sağlayıp sağlamadığının inceleneceği ifade edilmiştir. Bu çerçevede, CMA tarafından açılan soruşturma Komisyona benzer konular içermekle birlikte META’nın veri toplama ve kullanımı yönündeki eylemleri açısından daha kapsamlıdır. Bu nedenle söz konusu soruşturmaya ait açıklamalar kararın ilerleyen bölümlerinde veri birleştirme temelli açıklamalar altında ele alınmıştır. Detaylı bilgi için Bkz. <https://www.gov.uk/government/news/cma-investigates-facebook-s-use-of-ad-data>, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹¹⁵ Bkz. https://content.mlex.com/#/content/1298537?referrer=search_linkclick, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹¹⁶ Bkz. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_24_5801, Erişim Tarihi: 02.11.2024.

Komisyonun Microsoft (Teams) Soruşturması¹¹⁷

- (312) Komisyon Temmuz 2023'te, Microsoft'un bulut tabanlı bir iletişim ve işbirliği ürünü olan Teams'i¹¹⁸ popüler iş paketleri Office 365 ve Microsoft 365'e bağlayarak rekabet kurallarını ihlal edip etmediğini değerlendirmek üzere bir soruşturma başlatmıştır¹¹⁹. Başlatılan soruşturma kapsamında Haziran 2024'te yayımlanan itiraz bildiriminde (*Statement of Objections*) Komisyon, Microsoft'un profesyonel kullanıma yönelik hizmet olarak yazılım (*Software as a Service, SaaS*) uygulamaları pazarında dünya çapında hâkim durumda olduğu ön tespitinde bulunmuştur. Ayrıca, Microsoft'un Nisan 2019'dan bu yana Teams'i temel SaaS uygulamalarıyla bağlamak suretiyle iletişim ve işbirliği ürünleri pazarındaki rekabeti kısıtladığı ile SaaS çözümleri pazarındaki konumunu rakip bireysel yazılım tedarikçilerine karşı koruduğu yönünde endişelerin mevcut olduğunu ifade etmiştir.
- (313) Komisyon özellikle Microsoft'un, müşterilerine, SaaS uygulamalarına abone olduklarında Teams'i edinip edinmeme konusunda seçim hakkı tanımayarak Teams'e bir dağıtım avantajı sağlamış olabileceği konusunda endişe duyduğunu belirtmektedir. Öte yandan, Komisyonun Temmuz 2023'te soruşturma başlatmasının ardından Microsoft, Teams'i dağıtma biçiminde değişiklikler yapmıştır. Bu doğrultuda, Microsoft bazı paketleri Teams olmadan sunmaya başlamışsa da Komisyon, bu değişikliklerin endişelerini gidermek için yeterli olmadığını ve rekabeti yeniden tesis etmek için Microsoft'un davranışlarında daha fazla değişikliğin gerekli olduğunu belirtmiştir.

1.6.3.2.1.4. Dosya Konusu Davranışların Bağlama Teorisi Kapsamında Değerlendirilmesi

- (314) Dosya kapsamında bağlama teorisi çerçevesinde incelenen iddia, YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olduğu varsayımı altında, anılan pazardaki faaliyetleri kapsamında platformuna üye restoranların YEMEK SEPETİ kurye sistemini kullanmalarını zorunlu tutmasına ilişkindir. Yukarıda aktarılan literatür çerçevesinde YEMEK SEPETİ'nin dosya konusu davranışlarının, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olduğu varsayımı altında 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında rekabet hukuku kurallarına aykırı bir bağlama uygulaması teşkil edip etmediği hususu değerlendirilmiştir.

– İki Ayrı Ürünün Varlığı

- (315) Hâkim durumdaki bir teşebbüsün 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesine aykırı bir bağlama davranışından bahsedebilmek için gerekli olan ilk unsur bağlayan ve bağlanan ürün olmak üzere iki ayrı ilgili ürün pazarına ait iki farklı ürünün varlığıdır. YEMEK SEPETİ'nin bağlama davranışının temelini oluşturan iki ayrı hizmet bulunmaktadır. Bunlardan ilki platformun kuruluşundan bu yana restoranların kullanımına sunulan ana hizmeti niteliğindeki aracılık hizmeti olan çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleridir ve ilgili hizmet bağlayan ilgili ürün pazarını oluşturmaktadır. Bağlanan ilgili ürün pazarını oluşturan diğer hizmet ise, YEMEK SEPETİ'nin ana hizmeti niteliğindeki

¹¹⁷ Bkz. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3446, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

¹¹⁸ Bulut tabanlı bir iletişim ve işbirliği aracı olan Teams, mesajlaşma, arama, video toplantıları, dosya paylaşımı gibi işlevler sunmakta ve Microsoft'un ve üçüncü taraf işyeri araçlarını ve diğer uygulamaları bir araya getirilmektedir.

¹¹⁹ Söz konusu soruşturma Slack Technologies, Inc.'in 14 Temmuz 2020 tarihinde Microsoft'a karşı bir şikâyet başvurusunda bulunarak, Microsoft'un Teams'i kanuna aykırı şekilde popüler iş paketlerine bağladığını iddia etmesi üzerine başlatılmıştır. Bkz. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_3991, Erişim Tarihi: 16.10.2024.

çevrim içi yemek siparişi-servisi hizmetlerine yönelik olarak sunduğu ilave hizmeti olan kurye hizmetleridir.

- (316) Esasen çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile teslimat hizmetlerinin iki ayrı ürün olduğu açıktır. Bahsedildiği üzere çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri, platform üzerinden verilen bir siparişin restoran tarafından son kullanıcıya teslim edilmesini sağlamaktadır. Bu bakımdan çevrim içi yemek siparişi platformları, restoranları ve son kullanıcıları bir araya getirmekte, bu kapsamda kullanıcıların platform bünyesinde yer alan restoranların menülerine erişmesi ve sipariş vermesini sağlarken restoranların da kullanıcılara menülerini/hizmetlerini ulaştırmasına ve kullanıcılar tarafından verilen siparişleri almasına imkân tanımaktadır. Çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri ise esasen, nihai kullanıcının platform üzerinden sipariş vermesi üzerine platformlar, üçüncü taraf hizmet sağlayan kurye firmaları veya restoranlar aracılığıyla bir kuryenin ilgili restorana yönlendirilmesi ve kurye tarafından restorandan alınan siparişin kullanıcıya teslim edilmesine ilişkin hizmetleri içermektedir. Dolayısıyla en temelde anılan iki hizmet farklı amaçlara hizmet etmekte, üye restoranların ve son kullanıcıların farklı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sunulmaktadır.
- (317) Çevrim içi yemek siparişi platformları tarafından sunulan aracılık hizmetleri ve genel olarak kurye hizmetlerinin fiyatlandırmaları da gerek kullanıcı gerekse restoran açısından farklılık göstermektedir. Platform üzerinden sunulan aracılık hizmetleri kapsamında nihai kullanıcı konumundaki tüketicilerden herhangi bir ücret talep edilmezken kurye hizmetleri kapsamında tüketicilerden ilave ücretler talep edilebilmektedir. Kurye hizmetinin platform veya platforma üye restoran tarafından sunuluyor olmasından bağımsız olarak ilgili tarafın talebine göre kurye hizmeti ücretsiz olarak sunulabileceği gibi tüketicilerden ilgili kurye hizmetine ilişkin olarak ücret talep edilebilmektedir.
- (318) Öte yandan platformun diğer tarafında yer alan ticari kullanıcı konumunda bulunan restoranlar, platformun sunduğu aracılık hizmeti kapsamında her bir sipariş için çeşitli faktörlere göre teşebbüs özelinde farklılık gösterebilen komisyon ücretleri ödemektedir. Kurye hizmetinin restoran tarafından sağlanması durumunda ilgili siparişin nihai kullanıcıya ulaştırılması bakımından tüm maliyetlere restoran katlanmakta ve bu kapsamda platforma herhangi bir ücret ödememektedir. Aksi durumda, eş deyişle kurye hizmetinin platform tarafından sağlandığı durumda, platforma aracılık hizmeti bakımından ödenen komisyon ücretine ek olarak kurye hizmeti bakımından da farklılaşan bir oranda komisyon ücreti ödenmektedir. Dolayısıyla, kurye hizmetinin nihai kullanıcılar ve üye restoranlar nezdinde fiyatlandırılması da hem hizmeti hangi oyuncunun sunduğuna bağlı olarak (platform veya üye restoran) hem de her platform bakımından farklılık göstermektedir.
- (319) Son olarak, platformların çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetlerini üye restoranlara ayrı sözleşmeler ve/veya sözleşme şartları kapsamında sunduğu görülmektedir. Nitekim YEMEK SEPETİ restoranlarla teslimat modeline göre (OD teslimat modeli ve VD teslimat modeli) farklı tip sözleşmeler akdetmektedir. Bu sözleşmelerde ise YEMEK SEPETİ sistemi üzerinden kullanıcının vereceği ürün siparişlerinin YEMEK SEPETİ tarafından restoranlara iletilmesi "sipariş iletim hizmeti", restoranlara iletilen ve restoranlar tarafından hazır hale getirilen ürün siparişlerinin kullanıcıya YEMEK SEPETİ kuryesi tarafından ulaştırılması "dağıtım hizmeti" olarak ifade edilmektedir. Bunun yanında, çevrim içi yemek siparişine yönelik platform hizmetlerinin diğer önemli oyuncularını olan TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK tarafından da üye restoranların talep etmeleri durumunda kurye

hizmeti sağlandığı belirtilirken üye restoranlarla standart sözleşmeler yapıldığı ancak üye restoranın platform tarafından sunulan aracılık hizmetinin yanı sıra kurye hizmeti de talep etmesi halinde kurye hizmetine ilişkin bedelin ilgili hizmet özelinde ayrı standart sözleşmeler altında belirlendiğı ifade edilmektedir. Bu bakımdan platformların sundukları aracılık hizmeti ve kurye hizmetinin farklı sözleşmeler aracılığıyla ifa edilmesi ve farklı şartlara tabi olmasının, ilgili hizmetlerin kullanım amaçlarının, niteliklerinin ve fiyatlandırmalarının farklılaştığı hususunu destekler nitelikte olduğı ve tüm bu nedenlerle anılan iki hizmetin birbirine ikame teşkil etmeyerek iki ayrı hizmeti oluşturduğı değerlendirilmektedir.

- (320) “1.5.2.2. Çevrim İçi Yemek Siparişı-Servisine Yönelik Kurye Hizmetleri” başlığı altında detaylarına yer verildiğı üzere, Kurulun geçmiş tarihli kararında da ilgili iki hizmetin ayrı pazarları oluşturduğı tespiti dikkate alınarak incelenen teşebbüsün ve rakip platformların esas faaliyet alanını oluşturan çevrim içi yemek siparişı-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerinin restoranların ve kullanıcıların farklı ihtiyaçlarını karşılaması, aracılık hizmetlerinden ayrı bir ücretlendirmeye tabi olması, üye restoranlara farklı tip sözleşmeler veya sözleşme şartları altında sağlanması bakımından ayrı hizmetleri oluşturduğı ve birbirine ikame olmadığı değerlendirilmiştir.
- (321) Bağlama uygulamasının yokluğunda müşterilerin önemli bir kısmı bağı ürün almaksızın bağlayan ürünü almış ya da alacak durumdaysa bu ürünlerin iki ayrı ürün olduğı kabul edilmektedir. İşbu dosya özelinde değerlendirildiğinde, ilk bakışta iki hizmetin birbirini tamamlayıcı yanı nedeniyle iki ayrı hizmet teşkil etmediğı düşünülebilecektir. Öyle ki, çevrim içi yemek siparişı platformlarının sunduğı aracılık hizmetleri sonucunda nihai kullanıcılar tarafından verilen siparişlerin kullanıcılara ulaştırılması beklenecektir. Bununla birlikte, platformun aracılık hizmeti kapsamında sorumlu olduğı tek kısım platform üzerinden nihai kullanıcılar ile restoranları bir araya getirmektedir. Nitekim her çevrim içi yemek siparişı platformunun teslimat hizmeti de sunma zorunluluğı olmadığı gibi mevcut durumda yalnızca aracılık hizmeti sunan platformlar da mevcuttur.
- (322) Hem dünya genelinde hem de Türkiye’de, çevrim içi pazaryerleri üzerinden sağlanan paket servislerinin dağıtımı temel olarak iki model üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bunlardan ilkinde platform, yalnızca siparişin kullanıcıdan restorana iletilmesi için aracılık hizmetini sağlarken, ikincisinde ek olarak yemeğın kullanıcıya iletilmesi için lojistik destek sunmaktadır. Yemek siparişine aracılık hizmetleri kapsamında teslimat hizmeti de sunan teşebbüsler; YEMEK SEPETİ, TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK, MİGROS YEMEK ve FUUDY’dır. Platformun yalnızca aracılık hizmeti sunduğı modelde faaliyet gösteren platformlara ise DOYURUNBENİ, GOFODY, YEMEKUMBARA ve ACIKINCA.COM örnek verilebilecektir.
- (323) Çevrim içi yemek siparişı-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren tüm platformların kurye hizmetinin bulunmaması ve böyle bir zorunluluğun mevcut olmaması hususlarının yanı sıra, benzer şekilde üçüncü taraf kurye hizmetleri sunan teşebbüslerin de çevrim içi yemek siparişı-servisi hizmetleri pazarında herhangi bir aracılık faaliyetlerinin bulunmadığı bilinmektedir. Nitekim işbu soruşturma kapsamında bilgisine başvurulmuş ve üçüncü taraf kurye hizmetleri alanında faaliyet gösteren;
- (.....) tarafından, (.....),
 - (.....) tarafından, çevrim içi yemek siparişı platformları ile sipariş iletimi ya da iletilen siparişlerin kuryelerle teslim edilmesi şeklinde bir anlaşması olmadığı, aynı şekilde kendisinin de sipariş alabildiğı bir platformunun bulunmadığı,

yalnızca çevrim içi yemek siparişi platformları ile sipariş iletimi için anlaşılan işletmelere kurye hizmeti sağladığı

ifade edilmektedir.

- (324) Ayrıca, üçüncü taraf kurye hizmetleri sunan teşebbüslerin yalnızca çevrim içi yemek siparişleri bakımından hizmet sunmadığı, hizmetlerinin çevrim içi market ve çevrim içi pazaryerleri başta olmak üzere gibi çok çeşitli alanları kapsayabildiği bilinmektedir. Dolayısıyla anılan iki hizmeti sunan taraflar temelde ayrı faaliyet alanlarına sahip olup, çevrim içi yemek siparişi platformlarının daha güçlü bir kurye ağına sahip olmak, hızlı ve kaliteli teslimat hizmetleri sunmak ve rekabetçi güçlerini korumak adına aracılık hizmetinin yanı sıra teslimat hizmeti sunabildiği anlaşılmaktadır.
- (325) İlaveten, bağlı ürün ve bağlayan ürününün iki ayrı ürün olup olmadığının tespitinde, tercih hakkı olduğunda tüketicilerin ürünleri ayrı ayrı aldığına yönelik doğrudan kanıtlar ya da pazarda bağlayan ürün olmaksızın bağlı ürünün üretilmesinde ya da satışında uzmanlaşmış teşebbüslerin varlığı gibi dolaylı kanıtlar kullanılabilir. Esasen, pazarda aracılık hizmeti (bağlayan ürün) olmaksızın kurye hizmetini (bağlı ürün) sunan ve bu konuda uzmanlaşmış FİYUU, PAKET TAXI, VİGO KURYE, PAKETLE, HIZLI KURYE, POINT KURYE, BAS, GOBOX, AC, NEXT KURYE, İSTE KURYE, PAKETGO ve RİNG gibi teşebbüsler mevcuttur. Kullanıcılara sunulan tercih hakkı bakımından değerlendirildiğinde ise yukarıdaki bölümlerde aktarıldığı üzere çevrim içi yemek siparişi platformlarının tümü kurye hizmeti sunmamaktadır. Söz konusu hizmetin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarındaki rekabet koşulları bakımından önemli bir parametre haline geldiği göz ardı edilmemekle birlikte mevcut durumda teslimat hizmeti bulunmayan platformlar mevcuttur. Teslimat hizmeti bulunan TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK, MİGROS YEMEK ve FUUDY gibi platformların da kurye hizmetini alıp almama konusunda tercih hakkını üye restoranlara bıraktığı görülmektedir. Nitekim soruşturma tarafı YEMEK SEPETİ'nde dahi mevcut durumda kendi teslimat hizmetini kullanan ve/veya VD teslimat modeli ile faaliyete başlayabilen teşebbüsler mevcuttur. Bu çerçevede restoranlar ilgili hizmeti kendisi sağlayabileceği ve üçüncü taraf hizmet sağlayıcılardan hizmet alabileceği gibi çevrim içi yemek siparişi platformlarından da komisyon karşılığı ilgili hizmeti sağlayabilmektedir. Ticari kullanıcı niteliğindeki restoranların mevcut tercih hakkına ek olarak; GETİR YEMEK gibi bazı platformların da teslimat modelini hangi kanalın gerçekleştireceği tercihini nihai kullanıcılara bıraktığı bilinmektedir. Dolayısıyla pazarda hem ticari kullanıcı niteliğindeki restoranlar hem de nihai kullanıcılara kurye hizmetinin satın alınması noktasında tercih hakkı sunulabildiği ve hâlihazırda farklı tercihler gösteren kullanıcıların bulunduğu değerlendirilmektedir.
- (326) Yukarıda aktarılanların yanı sıra soruşturma kapsamında çevrim içi yemek siparişine ilişkin aracılık hizmeti sunan platformlar ve kurye şirketlerine çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerini ayrı bir hizmet olarak mı yoksa tek bir hizmet olarak mı değerlendirdikleri hususunda bilgi talebinde bulunulmuştur. Söz konusu soru çerçevesinde YEMEK SEPETİ tarafından,
- Çevrim içi yemek siparişi platformları hizmeti ile kurye hizmetinin farklı ve ayrıştırılabilir hizmetler olduğu, özellikle üye işyerleri gözünde çevrim içi yemek siparişi platformlarının son kullanıcı nezdinde görünür olmak ve son kullanıcılardan sipariş alabilmek için kullanılan bir mecra iken, kurye hizmetlerinin siparişin son kullanıcılara ulaştırılması ile ilgili olduğu, dolayısıyla yemek siparişi platform hizmetleri pazarının yanı sıra kurye hizmetleri pazarının da ayrı bir pazar olarak tanımlanması gerektiği

ifade edilmiştir. YEMEK SEPETİ'nin rakiplerinden;

- (.....) tarafından, söz konusu iki hizmetin siparişin alınması ve ulaştırılması şeklinde birbirini tamamlar nitelikte iki ayrı hizmet olduğunun değerlendirildiği, nitekim aracılık hizmeti sunmaksızın yalnızca kurye hizmeti tedarikinde bulunan şirketlerin varlığının da bu durumu desteklediği, bu çerçevede çevrim içi yemek siparişi hizmetleri ile kurye hizmetlerinin birbirini tamamlayıcı nitelikte ancak farklı hizmetler olarak değerlendirilmesinin daha isabetli olacağı,
- (.....) tarafından, platform hizmetlerinin restoranlarla tüketiciler arasında bir aracılık fonksiyonu gördüğü, kurye hizmetinin ise yemeklerin restoranlardan alınıp tüketicinin adresine teslim edilmesini sağlayan ve ağırlıklı fiziksel ve lojistik unsurları ağır basan bir dağıtım hizmeti işlevi gördüğü, kurye hizmetinin platformdan bağımsız bir şekilde (örneğin bir lojistik firması) kendine özgü bir iş kolu olarak ya da platform hizmeti sağlayıcısının kendi bünyesinde tamamlayıcı bir iş kolu olarak sağlanabildiği, keza platform hizmetinin de kurye hizmetiyle birlikte sunulmadan ayrı bir hizmet ve iş kolu olarak sunulabildiği, platform hizmetlerinin ve kurye hizmetlerinin farklı gelir modelleriyle ve farklı alanlardaki faaliyetlerle pazarda rekabet ettikleri, bazı tüketicilerin sipariş verirken restoran kuryesini, bazılarının ise platform kuryesini tercih ettiği, bu tür tercihlerin hizmetlerin birbirinden bağımsız analiz edilmesi gerekliliğini desteklediği,
- (.....) tarafından, çevrim içi yemek siparişine yönelik kurye hizmetlerinin, çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri pazarından ayrı bir pazar olarak değerlendirilebileceği ancak bu iki pazar arasında güçlü bir tamamlayıcılık ilişkisi bulunduğunun düşünüldüğü, zira çevrim içi yemek siparişi platform hizmetiyle sipariş vermek isteyen tüketiciler ve bu hizmeti sunmak isteyen restoranlar arasında bir aracılık görevi ifa edilirken kurye hizmetleriyle bu aracılığın tamamlayıcı bir unsuru olarak siparişlerin fiziksel teslimatının sağlandığı

ifade edilmektedir. Aynı soru kapsamında kurye hizmetleri alanında faaliyet gösteren teşebbüslerden;

- (.....) tarafından, kurye hizmetlerinin aracılık hizmetlerinden oldukça farklılaşan bir iş kolu olduğu, bu sebeple teşebbüsün yalnızca kurye hizmetlerinde profesyonelleştiği ve aracılık hizmeti sunmadığı, platformların sipariş almalarının yanı sıra kurye hizmeti de sunmalarının ise daha iyi bir hizmet sağlamalarına neden olduğu,
- (.....) tarafından, kurye hizmetlerinin, lojistik ve teslimat süreçlerini içerirken çevrim içi yemek siparişi platformlarının tüketici ile restoranlar arasında bir arayüz sağlayarak sipariş alımını ve iletişimi kolaylaştırdığı, işlevsel ve operasyonel farklılıklar göz önüne alındığında, mevcut piyasa koşulları altında kurye hizmetleri ile yemek siparişi platformlarının ayrı pazarlar olarak değerlendirilmesinin daha uygun bir yaklaşım olacağı,
- (.....) tarafından, kurye hizmetlerinin çevrim içi yemek siparişi platform hizmetlerinden ayrı, fakat bu pazarla yakın ilişkili bir pazar olarak değerlendirilebileceği, zira çevrim içi yemek siparişi platform hizmeti ile yemek siparişi vermek isteyen tüketiciler ile bu hizmeti sunmak isteyen restoranlar arasında elektronik ortamda kurulmuş bir platform üzerinden bir aracılık hizmeti sunulduğu, bu aracılık sayesinde alınan siparişlerin tüketiciye ulaştırılmasının

da tamamlayıcı bir hizmet niteliğinde olduğu, bu bağlamda kurye hizmetlerinin çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri için tamamlayıcı nitelikte olduğu

ifade edilmektedir.

- (327) Öte yandan, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren (.....) ve (.....) tarafından platformların teslimat süreçlerini optimize ederek ve kurye hizmeti sunan firmalarla çeşitli yollarla entegre yapılar kurarak operasyonel maliyetleri azaltmayı, kullanıcı memnuniyetini artırmayı ve sürdürülebilir büyüme sağlamayı amaçladığı, bu bağlamda mevcut koşullar altında, çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri ile çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetlerinin tek bir hizmet olarak değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir.
- (328) Yer verilen görüşler, yalnızca platformun katlanacağı maliyetler, elde edeceği ölçek ve kapsam ekonomilerini dikkate alan bir bakış açısını yansıtmakta ve pazarda faaliyet gösteren diğer oyuncular ve parametreleri göz ardı etmektedir. Zira çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren restoranların farklı tercihlere yönelebildiği, platformdan aldıkları hizmetlerin yanı sıra kendi kurye firmalarını da kullanabildikleri görülmektedir. Kaldı ki her durumda maliyet avantajı ve/veya etkinlik artışı gibi hususların hizmetlerin ayrı hizmetleri oluşturup oluşturmadığı hususu bakımından belirleyici olamayacağı aşîkârdır.
- (329) Platformlar ve kurye firmalarının görüşlerinin yanı sıra, Kurum bünyesinde gerçekleştirilen anket çalışması kapsamında YEMEK SEPETİ'nde faaliyet gösteren restoranlardan da çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerini ayrı bir hizmet olarak mı yoksa tek bir hizmet olarak mı değerlendirdikleri bilgisi talep edilmiştir. Grafik 1 incelendiğinde, ankete katılım gösteren 118 katılımcının %43,22'si tarafından çevrim içi yemek sipariş iletim hizmetleri ile kurye hizmetlerinin tek bir hizmet olarak görüldüğü, %56,78'i tarafından ise çevrim içi yemek sipariş iletim hizmetleri ile kurye hizmetlerinin ayrı hizmetler olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların çoğunluğuna göre, kurye hizmetleri ile çevrim içi yemek sipariş iletim hizmetleri ayrı hizmetler olarak değerlendirilmektedir. Aksi yönde görüş bildiren restoranlar bakımından ise aracılık ve kurye hizmetlerinin tamamlayıcı yönünün ağır bastığı değerlendirilmektedir.
- (330) Yukarıda yer verilen hususlar ışığında, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerinin restoranların ve kullanıcıların farklı ihtiyaçlarını karşılaması, aracılık hizmetlerinden ayrı bir ücretlendirmeye tabi olması, üye restoranlara farklı tip sözleşmeler veya sözleşme şartları altında sağlanması bakımından ayrı hizmetleri ve pazarları oluşturduğu, ilaveten çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyeti bulunan çevrim içi platformlarının tamamının kurye hizmeti sunmadığı, kurye hizmeti sunan üçüncü taraf teşebbüslerin bu anlamda uzmanlaşmış bir nitelik arz ettiği ve bu kapsamda doğrudan yemek siparişinin yanı sıra farklı pazarlar bakımından da hizmet sunabildiği ancak aracılık hizmetinin bulunmadığı ve son olarak ticari kullanıcı niteliğindeki restoranların hangi kanal üzerinden kurye hizmeti sağlayacağı yönünde ve nihai kullanıcıların da hangi kanaldan kurye hizmeti satın alacağı yönünde tercih hakkının bulunduğu dikkate alındığında çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerinin iki ayrı ilgili ürün pazarına ait iki farklı ürünü oluşturduğu ve iki ayrı ürün şartının sağlandığı değerlendirilmektedir.

– **İki Ayrı Ürünün Bir Arada Sunuluyor Olması (Zorlama)**

- (331) İki ayrı ürün tespitinin akabinde ilgili uygulama kapsamında YEMEK SEPETİ'nin anılan iki hizmeti bir arada satın almaları bakımından platformuna üye restoranlara karşı

yönelen herhangi bir zorlama davranışının olup olmadığı incelenmelidir. Zira bağlama uygulamasının ihlal olarak değerlendirilebilmesi için zorlamanın olması, bir başka deyişle hâkim durumdaki teşebbüsün bu ürünleri ayrı ayrı piyasaya satmaması ancak ve ancak bir arada satışa sunması gerekmektedir¹²⁰.

- (332) YEMEK SEPETİ tarafından, OD teslimat modelinin platforma üye restoranlara zorunlu kılınmadığı, üye restoranların hem OD teslimat modeli hem de VD teslimat modeli ile faaliyette bulunabildiği, Yemek Sepeti Express hizmeti alan restoranların KURAL SETİ'ne (<https://kurumsal.yemeksepeti.com/uye-isyerlerigenel-kural-setleri/>) uygun olarak sistemden çıkış imkânının bulunduğunu ifade edilmektedir.
- (333) Yerinde inceleme belgeleri ve dosya kapsamında iletilen cevabi yazılardan, YEMEK SEPETİ'nin üye restoranlarla akdettiği sözleşmelerde bu yönde bir hüküm olmamasına karşın yeni üyeliklerde restoranların platforma kaydolma sürecinde OD teslimat hizmetini zorunlu kıldığı izlenimi edinilmektedir. Hâlihazırda platforma üye olan restoranlara ise OD teslimat modeline geçmeleri konusunda herhangi bir zorlama ve/veya baskı yapmadığı anlaşılmaktadır. Ancak restoranları belirli süreler ile komisyondan muaf tutma, restoranlara platformda görünürlük desteği verme, nihai kullanıcılardan gönderim ücreti almama, teslimat kaynaklı gelen kötü yorumları silme gibi avantajlarla OD teslimat modelini kabul etmeleri için ikna ettiği anlaşılmaktadır. Ayrıca, YEMEK SEPETİ'nin platforma zorunlu olarak OD teslimat modeli ile kaydı gerçekleştirilen veya ikna yoluyla modele dâhil edilen restoranlara bir ay boyunca OD teslimat modelinde kalmaları ve sonrasında istedikleri zaman kendi kuryeleri ile teslimat sağlayabilecekleri yönünde bilgi sağladığı görülmektedir. Öte yandan yerinde inceleme belgelerinde yer alan ve dosya kapsamında iletilen şikâyetlerin genelinden YEMEK SEPETİ'nin anılan bir ayın sonunda restoranların geçiş taleplerini tek taraflı oluşturduğu belirli bir KURAL SETİ'ne bağlayarak ve/veya bu talepleri kabul etmeyerek ve restoranların kendi kuryeleri ile teslimat yapabilmelerini zorlaştırdığı anlaşılmaktadır. Bu noktada YEMEK SEPETİ'nin restoranlar ile akdettiği sözleşme hükümleri ile anılan KURAL SETİ'nde yer alan koşullara tekraren yer verilmesi gerekmektedir.
- (334) Yemek SEPETİ'nin hem OD teslimat hem de VD modeli ile faaliyet gösteren platformuna üye restoranlarla akdettiği sözleşmenin 4.12 numaralı hükmünde aşağıda yer verilen ifadeler yer almaktadır:
- “ÜYE İŞYERİ'nin menüsüne ulaşan KULLANICI, burada bulunan ürünler *arasından sipariş verebilecektir. KULLANICI'nın siparişi tamamlamasının ardından, ÜYE İŞYERİ bu hizmeti sağlıyor ise KULLANICI'nın yapacağı seçime göre ÜYE İŞYERİ personeli, YEMEK SEPETİ saha elemanı ve/veya YEMEK SEPETİ'nin hizmet aldığı anlaşmalı üçüncü kişiler tarafından siparişte yer alan ürünler KULLANICI'ya ulaştırılacaktır. YEMEK SEPETİ verilen siparişi, teslimatın YEMEK SEPETİ veya YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı üçüncü kişilerce yapıldığı durumlarda; siparişi ÜYE İŞYERİ'nden teslim almak üzere YEMEK SEPETİ SİSTEMİ'ne dahil olan YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı üçüncü kişilere veya YEMEK SEPETİ'nin kendi saha elemanlarına iletilecektir. ÜYE İŞYERİ'ne SİSTEM'den gelen talebin kabul edilmesi ile beraber ilgili ürün, hâlihazırda müsait olan YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı üçüncü kişi veya kendi saha elemanı tarafından ÜYE İŞYERİ'nden temin edilerek, KULLANICI'ya ulaştırılacaktır. ÜYE İŞYERİ, teslimatın YEMEK SEPETİ veya YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı üçüncü kişilerce yapıldığı durumlarda teslimat hizmetlerine ilişkin kural setinin DAHİLİ İLETİŞİM SİSTEMİ'nde yer aldığını; bu kural setinin YEMEK SEPETİ'nin önceden yapacağı bildirim ile değiştirilebileceğini,*

¹²⁰ Kurulun 26.11.2014 tarihli ve 14-46/834-375 sayılı kararı.

teslimat hizmetleri bakımından bu kural setinde yer verilen kurallara tabi olacağını bilmekte ve kabul etmektedir.”

(335) İlgili hüküm incelendiğinde, YEMEK SEPETİ'nin platformuna üye restoranları herhangi bir hizmeti YEMEK SEPETİ'nden almaya zorlamadığı ve hatta yer verilen “KULLANICI'nın yapacağı seçime göre ÜYE İŞYERİ personeli, YEMEK SEPETİ saha elemanı ve/veya YEMEK SEPETİ'nin hizmet aldığı anlaşmalı üçüncü kişiler tarafından siparişte yer alan ürünler KULLANICI'ya ulaştırılacaktır” ifadeleri ile üye restoranların kendi kurye hizmetlerini kullanabilme özgürlüğü tanıdığı anlaşılabilecektir. Öte yandan üye restoranların, YEMEK SEPETİ veya YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı üçüncü kişilerce gerçekleştirilen teslimat hizmetleri bakımından Dahili İletişim Sistemi'nde yer verilen KURAL SETİ ile bağlı olacağı anlaşılmaktadır. Dağıtım Hizmetlerine İlişkin Kural Seti incelendiğinde 2.1.ve 2.2 numaralı maddeler de hem mevcut durumda üye işyeri teslimat modelini kullanan hem de YEMEK SEPETİ'ne yeni dâhil olacak restoranlar bakımından sisteme dâhil olurken restoranın dağıtım hizmetini tercih etmesi veya üye işyeri teslimat modelinden dağıtım hizmeti modeline geçmesi halinde geçerli bazı kural ve koşullara yer verildiği görülmektedir:

- “2.1. ÜYE İŞYERİ, ÜYE İŞYERİ TESLİMAT modelinden DAĞITIM HİZMETİ modeline geçmesi halinde ve aşağıdaki koşulların birlikte gerçekleşmiş olması durumunda; DAĞITIM HİZMETİ'ni sonlandırma talebinde bulunabileceğini ve ÜYE İŞYERİ TESLİMATI modeline geçebileceğini kabul ve beyan etmektedir:
 - En az 30 (otuz) gün boyunca DAĞITIM HİZMETİ'nden yararlanmış olması ve
 - DAĞITIM HİZMETİ aldığı süre içerisinde kendisine iletilen haftalık ortalama sipariş sayısı ile DAĞITIM HİZMETİ almadan önceki dönemde kendisine iletilen haftalık ortalama sipariş sayısı arasında %30 (yüzde otuz) veya daha fazla bir azalma yaşanmış olması
- 2.2. ÜYE İŞYERİ,
 - (i) YEMEK SEPETİ SİSTEMİ'ne dahil olurken DAĞITIM HİZMETİ'ni tercih etmesi halinde veya,
 - (ii) ÜYE İŞYERİ TESLİMAT modelinden DAĞITIM HİZMETİ modeline geçmesi halinde ve aşağıdaki koşulların birlikte gerçekleşmiş olması durumunda; DAĞITIM HİZMETİ'ni sonlandırma talebinde bulunabileceğini ve ÜYE İŞYERİ TESLİMATI modeline geçebileceğini kabul ve beyan etmektedir:
 - En az 30 (otuz) gün boyunca DAĞITIM HİZMETİ'nden yararlanmış olması,
 - Bir ayda en az 30 (otuz) tamamlanmış siparişi olması (ÜYE İŞYERİ tarafından herhangi bir gerekçeyle iptal edilen veya KULLANICILAR tarafından iade edilen veya cayma hakkına konu olan siparişler tamamlanmış sipariş sayılmayacaktır) ve
 - Son 30 (otuz) gün içerisinde siparişlerinin %4'ünün (yüzde dördünün) veya daha fazlasının DAĞITIM HİZMETİ kaynaklı iptal edilmiş olması.”

(336) Yukarıda yer verilen hükümlerden, platforma yeni üye olacak restoranların veya mevcut durumda anlaşmalı olarak çalışılan restoranlara YEMEK SEPETİ tarafından sağlanan kurye hizmetinin zorunlu kılınmadığı ancak hizmetten çıkış yapılmak istenmesi halinde belirli bazı şartların öngörüldüğü anlaşılmaktadır. Bu şartlar, mevcut restoranlar

bakımından, dağıtım hizmetinden en az 30 gün yararlanmış olmak ve sipariş sayısının dağıtım hizmeti almadan önceki döneme kıyasla en az %30 oranında azalması olarak sayılmaktadır. Platforma yeni üye olan restoranlar bakımından ise dağıtım hizmetinden en az 30 gün yararlanmış olmak, bir ayda en az 30 tamamlanmış siparişin olması ve son 30 gün içinde siparişlerin en az %4'ünün dağıtım hizmeti kaynaklı iptal edilmiş olması hususları şart koşulmaktadır.

- (337) İlgili sözleşme hükümleri, Kural Seti ve teşebbüs beyanlarının uygulamaya yansıma derecesini ortaya koymak adına YEMEK SEPETİ'nden, 2023 yılından bu yana kaç adet restoranla anlaşmalı olarak çalışılmaya başlandığı ve bu restoranlardan kaç tanesinin VD teslimat modeli ile faaliyetine başladığı bilgisi ile taraflarına aynı süreçte kaç adet VD teslimat modeline geçiş talebinin iletilindiği ve bunlardan kaç tanesine olumlu olarak yanıt verildiği bilgisi talep edilmiştir. İlgili cevapları içeren tablolara aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 23: 2023-2024 Dönemi İçerisinde YEMEK SEPETİ Platformuna Üye Olan Restoranların OD-VD Teslimat Modeli Dağılımı

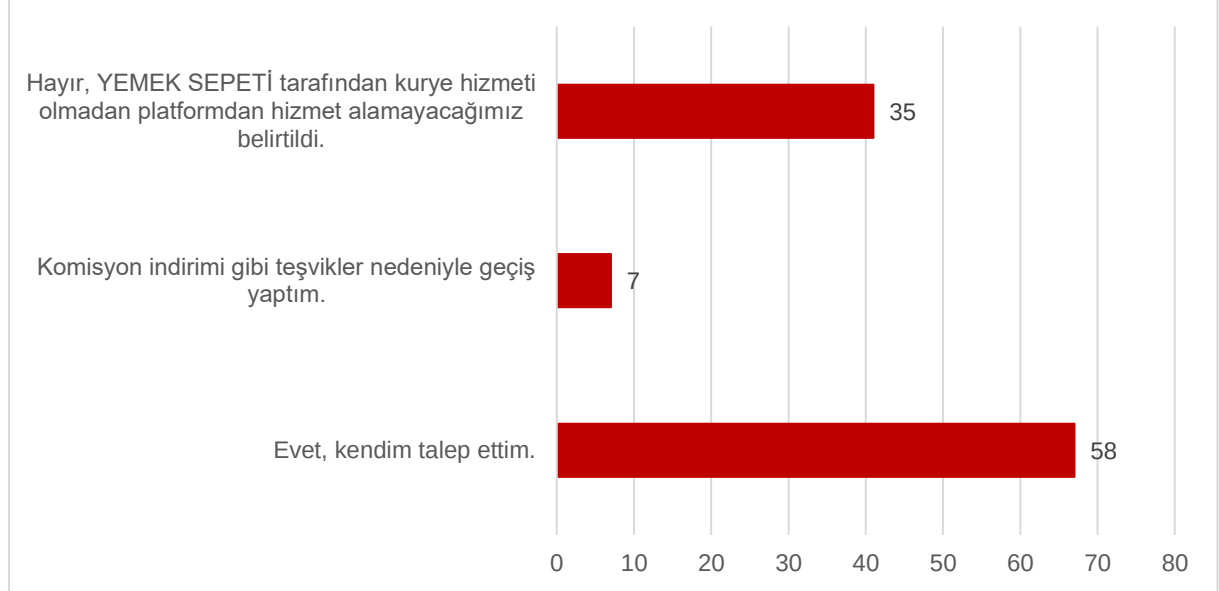
Dönem	OD Teslimat Modeli ile Yeni Üye Olan Restoran Sayısı	VD Teslimat Modeli ile Yeni Üye Olan Restoran Sayısı	Yeni Üye Olan Toplam Restoran Sayısı	OD Teslimat Modeli ile Üye olan Restoran Oranı (%)
Ocak 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.				

(338) Yukarıda yer alan tablodan, 2023 yılının Haziran ayı itibarıyla OD teslimat modeli ile platforma üye olan restoran oranındaki artış keskin bir biçimde gözlenmektedir. Zira önceki aylarda (.....) aralığında seyreden oran, Haziran 2023 itibarıyla (.....) yükselmiş, devam eden aylarda ise (.....) kadar çıkmıştır. Platforma OD teslimat modeli ile üye olan restoran oranı Ekim 2023 itibarıyla tekrar düşüş eğilimine girmişse de güncel durumda (.....) seviyesindedir.

(339) Bu noktada belirtilmelidir ki, özellikle kendi kurye altyapısı olmayan ve üçüncü taraf şirketlerden hizmet almak istemeyen restoranlar YEMEK SEPETİ dâhil olmak üzere çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarının kurye sistemlerini kendi istekleriyle

kullanmaktadır. Keza soruşturma sürecinde bilgi talep edilen restoranlardan da bu yönde cevaplar elde edilmiştir. Bu noktada aşağıdaki grafikten görüleceği üzere, restoranlara anket çalışması kapsamında da YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetini kendi istekleri doğrultusunda alıp almadıkları sorulmuş olup cevap veren teşebbüslerden %58'i tarafından kurye hizmetinin kendi istekleriyle alındığı belirtilmiştir.

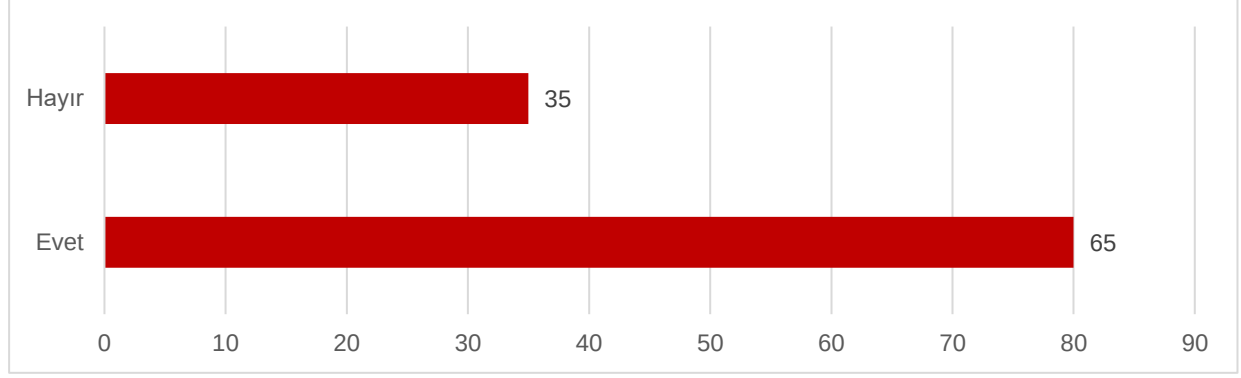
Grafik 23: OD Teslimat Modelini Teşebbüslerin Kendi İsteğiyle Tercih Edip Etmediği Bilgisi



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi

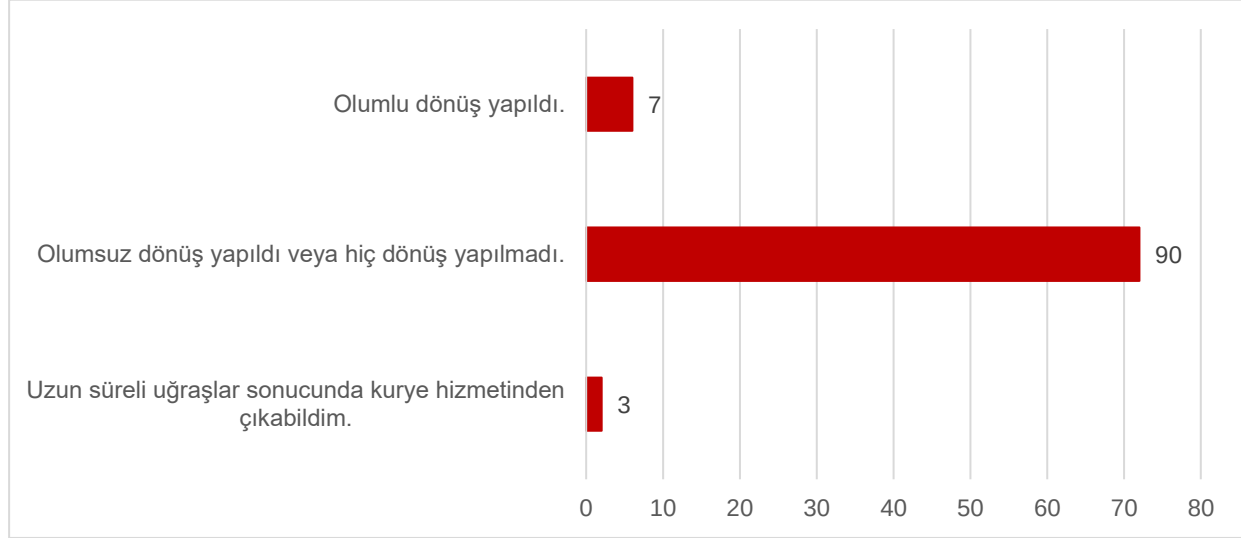
- (340) Dolayısıyla Tablo-23'te yer verilen ve OD teslimat modelini kullanan restoranların tamamına YEMEK SEPETİ'nin bu modeli dayattığı yönünde bir çıkarım yapılması mümkün değildir. Ancak Haziran 2023 itibarıyla yaşanan keskin yükselişin yerinde inceleme belgelerinde elde edilen bulguların tarihleri ile de uyumlu olduğu, bu kapsamda kendi kuryesini kullanmak isteyen restoranlara izin verilmediği yönündeki iddiaları destekler nitelikte olduğu değerlendirilmektedir. İlaveten, YEMEK SEPETİ'nin OD teslimat modeli ile platforma üye olan restoran oranı, 2023 yılının Ekim ayına kadar istikrarlı bir şekilde artış göstermekle birlikte bu tarihten itibaren düşmeye başlamıştır. Bu husus 14.11.2023 tarihli Bulgu-11'de yer verilen *"vd almayalım dedik ama oradaki kararı yine gözden geçireceğiz sanırım"* ifadesiyle birlikte değerlendirildiğinde, YEMEK SEPETİ'nin restoranları OD teslimat modeli ile platforma dâhil etme politikasını gözden geçirerek VD teslimat modeli ile üye olunmasına da izin verdiği ve bu sebeple OD teslimat modeli ile platforma üye olan restoran oranında düşüş gerçekleştiği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla YEMEK SEPETİ'nin teslimat modeline yönelik politikalarının OD teslimat modelini kullanan restoran oranını doğrudan etkilediği anlaşılmaktadır.
- (341) Öte yandan anket çalışması kapsamında restoranlara OD teslimat modelinden çıkma talebinde bulunup bulunmadıkları bilgisi ile YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetinden ayrılma talebi bulunanlara ne yönde cevap verildiği sorulmuştur. İlgili grafiklere aşağıda yer verilmektedir:

Grafik 24: Restoranların OD Teslimat Modelinden Ayrılma Talebinde Bulunup Bulunmadıkları Bilgisi



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

Grafik 25: YEMEK SEPETİ'nin Restoranların Çıkış Taleplerine Karşı Sunduğu Yanıtlar



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi

- (342) Yukarıdaki anket sonuçlarını içeren grafiklerden, bilgisine başvurulmuş restoranlardan %65'inin OD teslimat modelinden ayrılmak istediği ancak çıkış talebi iletilen restoranların %90'ının taleplerine olumsuz dönüş yapıldığı veya hiç dönüş yapılmadığı görülmektedir. YEMEK SEPETİ'nden edinilen bilgilerden de OD teslimat modelinden çıkış talebi bulunan restoranların oldukça küçük bir kümesinin VD teslimat modeline geçişlerinin kabul edildiği (yaklaşık %(...)) anlaşılmıştır.
- (343) Dolayısıyla, platforma üye olma aşamasında bazı restoranların kendi talepleri doğrultusunda OD teslimat modeli ile hizmete başladığı, sınırlı sayıda da olsa bazı restoranların (yaklaşık %(...)) VD teslimat modeli ile faaliyete başlamaya devam ettiği, restoranların oldukça küçük bir kümesini ifade etsede bazı restoranların da VD teslimat modeline geçişlerinin kabul edildiği (yaklaşık %(...)) görülmektedir. İlaveten YEMEK SEPETİ tarafından, talebi reddedilen restoranların kural setini karşılamadıkları için OD teslimat çıkamadıkları belirtilmiştir.
- (344) Tüm bu hususlar birlikte değerlendirildiğinde; özellikle 2023 yılının Temmuz ayı ile başlayan ve KURAL SETİ'nin oluşturularak sözleşmelere eklendiği 2024 yılına kadar geçen süreçte yeknesak bir uygulamanın olmadığı, akabinde ise bir kere ikna edilen restoranların çıkışının KURAL SETİ'ne bağlanarak zorlaştırıldığı anlaşılmaktadır. Öte yandan hâlihazırda VD teslimat modeli kapsamında YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı olarak çalışmaya başlayan restoranların varlığı ile bazı restoranların çıkış taleplerinin kabul edildiği hususları, davranışın tüm restoranlar bakımından uygulandığı ve

platforma üye tüm restoranların iki hizmeti bağlı halde almaya zorlandığı tespitini muğlaklaştırmaktadır.

- (345) Bununla birlikte devam eden bölümde, dosya konusu davranışın bir bağlama uygulamasını teşkil ettiği varsayımıyla YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile çevrim içi yemek siparişine yönelik kurye hizmetlerini bağlama uygulamasının kötüye kullanma niteliği taşıyıp taşımadığı incelenecektir. Defaatle belirtildiği üzere işbu başlık altındaki değerlendirmeler YEMEK SEPETİ'nin bağlayan ürün pazarında (çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri) hâkim durumda olduğu varsayımı altında gerçekleştirilmektedir.
- (346) Hâkim Durum Kılavuzu'na göre bağlama uygulamasının bağlayan pazarda, bağlanan pazarda veya her ikisinde rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açması muhtemeldir. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ'nin bağlama uygulamasının rekabet karşıtı herhangi bir etkiye yol açıp açmadığı hususu hem çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri hem de çevrim içi yemek siparişine yönelik kurye hizmetleri pazarı bakımından incelenmiştir.

- Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarına İlişkin Değerlendirme

- (347) Bu başlık altında öncelikle, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarı bakımından gerçekleştirilen incelemelere yer verilecektir. Yukarıda da aktarıldığı üzere yerinde inceleme belgelerinden YEMEK SEPETİ'nin iddia konusu bağlama davranışının başlangıcının 2023 yılının Haziran ayına tekabül ettiği anlaşılmaktadır. Her durumda çevrim içi yemek siparişi servisi platform hizmetleri pazarında faaliyeti bulunan teşebbüslerin 2023 ve 2024 yıllarını kapsayacak şekilde hem yıllık hem de aylık verilerinin analiz edilmesinde fayda görülmektedir.
- (348) Bu kapsamda “Hâkim Durumun Değerlendirilmesi” başlığı altında daha önce detaylı olarak aktarılmış olan YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin ilgili pazar bakımından en önemli parametre olarak değerlendirilen sipariş adedi bazındaki pazar paylarına tekrar yer verilmelidir.
- (349) Sipariş adedi bakımından ilgili pazarda bulunan teşebbüslerin pazar payları incelendiğinde, YEMEK SEPETİ'nin en yakın rakibi TRENDYOL YEMEK ile arasında yalnızca %(.....) puanlık bir fark bulunmaktadır. Bağlama davranışı öncesinde 2022 yılında TRENDYOL YEMEK ile YEMEK SEPETİ arasındaki pazar payı farkı (.....) iken, davranışın başladığı 2023 yılında gelindiğinde iki teşebbüs arasındaki pazar payı farkının (.....)'e düştüğü görülmektedir. 2024 yılına gelindiğinde ise ilgili fark belirtildiği üzere %(.....)'dir. 2024 yılında YEMEK SEPETİ ile TRENDYOL YEMEK arasındaki pazar payının bir miktar arttığı kabul edilmekle birlikte ilgili artışın pazardaki diğer oyuncuların pazar payı gelişimleriyle birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. GETİR YEMEK'in pazar payının ise genel olarak TRENDYOL YEMEK'in pazara giriş yaptığı 2022 yılından itibaren düzenli olarak düşüş gösterdiği görülmektedir. GETİR YEMEK'in pazar payındaki düşüş, 2022 yılından 2023 yılına gelindiğinde (.....) puan ve 2023'ten 2024 yılına gelindiğinde ise (.....) puan olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla GETİR YEMEK'in pazar payındaki düşüş eğiliminde TRENDYOL YEMEK'in pazara girişinin büyük ölçüde etkili olduğu değerlendirilmekle birlikte davranışın gerçekleştiği 2023 yılından itibaren pazar payındaki düşüşün pazar payının yıllar itibarıyla gerçekleşen seyrine paralel olduğu değerlendirilmektedir. Son olarak pazara rakiplerine göre oldukça geç giren MİGROS YEMEK pazara giriş yaptığı 2022 yılından itibaren pazar payını düzenli olarak artırmış, 2022 yılında %(.....) olarak gerçekleşen pazar payını 2023 yılında %(.....) ve 2024 yılında %(.....)'e çıkarmıştır. İlaveten davranışın

başlangıcını ifade eden 2023 yılında GETİR YEMEK'in ve YEMEK SEPETİ'nin 2023 yılında kaybettiği toplam %(.)'lik pazar payının büyük bir kısmının TRENDYOL YEMEK, kalan kısmının ise MİGROS YEMEK tarafından kazanıldığı görülmektedir.

- (350) Yukarıda aktarılan yıllık verilere ilave olarak, sipariş adedi parametresi bakımından teşebbüslerin pazar paylarında gerçekleşen eğilim aylık olarak da incelenmiştir. İlgili grafiğe aşağıda yer verilmektedir:

Grafik 26: (.)



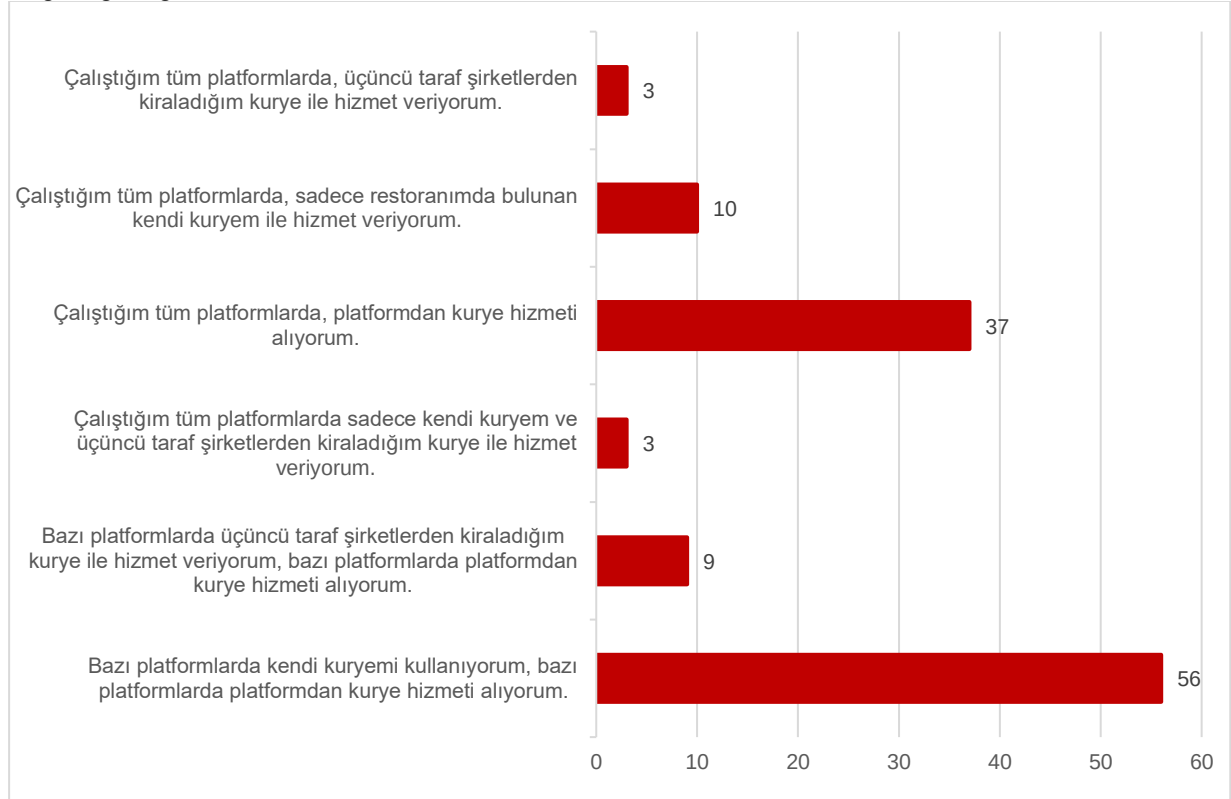
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (351) Yukarıda yer verilen grafik, davranışın başlamış olduğu 2023 yılının Haziran ayında gerçekleşen pazar payları ekseninde incelendiğinde, YEMEK SEPETİ'nin ilgili tarihteki pazar payının düşüş, TRENDYOL YEMEK'in pazar payının ise artış eğiliminde olduğu görülmektedir. GETİR YEMEK'in pazar payı ise yukarıdaki bölümlerde aktarıldığı üzere TRENDYOL YEMEK'in pazara giriş yaptığı 2022 yılından itibaren düşüş eğiliminde olup 2023 yılının Haziran ayında pazar payında farklı bir sapma görülmemektedir. MİGROS YEMEK'in pazar payı ise ilgili dönemde artış eğilimindedir. Teşebbüslerin pazar payları davranışın başlangıcından OD teslimat modeli ile üye olan restoran oranının en yüksek seviyesine ulaştığı 2023 yılının Ekim ayına kadar geçen süreç özelinde incelendiğinde YEMEK SEPETİ'nin pazar payının %(.) oranında azalış göstererek (.) puan düştüğü, TRENDYOL YEMEK'in pazar payının %(.) oranında artış göstererek (.) puan yükseldiği, GETİR YEMEK'in pazar payının önceki yıllara paralel şekilde düşüş eğiliminde olduğu ve MİGROS YEMEK'in pazar payının %(.)'lik bir artış göstererek (.) puan yükseldiği görülmektedir.
- (352) Teşebbüslerin pazar payları, davranışın başlangıcından 2025 Ocak ayına kadar geçen süreç bakımından incelendiğinde, YEMEK SEPETİ'nin ilgili süreçte pazar payının 2022 yılındaki pazar payına yakınsayacak şekilde yükseldiği ve 2023 yılında kaybedilen pazar payının telafi edildiği, TRENDYOL YEMEK'in pazar payının ilgili süreçte dalgalı bir seyir izlemekle birlikte aynı kaldığı, GETİR YEMEK'in pazar payının davranış öncesi sürece de paralel ve dolayısıyla davranıştan bağımsız şekilde düşüş eğiliminde olduğu

ve son olarak MİGROS YEMEK'in pazar payının istikrarlı bir şekilde artış eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır.

- (353) Dolayısıyla sipariş adetleri bakımından YEMEK SEPETİ'nin rakipleri konumundaki TRENDYOL YEMEK'in pazar payında herhangi bir düşüş olmadığı, GETİR YEMEK'in payındaki düşüşün farklı değişkenlere bağlı olduğu, pazara oldukça geç bir tarihte giriş yapan MİGROS YEMEK'in pazar payının istikrarlı bir şekilde artış göstermeye devam ettiği dikkate alındığında sipariş adedi parametresi bakımından gerçekleştirilen incelemeler neticesinde YEMEK SEPETİ'nin dosya konusu bağlama uygulamasının dışlayıcı nitelikte herhangi bir rekabet karşıtı etkiye yol açmadığı değerlendirilmektedir.
- (354) İşbu dosya kapsamında YEMEK SEPETİ'nin bağlama davranışının çevrim içi yemek siparişi servisi hizmetleri bakımından rakipleri nezdinde yaratması beklenecek dışlayıcı etkilerin en genel anlamda ve öncelikli olarak sipariş adetleri kapsamında gerçekleşmesi beklenebilecektir. Diğer yandan bağlama uygulaması neticesinde birden fazla platformda aracılık hizmeti ve/veya kurye hizmetine ilişkin olarak ilave komisyon maliyetine katlanmak istemeyen restoranların YEMEK SEPETİ'nin rakibi konumundaki pazardaki diğer platformlardan aracılık ve/veya kurye hizmeti satın almayı bırakması ve platformların kurye hizmetleri bakımından dışlanması gibi bir sonuca da ulaşılma ihtimali söz konusudur.
- (355) Soruşturma kapsamında gerçekleştirilen anket çalışması kapsamında restoranlardan çevrim içi yemek siparişi hizmetleri kapsamında kurye hizmetini nasıl sağladığı bilgisi talep edilmiştir. İlgili grafiğe aşağıda yer verilmektedir:

Grafik 27: Restoranların Çevrim İçi Yemek Siparişi Hizmetleri Kapsamında Kurye Hizmetini Nasıl Sağladığı Bilgisi



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (356) Yukarıda yer verilen anket sonuçlarından, 118 restoranın %86,44'ünün (102) platform kuryesi kullandığı, %31,36'sının çalışılan tüm platformlarda, platformdan kurye hizmeti aldığı ve %47,46'sının bazı platformlarda kendi kuryesi ile, bazı platformlarda platform

kuryesi ile hizmet verdiği anlaşılmıştır. Dolayısıyla restoranların büyük oranda platform kuryesi kullandığı, yaklaşık üçte birinin tüm platformlardan kurye hizmeti satın aldığı, yaklaşık yarısının da hem platform hem de kendi kuryesi ile çalıştığı, kurye kullanımı bakımından ilgili pazarda çoklu erişimin söz konusu olduğu değerlendirilmektedir. Bu çerçevede YEMEK SEPETİ'nin bağlama uygulaması sonrasında restoranların aracı platformunu değiştirme anlamında bir aksiyon alıp almadığı ve bunun bir sonucu olarak YEMEK SEPETİ'nin rakipleri bakımından dışlayıcı nitelik taşıyan herhangi bir rekabet karşıtı etkinin ortaya çıkıp çıkmadığı incelenmelidir.

- (357) Bu kapsamda çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin anlaşmalı restoran sayısını içeren tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 24: Türkiye'de Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Anlaşmalı Restoran Sayıları (Şube Sayıları Dâhil)¹²¹

Tarih	YEMEK SEPETİ	TRENDYOL YEMEK	GETİR YEMEK	MİGROS YEMEK
2019	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2020	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2021	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2022	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.				

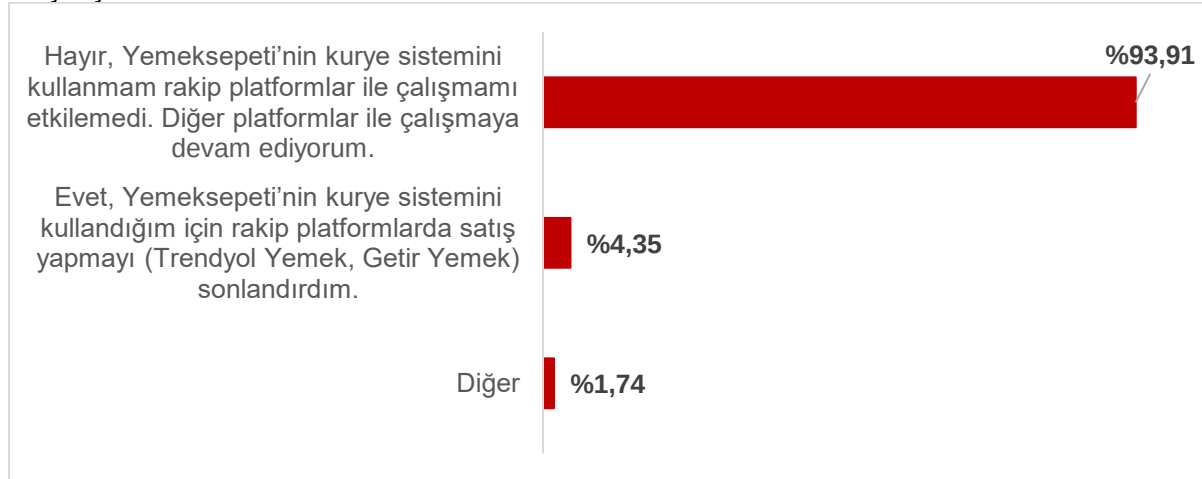
- (358) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, YEMEK SEPETİ'nin bağlama davranışını uygulamaya koyduğu 2023 yılına kadar geçen süreçte anlaşmalı restoran sayısı bakımından lider olduğu, 2022 ve 2023 yılında YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı restoran sayısı sırasıyla

¹²¹ İlgili veriler şube sayısı hariç olarak da incelenmiş olup, şube sayılarının dâhil edildiği ve hariç tutulduğu hesaplamalar bakımından önemli bir farkın bulunmadığı ve ilgili oranların birbirine çok yakın olduğu tespit edilmiştir.

(.....) ve (.....) iken 2025 yılının Ocak ayına gelindiğinde bu sayının (.....)'e düştüğü görülmektedir. En yakın rakibi konumundaki TRENDYOL YEMEK'in anlaşmalı restoran sayısının ise pazara giriş yaptığı 2020 yılından itibaren istikrarlı olarak artış gösterdiği, artış oranının 2022 yılında en üst seviyeye ulaştığı ((.....) kat), 2023 yılından 2025 yılının Ocak ayına kadar geçen süreçte anlaşmalı restoran sayısının (.....)'den (.....)e yükseldiği ve 2024 yılının Ekim ayından itibaren TRENDYOL YEMEK'in anlaşmalı restoran sayısının düzenli olarak YEMEK SEPETİ'nden fazla seyrettiği anlaşılmaktadır. GETİR YEMEK'in anlaşmalı restoran sayısı da TRENDYOL YEMEK'e benzer şekilde artış eğilimindedir ve ilgili yıllarda (.....)'den (.....)ye yükselmiştir. Son olarak MİGROS YEMEK, anlaşmalı restoran sayısı bakımından en yüksek büyüme oranına sahip teşebbüs olarak, ilgili yıllarda anlaşmalı restoran sayısını (.....)'ten (.....)'ya yükseltmiştir.

- (359) İlaveten, anket çalışması kapsamında restoranlara, YEMEK SEPETİ'nin OD teslimat modelini kullanmalarının diğer platformlarla çalışmalarını ne yönde etkilediği sorulmuş olup aşağıdaki grafikten görüleceği üzere, ankete cevap veren restoranların yaklaşık %94'ü gibi büyük bir çoğunluğu tarafından, YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetinin kullanılmasının rakip platformlar ile çalışılmasını etkilemediği ve teşebbüslerin diğer platformlarda da faaliyetlerine devam ettiği bilgisi iletilmiştir.

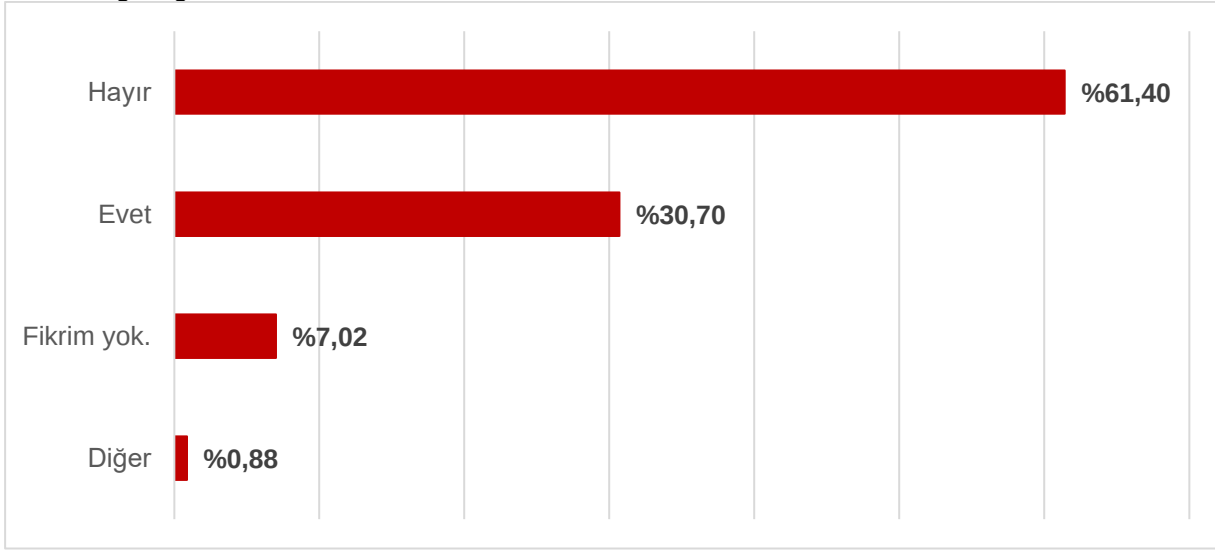
Grafik 28: YEMEK SEPETİ'nin OD Teslimat Modelinin Kullanılmasının Restoranların Diğer Platformlar İle Çalışmasına Etkisi



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi

- (360) Son olarak, anket çalışması kapsamında restoranlara, YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetini kullanmaları durumunda kendilerine YEMEK SEPETİ tarafından herhangi bir teşvik sunulup sunulmadığı bilgisi ile sağlanan teşviklerin restoranların diğer platformlar ile çalışma durumunu nasıl etkilediği bilgisine yönelik sorular yöneltilmiştir. İlgili grafiklere aşağıda yer verilmektedir:

Grafik 29: YEMEK SEPETİ'nin Kurye Hizmetini Kullanma Durumunda Herhangi Bir Teşvik Verilip Verilmediği Bilgisi



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

Grafik 30: YEMEK SEPETİ'nin Kurye Hizmetini Kullanma Durumunda Verilen Teşviklerin Diğer Platformlar ile Çalışılmasında Herhangi Bir Etki Yaratıp Yaratmadığı Bilgisi



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (361) Yukarıda yer verilen anket sonuçlarından, kurye hizmetinin kullanılması durumunda bilgisine başvurulanan restoranlardan sadece %30'una teşvik sağlandığı anlaşılmaktadır. Nitekim yerinde inceleme belgelerinden de ilgili uygulamanın tali ve sınırlı bir nitelik taşıdığı ve yalnızca halihazırda platforma üye restoranlar bakımından getirildiği görülmektedir. İlâveten söz konusu teşviklerin restoranların diğer platformlar ile ilişkisini ne yönde etkilediği sorgulandığında, restoranların yaklaşık %91'inin ilgili teşvikler neticesinde rakip platformlar ile olan faaliyetlerinin etkilenmediği ve diğer platformlardan hizmet alınmaya devam edildiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla YEMEK SEPETİ tarafından restoranlara kısa süreli ve tali olarak sağlanan teşvikler bakımından da çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren diğer oyuncular nezdinde dışlayıcı bir etki oluşmadığı değerlendirilmektedir.
- (362) Tüm bu hususlar birlikte değerlendirildiğinde, incelenen dönemde, sipariş adetleri bakımından YEMEK SEPETİ'nin rakipleri konumundaki TRENDYOL YEMEK'in pazar payında herhangi bir düşüş olmadığı, GETİR YEMEK'in payındaki düşüşün farklı

değişkenlere bağlı olduğu, pazara oldukça geç bir tarihte giriş yapan MİGROS YEMEK'in pazar payının istikrarlı bir şekilde artış göstermeye devam ettiği; pazarda faaliyet gösteren tüm teşebbüslerin anlaşmalı restoran sayısını artırdığı ve mevcut durumda TRENDYOL YEMEK'in anlaşmalı restoran sayısı bakımından YEMEK SEPETİ'ni geride bıraktığı ve anket sonuçları dikkate alındığında gerçekleştirilen incelemeler neticesinde YEMEK SEPETİ'nin dosya konusu bağlama uygulamasının çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren rakipleri üzerinde dışlayıcı herhangi bir rekabet karşıtı etkiye yol açmadığı değerlendirilmektedir.

- Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi'ne Yönelik Kurye Hizmetleri Pazarına İlişkin Değerlendirme

- (363) Bağlama uygulamasının bağlayan pazarda, bağlanan pazarda veya her ikisinde rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açması muhtemeldir. Bağlayan ürün pazarı olan çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarına yönelik değerlendirmelerin akabinde bağlanan ürün pazarını oluşturan kurye hizmetleri bakımından gerçekleştirilen değerlendirmelere yer verilmelidir. Bu kapsamda öncelikle çevrim içi yemek siparişi platformlarının sunduğu kurye hizmetleri ile genel olarak kurye hizmeti pazarında faaliyet gösteren diğer teşebbüslerin çalışma modellerine ilişkin bilgi verilmesinde fayda görülmektedir.
- (364) Türkiye'de çevrim içi yemek siparişlerine aracılık hizmetinin yanında lojistik hizmet de sunulmasına yönelik ilk adım YEMEK SEPETİ tarafından 2015 yılı sonunda atılmıştır. Akabinde GETİR YEMEK ilk olarak 2019'da "Getir Getirsin" modeliyle pazaryeri ve kurye hizmetine başlamış olup daha sonra "Restoran Getirsin" seçeneğini de kullanıcılarına sunmuştur. Hâlihazırda Model 1 (Restoran Teslimatı) ve Model 2 (Platform Teslimatı) ile hizmet veren TRENDYOL YEMEK ise 2020 yılında faaliyetlerine ilk olarak Model 2 ile başlamış, ardından Model-1'i de seçenek olarak sunmaya başlamıştır. MİGROS YEMEK ise kurye hizmetini 2023 yılının Mart ayında sağlamaya başlamış olup hâlihazırda restoranlara "Restoran Teslimatı Modeli" ve "Migros Yemek Teslimatı Modeli" olmak üzere iki seçenek sunmaktadır.
- (365) Yukarıda yer verilen platformlara ek olarak çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri kapsamında bu konuda uzmanlaşmış FİYUU, PAKET TAXI, VİGO KURYE, PAKETLE, HIZLI KURYE, POINT KURYE, BAS, GOBOX, AC KURYE, NEXT KURYE, İSTE KURYE, PAKETGO ve RİNG gibi çok sayıda teşebbüs faaliyette bulunmaktadır. Söz konusu teşebbüsler kendi bordrolu kuryelerini istihdam edebildikleri gibi bağımsız kuryeler ile de çalışabilmektedir. İlaveten bağımsız kuryeler, doğrudan restoranlara, üçüncü taraf kurye firmalarına veya platformlara hizmet sağlayabilmektedir.
- (366) Yemek siparişi platformlarının kurye sayılarını her yıl düzenli olarak artırdığı ve pazarda faaliyet gösteren binlerce restoranın da üçüncü taraf kurye firmaları ile esnaf kuryelerden hizmet alabildiği ve pazarın oldukça parçalı bir yapı arz ettiği dikkate alındığında pazarın toplam büyüklüğüne ulaşmak mümkün olmamıştır. Bununla birlikte her durumda, işbu dosya konusu bakımından değerlendirildiğinde, YEMEK SEPETİ'nin aracılık hizmeti ile kurye hizmetini bağlaması sonrasında kurye hizmetleri pazarında dışlayıcı bir etkinin ortaya çıkabilmesi için öncelikle, YEMEK SEPETİ'nin rakibi konumundaki platformların kurye hizmeti sağladığı anlaşmalı restoran sayılarında ve platform teslimatlı sipariş adetlerinde bir düşüş olması gerekecektir. Zira birden fazla platformdan kurye hizmeti sağlamak istemeyen restoranların diğer platformlardan kurye hizmeti satın almaya devam etmeyerek yalnızca YEMEK SEPETİ'nden kurye hizmeti alması ve bunun bir sonucu olarak YEMEK SEPETİ'nin rakibi konumundaki

platformların kurye hizmetlerine ilişkin talebin azalması beklenecektir. İlâveten, YEMEK SEPETİ'nin ilgili hizmeti kendi şirketi bünyesinde istihdam ettiği bordrolu kuryeleri aracılığıyla sunması veya anlaşmalı olduğu kurye firmaları veya bağımsız kuryeler ile münhasır olarak çalışması, platform teslimatlı gerçekleşen siparişlerin pazarın oldukça büyük bir bölümünü oluşturması ve üçüncü taraf kurye hizmeti sağlayan teşebbüslerin pazardan dışlanması gerekecektir.

- (367) Öncelikle YEMEK SEPETİ'nin rakibi konumundaki teşebbüslerin kurye hizmetleri kapsamındaki faaliyetleri bakımından pazardan dışlanıp dışlanmadığı hususu incelenmelidir. Bu kapsamda aşağıdaki tabloda teşebbüslerin kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran sayılarına yer verilmektedir:

Tablo 25: Türkiye'de Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Kurye Hizmetini Kullanan Anlaşmalı Restoran Sayıları (Şube Sayıları Dâhil)¹²²

Tarih	YEMEK SEPETİ	TRENDYOL YEMEK	GETİR YEMEK	MİGROS YEMEK
2019	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2020	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2021	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2022	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.				

- (368) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, 2020 yılında YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran sayısı bakımından GETİR YEMEK'in gerisinde seyrettiği (sırasıyla (.....) ve (.....)), TRENDYOL YEMEK'in pazara giriş yaptığı 2021 yılında GETİR YEMEK ve TRENDYOL YEMEK'i, üçüncü oyuncu olarak takip ettiği (sırasıyla

¹²² İlgili veriler şube sayısı hariç olarak da incelenmiş olup, şube sayılarının dâhil edildiği ve hariç tutulduğu hesaplamalar bakımından önemli bir farkın bulunmadığı ve ilgili oranların birbirine çok yakın olduğu tespit edilmiştir.

(.....) ve (.....), 2022 yılında da benzer bir eğilimin devam ettiği, bağlama davranışını uygulamaya koyduğu 2023 yılında YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran sayısı (.....) iken 2025 yılının Ocak ayına gelindiğinde bu sayının (.....)'ye düştüğü görülmektedir. En yakın rakibi konumundaki TRENDYOL YEMEK'in kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran sayısının ise 2023 yılından 2025 yılının Ocak ayına kadar geçen süreçte istikrarlı bir şekilde artış gösterdiği ve anlaşmalı restoran sayısının ilgili yıllarda (.....)'den (.....)'e yükseldiği ve 2024 yılının Kasım ayından itibaren TRENDYOL YEMEK'in kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran sayısının düzenli olarak YEMEK SEPETİ'nden fazla seyrettiği anlaşılmaktadır. GETİR YEMEK'in kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran sayısı da TRENDYOL YEMEK'e benzer şekilde artış eğilimindedir ve ilgili yıllarda (.....)'den (.....)'a yükselmiştir. Son olarak MİGROS YEMEK, kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran sayısı bakımından en yüksek büyüme oranına sahip teşebbüs olarak, ilgili yıllarda anlaşmalı restoran sayısını (.....)'dan (.....)'e yükseltmiştir.

- (369) Kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran sayılarına ek olarak oranlarına da yer verilmesinde fayda görülmektedir:

Tablo 26: Türkiye'de Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Kurye Hizmetini Kullanan Anlaşmalı Restoran Oranları (Şube Sayıları Dâhil)¹²³ (%)

Tarih	YEMEK SEPETİ	TRENDYOL YEMEK	GETİR YEMEK	MİGROS YEMEK
2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (370) Yukarıda yer verilen tablo incelendiğinde, davranışın gerçekleştiği 2023 yılında kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran oranı YEMEK SEPETİ' bakımından %(.....) iken Ocak 2025'e gelindiğinde ilgili oran %(.....)'a çıkmıştır. YEMEK SEPETİ'ne benzer şekilde rakiplerinin de kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran oranının artış

¹²³ İlgili veriler şube sayısı hariç olarak da incelenmiş olup, şube sayılarının dâhil edildiği ve hariç tutulduğu hesaplamalar bakımından önemli bir farkın bulunmadığı ve ilgili oranların birbirine çok yakın olduğu tespit edilmiştir.

gösterdiği, bu kapsamda TRENDYOL YEMEK'in payının %(.....)'ten %(.....)'ya; GETİR YEMEK'in payının %(.....)ten %(.....)ya ve son olarak MİGROS YEMEK'in payının %(.....)'ten %(.....)'e çıktığı görülmektedir. Dolayısıyla YEMEK SEPETİ'nin inceleme konusu davranışı gerçekleştirdiği dönemde, rakibi konumundaki teşebbüslerin kurye hizmeti sağladıkları anlaşmalı restoran sayısının artış gösterdiği, teşebbüslerin anlaşmalı restoran sayıları içerisindeki kurye hizmeti sağlanan anlaşmalı restoran oranının da benzer bir eğilimle yükseldiği anlaşılmaktadır.

- (371) Son olarak YEMEK SEPETİ'nin inceleme konusu davranışları sonrasında kendisinin ve rakiplerinin platform teslimatlı siparişlerinin ne yönde seyrettiği incelenmelidir. Aşağıdaki grafikte 2023 ve 2024 yıllarına ilişkin platform teslimatlı sipariş adetlerine yer verilmektedir:

Grafik 31: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (372) Yukarıda yer verilen grafik incelendiğinde, 2023 Ocak ayı itibarıyla platform teslimatlı siparişler bakımından lider olan platformun TRENDYOL YEMEK olduğu görülmektedir. Söz konusu durumun temelinde yatan ana sebep ise TRENDYOL YEMEK'in pazara büyük ölçüde platform teslimatlı hizmeti ile giriş yapmasıdır. Daha önceki bölümlerde de ifade edildiği üzere, YEMEK SEPETİ tarafından da platform teslimatını mevcut durumda pazar için rekabetçi bir parametre olduğu değerlendirilen kurye hizmetlerini iyileştirmek ve uçtan uca kaliteli bir hizmet sunmak adına yaygınlaştırma hedefi güdüldüğü belirtilmektedir. Öte yandan yıllar itibarıyla YEMEK SEPETİ ile TRENDYOL YEMEK'in pazar paylarının birbirlerine oldukça yakınsadığı görülmektedir. Mevcut durumda 2025 Ocak ayı itibarıyla YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı siparişler bakımından gerçekleşen pazar payı %(.....) iken TRENDYOL YEMEK'in %(.....)'dir. TRENDYOL YEMEK'in yıllar itibarıyla pazar payı düşüşü yaşamasının ana nedeni ise YEMEK SEPETİ'nin teslimat modelini değiştirmesine ilişkindir. Bu bakımdan sipariş adetlerinin genel seyrine yer verilmesinin daha doğru bir yaklaşım olacağı değerlendirilmektedir. İlgili grafiğe aşağıda yer verilmektedir:

Grafik 32: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (373) Yukarıdaki grafik incelendiğinde, pazardaki tüm teşebbüslerin platform teslimatlı sipariş adetlerinin yıllar içerisinde yükselme eğiliminde olduğu görülmektedir. YEMEK SEPETİ'nin büyüme oranı rakiplerine nazaran daha yüksek olmakla birlikte, bahsedildiği üzere ilgili durum teslimat modelinin değiştirilmesi kaynaklıdır. Nitekim kurye hizmeti sağlanan anlaşmalı restoran sayılarının da artış eğiliminde olduğu dikkate alındığında YEMEK SEPETİ'nin inceleme konusu davranışları sonrasında rakiplerinin sipariş adetlerinin düşmediği aksine yükselme eğilimlerini korudukları değerlendirilmektedir.
- (374) Tüm bu hususlar birlikte değerlendirildiğinde, 2023 Ocak- 2025 Ocak tarihleri arasında pazarda faaliyet gösteren tüm teşebbüslerin kurye hizmeti kullanan anlaşmalı restoran sayısını ve oranını artırdığı, mevcut durumda kurye hizmeti kullanan anlaşmalı restoran sayısı bakımından TRENDYOL YEMEK'in YEMEK SEPETİ'ni geride bıraktığı, platform teslimatlı sipariş adetlerinin de benzer şekilde pazardaki tüm teşebbüsler bakımından artış eğiliminde olduğu ve dosya konusu davranışın YEMEK SEPETİ'nin rakibi konumundaki teşebbüsler bakımından dışlayıcı herhangi bir etkiye neden olmadığı değerlendirilmektedir.
- (375) Yukarıda aktarılanların akabinde, YEMEK SEPETİ'nin dosya konusu davranışlarının kurye hizmetleri pazarında faaliyet gösteren üçüncü tarafları dışlayıp dışlamadığı incelenmelidir. Belirtildiği üzere YEMEK SEPETİ'nin davranışlarının üçüncü taraflar nezdinde dışlayıcı nitelik taşıyabilmesi için ilgili hizmeti kendi şirketi bünyesinde istihdam ettiği bordrolu kuryeleri aracılığıyla sunması veya anlaşmalı olduğu kurye firmaları veya bağımsız kuryeler ile münhasır olarak çalışması ve platform teslimatlı gerçekleşen siparişlerin pazarın oldukça büyük bir bölümünü oluşturması gerekmektedir.
- (376) Bu bakımdan öncelikle YEMEK SEPETİ'nin Yemek Sepeti Express modeline ilişkin açıklamalara yer verilmelidir. İlgili model, 2015 yılının Aralık ayında "Yemek Sepeti Vale" adı altında ve İstanbul'un üç ilçesi ile sınırlı olacak şekilde kurulmuştur. Bu dönemde Yemek Sepeti Vale sadece lojistik hizmeti sunan üçüncü taraf teşebbüsler ile çalışmış olup bordrolu herhangi bir kurye kullanmamıştır. 2019 yılına gelindiğinde ise Yemek Sepeti Vale'nin hizmet alanı genişlemiş, Ankara, İstanbul ve İzmir şehirlerinin bazı ilçeleri faaliyet alanına dâhil edilmiştir. Teşebbüs tarafından bu dönemde kalite standartları ve sektörel ihtiyaçlar doğrultusunda bordrolu kuryelerin hizmete dâhil edildiği belirtilmiştir. 2020 yılında hizmet alanı daha da genişletilmiş, 2022 yılına

gelindiğinde “Yemek Sepeti Vale” hizmeti günümüzde kullanılan “Yemek Sepeti Express” adını almıştır.

(377) Bunun yanında sektörel dönüşüm gerekçesiyle hizmetin ifasında bordrolu kurye sistemine son verilmiş, tekrar lojistik hizmeti sunan üçüncü taraf teşebbüsler ve ek olarak esnaf kuryeler ile çalışılmaya başlanmıştır. Bu kapsamda, lojistik hizmeti sunan üçüncü taraf teşebbüsler ile YEMEK SEPETİ arasında “Taşımacılık ve/veya Hizmet Sözleşmesi” akdedilmekte; esnaf kurye modelinde ise bağımsız çalışan gerçek kişiler, YEMEK SEPETİ sistemleri üzerinden başvuruda bulunarak gerekli belgeleri yüklemekte, belgelerin eksiksiz olarak sağlanması ve sistem üzerinden onaylanması akabinde OD teslimat modeli altında kurye hizmeti vermektedir. YEMEK SEPETİ’nin rakibi konumundaki TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK tarafından da; hizmet veren kuryelerin platform bünyesinde bordrolu çalışan personel olmadığı ve bu alanda üçüncü taraf teşebbüslerden hizmet satın alındığı belirtilmektedir¹²⁴.

(378) İlâveten kurye hizmeti sağlayan teşebbüslerden hangi platformlar ve/veya restoranlar ile anlaşmalı olarak çalıştıkları bilgisi talep edilmiş olup;

- (.....) tarafından, 2021 yılından itibaren (.....) ve 2022 yılından itibaren (.....) ile anlaşmalı olarak çalışıldığı ve ilgili platformlara kurye hizmeti sağlandığı, restoranlar ile herhangi bir anlaşmanın bulunmadığı,
- (.....) tarafından, mevcut durumda hem restoranlarla hem de (.....) ile anlaşmalı olarak çalışıldığı,
- (.....) tarafından, 2023 yılından itibaren (.....) ve 2020 yılından itibaren (.....) ile anlaşmalı olarak çalışıldığı,
- (.....) tarafından çevrim içi yemek siparişi platformları ile mevcut durumda herhangi bir anlaşmasının bulunmadığı restoranlarla anlaşmalar yaparak, yalnızca bu restoranların taşımacılık hizmetlerini gerçekleştirdiği,
- (.....) tarafından 2022 yılından itibaren (.....), (.....) ve (.....) markalarının lojistik ve dağıtım faaliyetlerinin üstlenilmekle birlikte 2023 yılından itibaren farklı markalara ait zincir restoranlar ile tekil restoranlara da hizmet vermeye başlandığı, 2023 yılında (.....) ile anlaşma akdedildiği ve mevcut durumda platformlar ile herhangi bir anlaşmasının bulunmadığı

ifade edilmiştir.

(379) Ayrıca ilgili pazarda kurye hizmeti sağlayan teşebbüsler tarafından herhangi bir platform tarafından kendilerine kurye hizmetleri kapsamında bir finansal teşvik sunulmadığı veya rakip platformlarla çalışmasını sınırlandıran bir düzenleme getirilmediği belirtilmiştir.

(380) Dosya mevcudu bilgilerden hem platformlar ile anlaşmalı olarak çalışan esnaf kuryelerin (mesai saatleri dışında) hem de üçüncü taraf kurye firmalarının hiçbir platform ile münhasır çalışmadığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla her bir esnaf kurye ve üçüncü taraf kurye hizmeti sağlayan teşebbüsün çevrim içi yemek siparişi platform

¹²⁴ Detaylarına Tablo-3’te yer verildiği üzere, mevcut durumda YEMEK SEPETİ (.....), TRENDYOL YEMEK (.....), GETİR YEMEK (.....), MİGROS YEMEK (.....) ve FUUDY (.....) ilde kurye hizmeti sağlamaktadır. İlâveten soruşturma sürecinde çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerden de bilgi talep edilmiş olup PAKET TAXI’ ve YGK KURYE’nin (.....) ilde, FİYU’nun (.....) ilde faaliyetinin bulunduğu ve İŞ EXPRESS’in (.....) ilde faaliyetinin bulunduğu belirtilmiştir.

hizmetleri pazarında faaliyeti bulunan platformlar ile çalışma imkânı bulunmaktadır. Soruşturma sürecinde de söz konusu durumun aksini gösteren herhangi bir belge veya bulguya ulaşılamamıştır. Bu bakımdan, YEMEK SEPETİ de dâhil olmak üzere ilgili pazarda faaliyet gösteren platformların gerek üçüncü taraf kurye hizmeti sağlayan teşebbüsler gerekse de esnaf kuryelere istihdam sağladığı ve bu anlamda çevrim içi yemek siparişine yönelik kurye hizmetleri pazarında üçüncü taraflar bakımından da dışlayıcı bir etkinin ortaya çıkmasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.

- (381) Dolayısıyla, çevrim içi yemek siparişi-servisi hizmetlerine yönelik kurye hizmetleri pazarında gerek platformların kurye hizmetleri ve gerekse üçüncü taraflarca sağlanan kurye hizmetleri bakımından dışlayıcı herhangi bir etki ortaya çıkmadığı değerlendirilmektedir.
- (382) Sonuç olarak, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerinin iki ayrı ilgili ürün pazarına ait iki farklı ürünü oluşturduğu ve iki ayrı ürün şartının sağlandığı ve YEMEK SEPETİ'nin restoranları ilgili iki hizmeti birlikte satın almaya zorlandığı hususunun kendi kurye hizmetiyle faaliyete başlayabilen ve platform teslimatlı modelden çıkabilen restoranların varlığı dikkate alındığında muğlak olduğu, her durumda, sipariş adetleri ve anlaşmalı restoran sayısı bakımından gerçekleştirilen incelemeler neticesinde; YEMEK SEPETİ'nin dosya konusu bağlama uygulamasının çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren rakipleri üzerinde dışlayıcı herhangi bir rekabet karşıtı etkiye neden olmadığı, ilaveten ilgili uygulamaların kurye hizmetini kullanan anlaşmalı restoran sayıları ve oranları ile platform teslimatlı sipariş adetleri ve pazar payları bakımından gerçekleştirilen incelemeler ve anket sonuçları neticesinde çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren platformların kurye hizmetleri üzerinde de dışlayıcı herhangi bir rekabet karşıtı etkiye yol açmadığı ve son olarak YEMEK SEPETİ de dâhil olmak üzere ilgili pazarda faaliyet gösteren platformların bordrolu kurye çalıştırmadığı ve gerek üçüncü taraf kurye hizmeti sağlayan teşebbüsler gerekse de esnaf kuryelere istihdam sağladığı, hem platformlar ile anlaşmalı olarak çalışan esnaf kuryelerin hem de üçüncü taraf kurye firmalarının hiçbir platform ile münhasır çalışmadığı ve işbu soruşturma sürecinde YEMEK SEPETİ'nin de bu yönde herhangi bir davranışına ilişkin belge veya bulguya ulaşılmadığı dikkate alındığında çevrim içi yemek siparişine yönelik kurye hizmetleri pazarında üçüncü taraf hizmet sağlayıcılar nezdinde dışlayıcı bir etkinin ortaya çıkmasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.
- (383) Tüm bu hususlar doğrultusunda; YEMEK SEPETİ'nin bağlama uygulamaları yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediği sonucuna varılmıştır.

1.6.3.2.2. Haksız Sözleşme Şartları Uygulandığı İddialarına Yönelik Değerlendirme

- (384) Dosya kapsamında değerlendirilen temel iddia, YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi platform hizmeti kapsamında kendi kurye hizmetini zorunlu tutmak ve üye işletmelerin faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği iddiasıdır. Daha önce de belirtildiği üzere, söz konusu davranış, platform ile restoran arasındaki ilişkiyi düzenleyen bir şarta ilişkin olduğundan haksız sözleşme şartları kapsamında da değerlendirilebilecektir. Bu çerçevede, aşağıda ilk olarak rekabet hukukunda haksız sözleşme şartlarına ilişkin teorik çerçeveye yer verilmiş akabinde YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olduğu varsayımı altında ilgili hizmet kapsamında kendi kurye hizmetini zorunlu tutmak suretiyle restoranlara haksız sözleşme şartları dayattığı iddiası ele alınmıştır.

I.6.3.2.2.1. Haksız Sözleşme Şartlarına Yönelik Teorik Çerçeve¹²⁵

- (385) Bir kötüye kullanma tipi olarak haksız sözleşme şartlarının uygulanması literatürde sömürücü kötüye kullanmalara yönelik yapılan sınıflandırmalar içinde ele alınmakta¹²⁶ ve ABİDA'nın 102 (a) maddesi kapsamında hâkim durumdaki teşebbüslerce ticari kullanıcılara doğrudan veya dolaylı olarak dayatılmaları yasaklanmaktadır. Haksız sözleşme şartlarına ilişkin rekabet hukuku literatüründe ve içtihadında yapılan çalışmalar oldukça sınırlı olup haksız sözleşme şartlarının tanımına, hangi uygulamaları kapsadığına ya da bir sözleşme şartının haksız olup olmadığının nasıl belirleneceğine ilişkin açık bir tarif yapılmamaktadır. Her ne kadar kesin bir tanım yapılamasa da, konunun "*hâkim durumdaki bir teşebbüsün pazar gücünden yararlanarak pazar gücüne sahip olmayan bir firma tarafından uygulanamayacak şartları dayatması bakımından haksız olan*" sözleşme maddeleriyle ilgili olduğu söylenebilecektir¹²⁷. Ayrıca, son dönemde dijital piyasalarda adil rekabetin sağlanması ve oyunculara rekabet edebilmeleri adına eşit fırsat sunulması hususunun altının çizilmesine binaen "*pazarlık gücünde üstünlüğü (genellikle hâkim durum) temsil eden ve bir veya daha fazla ticaret ortağının ticaret yapma fırsat eşitliğini bozan herhangi bir ticari uygulama*" şeklinde bir tanımlama da kabul görebilecektir¹²⁸.
- (386) Diğer yandan haksız sözleşme şartları, taraflardan biriyle müzakere edilmeden sözleşmede yer verilen ve sözleşme taraflarından birinin aleyhine dengesizliğe yol açan sözleşme hükümleri olarak da değerlendirilebilecektir. Bu kapsamda genel olarak sözleşme şartlarındaki dengesizlikler Türk hukukunda birden fazla yasal düzenleme kapsamında ele alınmıştır. Bu çerçevede haksız sözleşme şartlarının yol açtığı ihlallere, taraflarına ve amacına göre, 4054 sayılı Kanun, 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu (TBK), 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (TTK) ve 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (6563 Sayılı Kanun) gibi birçok farklı disiplinde yer alan hükümler ile birlikte veya ayrı ayrı müdahale etme imkânı bulunmaktadır.
- (387) Taraflar arasındaki sözleşme ilişkisinden kaynaklanan kötüye kullanımlar, davranışın tek başına kendisinin haksız kabul edilmesi nedeniyle öncelikli olarak sözleşme hukuku ve haksız rekabet hükümleri çerçevesinde ele alınmaktadır. Ancak bu tür davranışların pazar gücünden kaynaklanması halinde, pazarın rekabetçi yapısını bozma olasılığı doğmaktadır. Bu noktada rekabet hukuku söz konusu davranışları engellemek için etkin bir araç olarak kullanılabilir. Öte yandan rekabet hukuku bakımından, haksız

¹²⁵ Bu bölümün yazımında, Göktepe, F. (2022), "Platformlar Ve Ticari Kullanıcılar Arasındaki İlişkiler: Haksız Sözleşme Şartları Ve Uygulamalar", Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi'nden faydalanılmıştır.

¹²⁶ O'Donoghue ve Padilla (2006, 603-658), sömürücü kötüye kullanmaları; aşırı fiyatlama, tek alıcı gücünün kötüye kullanılması ve haksız ve sömürücü sözleşme şartlarının uygulanması olarak sınıflandırmaktadır. Jones ve Sufrin'e (2008, 1585-607) bakıldığında, haksız yüksek ya da düşük fiyatlama, ayrımcılık yapma, haksız ticari koşullar uygulanması, kısıtlayıcı anlaşmalar yapılması ve etkinsizlik şeklinde bir ayrıma gittikleri görülmektedir. Faull ve Nikpay (1999, 189-198) ise, haksız veya aşırı fiyatlama, diğer haksız koşullar uygulama, üretimin, pazarların ve teknik gelişmenin sınırlandırılması ve ayrımcı uygulamalar olmak üzere dörtlü bir sınıflandırmayı tercih etmiştir.

¹²⁶ O'Donoghue ve Padilla (2006, 603-658), sömürücü kötüye kullanmaları; aşırı fiyatlama, tek alıcı gücünün kötüye kullanılması ve haksız ve sömürücü sözleşme şartlarının uygulanması olarak sınıflandırmaktadır. Jones ve Sufrin'e (2008, 1585-607) bakıldığında, haksız yüksek ya da düşük fiyatlama, ayrımcılık yapma, haksız ticari koşullar uygulanması, kısıtlayıcı anlaşmalar yapılması ve etkinsizlik şeklinde bir ayrıma gittikleri görülmektedir. Faull ve Nikpay (1999, 189-198) ise, haksız veya aşırı fiyatlama, diğer haksız koşullar uygulama, üretimin, pazarların ve teknik gelişmenin sınırlandırılması ve ayrımcı uygulamalar olmak üzere dörtlü bir sınıflandırmayı tercih etmiştir.

¹²⁷ O'DONOGHUE R. ve A. J. PADİLLA (2006), The Law and Economics of Article 82 EC, s. 238.

¹²⁸ DEHDASHTI, S.A. (2018), "B2B unfair trade practices and EU competition law" içinde European Competition Journal, s.1, <https://doi.org/10.1080/17441056.2018.1520439>, Erişim Tarihi: 13.11.2024.

sözleşme şartlarına müdahale edilebilmesi için davranışın münferit vakaların ötesinde olması, başka bir deyişle davranışın pazar üzerinde etkiye yol açması gerekmektedir.

- (388) Haksız sözleşme şartları genellikle sömürücü kötüye kullanma hali olarak değerlendirilse de bu tür davranışların yalnızca hâkim durumdaki teşebbüslere bağımlı olan teşebbüslerin ya da tüketicilerin sömürülmelerinin ötesine geçerek ilgili pazarda dışlayıcı etkiler yaratması da mümkün olmaktadır. Bu durum hâkim durumun kötüye kullanılması bakımından sömürücü, ayrımcı ve dışlayıcı türde ihlaller arasında keskin bir çizgi çekmeyi zorlaştırmaktadır. Nitekim hâkim durumdaki bir teşebbüsün davranışının aynı anda hem sömürücü nitelik taşıyıp hem de rakiplerin pazara girişini engelleyebileceği¹²⁹ ve her ne kadar ihlal tespiti için biri yeterli olsa da, bu şartların hem sömürücü hem de dışlayıcı olabileceği¹³⁰ görülmektedir.
- (389) İçtihat incelendiğinde, haksız sözleşme şartlarına ilişkin birçok durumda davranışın yalnızca sömürücü sonuçlarının değil aynı zamanda rakipleri dışlama ve piyasa dinamiklerini bozma potansiyelinin de değerlendirildiği görülmektedir. Bu bağlamda haksız sözleşme şartları, özellikle pazarda önemli pazar gücüne sahip olan teşebbüslerin iş ilişkisinde bulunduğu ve karşısında pazarlık gücüne sahip olmayan teşebbüslerin diğer sağlayıcılara geçme olasılıklarını kısıtlaması halinde, ilgili pazardaki rekabetin yatay düzlemde de kısıtlanmasına sebep olabilecektir. Söz konusu durumda haksız sözleşme şartının sömürücü bir davranışın ötesinde rakiplerin pazara girişini engelleyen dışlayıcı etkilere sahip olması mümkün olacaktır.
- (390) Bununla birlikte kötüye kullanma kavramı; yalnızca doğrudan veya dolaylı etkileri yoluyla tüketicilere zarar veren uygulamaları değil, aynı zamanda diğer teşebbüslere doğrudan zarar veren uygulamaları da kapsamaktadır. Bu çerçevede hâkim durumdaki teşebbüslerin özel sorumluluğu yalnızca hâkim durumlarını güçlendiren ve pazardaki rekabeti azaltan eylemlerin ötesine uzanmaktadır. Öyle ki, ABİDA'nın 102. maddesi yalnızca etkin rekabeti engelleyen uygulamalarla değil, aynı zamanda tüketicilere ve teşebbüslere doğrudan zarar veren uygulamaları da yasaklamaktadır. Ayrıca pazar gücüne sahip bir teşebbüsün haksız sözleşme şartlarını diğer teşebbüslere tek taraflı olarak dayatması yalnızca teşebbüslerin refahını etkilemeyecektir. Zira doğrudan teşebbüslere verilen zararın, nihai tüketicilere de yansması mümkündür.
- (391) Rekabet otoritelerinin sömürücü uygulamalara ne şekilde müdahale edeceği tam net olmasa da uygulamanın gerçekleştiği pazar koşullarının analiz edilmesi sonucunda yaptırım uygulanmaktadır. Tüketicilerin teşebbüsler arasında seçim yapabildikleri ve bu şekilde sözleşme koşulları üzerinde belirleyici olabilecekleri pazarlar bakımından pazarın normal işleyişinde haksız sözleşme koşullarının uzun zaman zarfında uygulanması çok olası görünmese de, pazara girişin zor olduğu, büyüme engelleri olan, tekel durumunda olan teşebbüslerin faaliyet gösterdiği pazarlarda tüketicilerin sözleşme koşulları üzerinde belirleyiciliği kalmayacaktır. Bu sebeple; bu tarz pazarlardaki haksız sözleşme koşullarına müdahale edilmesi, rekabet hukuku çerçevesinde aşırı fiyatlandırma davranışlarına yaklaşıldığı gibi pazar koşullarının dikkate alınması, ilgili davranışlara yönelik farklı düzenlemelerin olması ve yaygınlaşmasıyla birlikte değerlendirildiğinde uygun bir yaklaşım olarak görülmektedir¹³¹.

¹²⁹ ÜNAL Ç. (2010), "Rekabet Hukukunda Tek Taraflı Sömürücü Davranışlar", Rekabet Dergisi, s.11 para.1-2.

¹³⁰ AKMAN, P. (2009), "Exploitative Abuse in Article 82EC: Back to Basics?" CCP Working Paper 09-01, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1328316, Erişim Tarihi: 17.02.2025.

¹³¹ ÜNAL Ç. (2010), s.24.

- (392) Pazar koşullarının yanı sıra bir şartın haksız olarak nitelendirilmesinde hangi ölçütlerin dikkate alınabileceği ve haksız sözleşme şartları dayatarak hâkim durumun kötüye kullanılmasının tespiti noktasında yapılacak değerlendirmede hangi adımların izlenebileceği hususu da önem taşımaktadır. O'DONOGHUE R. ve PADİLLA¹³² mevcut içtihatla benimsenen ölçütlerden yola çıkarak haksız sözleşme şartlarının değerlendirilmesinde kullanılabilecek iki aşamalı bir test önermiştir. Testin ilk aşamasında koşulların sözleşmenin amacı bakımından “vazgeçilmez” olup olmadığı, ikinci aşamasında ise koşulun sözleşmenin taraflarının görelî çıkarlarını göz önünde bulundurarak “orantılı” olup olmadığı değerlendirilmektedir. Yazarlar ayrıca, davranışı gerçekleştiren hâkim durumdaki teşebbüsün sunacağı gerekçelerin de değerlendirmede dikkate alınması gerektiğini vurgulamaktadır.
- (393) Bu kapsamda kısaca, koşulların ihlal olarak değerlendirilmemesi için; (i) sömürü dışında meşru bir amacı olması, (ii) meşru amaca ulaşmada etkili olması, (iii) daha az kısıtlayıcı/sömürücü bir etkiyle aynı amaca ulaşmak için eşit derecede etkili alternatif yol bulunmadığından gerekli olması ve (iv) söz konusu ticari taraf üzerindeki sömürücü etkisinin, meşru amacın önüne geçmemesi anlamında orantılı olması gereklidir¹³³.
- (394) AKMAN ise, yine Komisyon ve mahkeme içtihatlarından yola çıkarak sözleşme koşullarının haksız olup olmadığının değerlendirilmesinde sözleşme taraflarının çıkarlarının dengelenmesine ve sözleşme koşullarıyla müşterilerin hareket özgürlüğünün kısıtlanmamasına vurgu yapmış ve koşulların hâkim durumdaki teşebbüsün keyfi, baskıcı ve tek taraflı davranışlarının yansıması olmasının, şeffaflıktan ve objektiflik uzak olmasının ve hâkim durumdaki teşebbüse geniş takdir yetkisi bırakmasının koşulların haksız bulunmalarının gerekçelerini oluşturabileceğini belirtmiştir¹³⁴.
- (395) Yukarıda “*Hâkim Durum Değerlendirmesi*” başlığında YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olmadığı sonucuna ulaşılmış olsa da dosya konusu iddialar bakımından, YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olduğu varsayımı altında dosya konusu davranışlarının yukarıda aktarılan literatür çerçevesinde 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında rekabet hukuku kurallarına aykırı haksız sözleşme şartlarının dayatılması uygulaması teşkil edip etmeyeceği hususu değerlendirilmiştir.

1.6.3.2.2.2. YEMEK SEPETİ'nin Kurye Hizmeti Kapsamında Haksız Sözleşme Şartları Uyguladığı İddiasına Yönelik Değerlendirme

- (396) Haksız sözleşme şartlarının açık bir tanımı bulunmamakla birlikte, yukarıda ifade edildiği üzere, hâkim durumdaki firmanın bu gücünün avantajından faydalanarak uyguladığı ve hâkim durumda olmayan bir firmanın ileri süremeyeceği anlaşma şartları olarak ifade edilmektedir. Nitekim pazarda birden fazla oyuncunun bulunduğu, kullanıcıların teşebbüsler arasında seçim yapabildikleri ve bu şekilde sözleşme koşulları üzerinde müzakere edilmesinin mümkün olduğu pazarlar bakımından pazarın normal işleyişinde haksız sözleşme koşullarının uzun zaman zarfında uygulanması olası görünmemektedir. Daha ziyade pazara girişin zor olduğu, büyüme engelleri olan, tekel durumunda olan teşebbüslerin faaliyet gösterdiği pazarlarda kullanıcıların sözleşme koşulları üzerinde belirleyiciliğinin kalmayacağı ve bu tarz şartların uygulanmasının mümkün olacağı değerlendirilmektedir. Bu kapsamda haksız

¹³² O'DONOGHUE R. ve A. J. PADİLLA (2006), s.654.

¹³³ O'DONOGHUE R. ve A. J. PADİLLA (2006), s.654-655.

¹³⁴ AKMAN, P (2009), s. 18-20.

sözleşme şartları değerlendirilirken ilk olarak uygulamanın gerçekleştiği pazar koşullarının analiz edilmesi gerekmektedir.

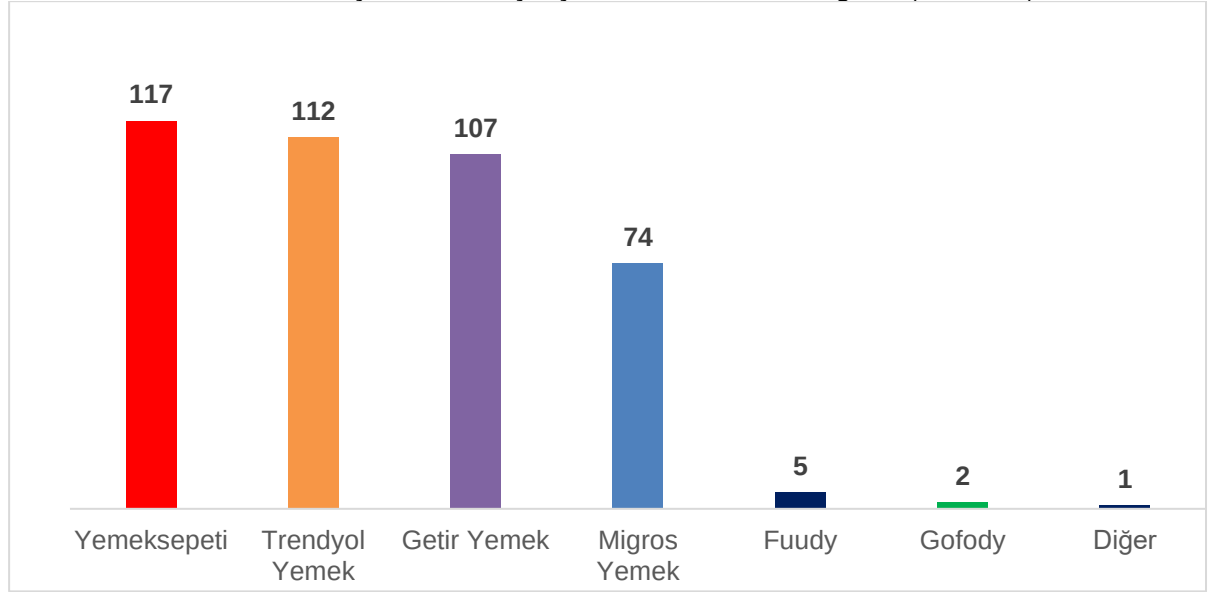
- (397) Yukarıda “*Hâkim Durum Analizi*” başlığında yapılan değerlendirmeler doğrultusunda, *çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri* pazarının birden fazla oyuncuyu içerisinde barındıran görece rekabetçi bir görünüm sergilediği anlaşılmaktadır. Nitekim YEMEK SEPETİ’nin birçok parametreye göre hesaplanan pazar payı bakımından pazardaki lider konumunu hala devam ettirdiği ve pazarda önemli bir güce sahip olduğu görülmekle birlikte 2021 yılı itibarıyla özellikle TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK’in pazara girişiyle birlikte tek el konumundaki pazar payını kaybettiği izlenmektedir. Pazarın genel seyrine bakıldığında, 2019’da sipariş adedi¹³⁵ bazında %(.....) pazar payına sahip olan YEMEK SEPETİ’nin 2024 yılına gelindiğinde %(.....) seviyesine kadar gerilediği görülmektedir. YEMEK SEPETİ’nin en yakın rakibi konumundaki TRENDYOL YEMEK’in pazar payı ise, pazara giriş gerçekleştirdiği 2020 yılından itibaren artış eğilimi göstermiş olup 2021 yılında %(.....), 2022 yılında %(.....), 2023 yılında %(.....) ve 2024 yılında %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ ile en yakın rakibi TRENDYOL YEMEK arasındaki pazar payı farkının sipariş adedi bakımından 2023 yılında %(.....) ve 2024 yılında %(.....) olarak gerçekleştiği, bazı parametreler (toplam anlaşmalı restoran sayısı, anlaşmalı olunan zincir restoran sayısı) bakımından TRENDYOL YEMEK’in YEMEK SEPETİ’ni geride bıraktığı, bazı parametreler (komisyon geliri) bakımından ise YEMEK SEPETİ ve TRENDYOL YEMEK’in başa baş konumda olduğu ve YEMEK SEPETİ’nin pazar payının ve pazardaki gücünün istikrarlı bir görünüm sergilemediği görülmektedir.
- (398) Diğer yandan, son beş yıl içerisinde pazara giriş yapmış oyuncuların (TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK, MİGROS YEMEK) pazardaki rekabete katılabildiği, pazardaki ikinci büyük oyuncunun (TRENDYOL YEMEK) bazı parametreler bakımından YEMEK SEPETİ’ni geride bırakabildiği, diğer bir oyuncunun da (MİGROS YEMEK) pazardaki üç büyük oyuncunun varlığına rağmen pazar payını artırıp pazarda yer edinebildiği görülmektedir. Bu doğrultuda, 2021 yılından itibaren pazardaki diğer oyuncuların YEMEK SEPETİ üzerinde rekabetçi baskı oluşturabildiği, pazar yapısının değişmeye başladığı ve son olarak restoranların YEMEK SEPETİ üzerinde alıcı gücünün bulunduğu tespit edildiğinden YEMEK SEPETİ’nin hâkim durumda olmadığı değerlendirilmiştir.
- (399) Bunun yanı sıra, hem yerinde inceleme belgelerinde yer alan ifadelerden hem de anket çalışması kapsamında elde edilen sonuçlardan *çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri* pazarında faaliyet gösteren restoranlar bakımından çoklu erişimin mevcut olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim yerinde incelemede elde edilen Bulgu-1’deki “*Biz Diğer Uygulamalarda Ciddi Satışlar yaparken*”, Bulgu-16’daki “*Getir , trendyol ve migros yemek te bu sorunların hiçbirini yaşamıyor ve o platformlarda kendi kuryemiz ile hizmet veriyoruz.*”, Bulgu-23’teki “*Trendyol go kuryeleri ile çalışıyordum*”, Bulgu-43’deki “*1080 aktif restaurant yönetiyorum bunun 80 adedi sizindir 856trendyol migros yemek ve getir olmak üzeri faaliyet göstermekteyim*” Bulgu-45’te “*DİĞER PLATFORMLARDAN AKTİF SİPARİŞ ALIYORUZ.*” ve “*VALE DEVAM ETTİĞİ SÜRECE SİSTEMDEN KAPALI OLARAK GÜNCELLEYECEĞİZ*”, Bulgu-48’deki “*Getir, Trendyol, Migros da satışlarım çok iyi*”, Bulgu-49’daki “*Diğer satış platformlarında satışımız her geçen gün artarken yemek sepetinde bu durum hiç*

¹³⁵ Sektördeki oyuncuların (platformlar ve restoranlar) neredeyse tümü tarafından en çok önem atfedilen parametrenin kullanıcı sayısı olduğu, kullanıcı sayısının ilgili dönemde başarılı bir sipariş veren tekil kullanıcı sayısını temsil ettiği ve dolayısıyla sipariş adedinin, kullanıcı sayısından doğrudan etkilendiği ve pazar payı hesaplamasında gösterge oluşturan en önemli parametre olduğu değerlendirilmiştir.

değişmedi” ve Bulgu-50’deki “Getir ciromuz yemek sepeti ciromuzun %(.....) i iken Şubat ayında Şu an Getir ciromuz yemek sepeti ciromuzun %(.....) si civarında gerçekleşti” ifadelerinden mevcut durumda YEMEK SEPETİ ile çalışan anlaşmalı restoranların aynı zamanda GETİR YEMEK, TRENDYOL YEMEK ve MİGROS YEMEK gibi pazardaki diğer güçlü oyuncularla da anlaşmalı olarak faaliyet gösterdiği görülmektedir.

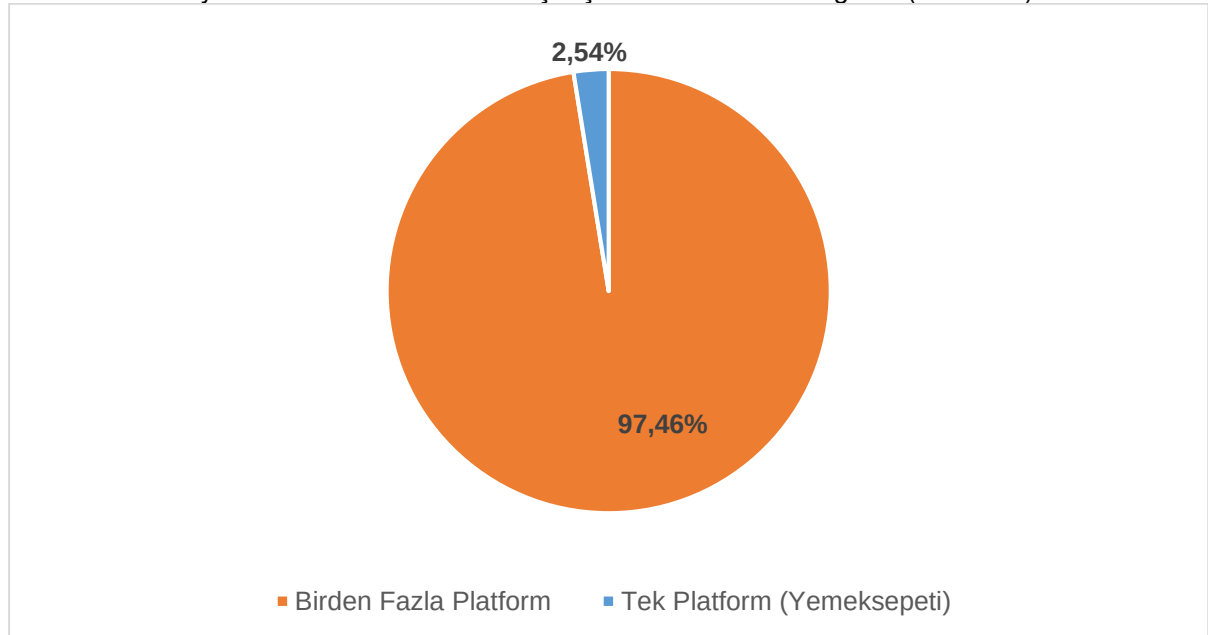
- (400) Aşağıda yer verilen grafiklerden görüleceği üzere, mevcut durumda YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı olarak çalışan 117 restorandan 112’sinin TRENDYOL YEMEK, 107’sinin GETİR YEMEK, 74’ünün MİGROS YEMEK ile anlaşmalı çalıştığı görülmektedir. Yine ankete yanıt veren restoranların %97,46’sının (115 restoran) birden fazla platform kullanma eğilimi olduğu anlaşılmaktadır. Yalnızca YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı olarak çalışan restoran sayısı ise 118 restoran arasında yalnızca 3’tür:

Grafik 33: Restoranların Anlaşmalı Olarak Çalıştıkları Platformların Dağılımı (Grafik 17)



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

Grafik 34: Bir veya Birden Fazla Platform İle Çalışan Restoranların Dağılımı (Grafik 18)



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

(401) Bu noktada hâkim durumdaki dijital platformların kullanıcılarına dayattığı bir dizi haksız ticaret koşulunun hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirildiği *Bundeskartellamt*'ın, *Amazon*¹³⁶; Fransız Rekabet Otoritesi'nin (*Autorite de la Concurrence – ADLC*) *Google Ads* ve *Google News* kararları olmak üzere yakın dönem içtihatlarından bahsetmek faydalı olacaktır. İlgili dönemde Amazon'un Almanya pazarının çoğunluğunu domine ettiği ve en yakın rakibinin yaklaşık üç katı daha büyük bir pazar payına sahip olduğu tespit edilmiştir¹³⁷.

(402) ADLC'ye göre ise, hâkim durumdaki bir teşebbüs;

- Son derece “yüksek bir pazar payı”na sahipse ve sunduğu ürün ve hizmetler ilgili pazarın hemen hemen tamamını temsil ediyorsa,
- Kullanıcıları için “kaçınılmaz bir ticaret ortağı” ise, bir başka deyişle, pazara girmek isteyen kullanıcıların, haksız olup olmadığını değerlendirmeksizin hâkim durumdaki teşebbüs tarafından belirlenen şartları kabul etmekten başka seçeneği yoksa

haksız ticaret koşulları uygulayabilecektir¹³⁸.

(403) Söz konusu iki kararda da, pazarda oldukça yüksek bir pazar payıyla pazarın hemen hemen tamamını temsil eden ve alternatifi bulunmayan teşebbüslerce haksız şartların uygulanabileceği vurgulanmaktadır. Öte yandan, yapılan analizler doğrultusunda YEMEK SEPETİ'nin pazarda böyle bir konumda olmadığı görülmektedir.

(404) Tüm bu bilgiler ışığında, YEMEK SEPETİ'nin restoranlar nezdinde vazgeçilmez bir ticari ortak konumunda bulunmadığı, pazarın yarısından fazlasının YEMEK SEPETİ dışındaki oyuncularca temsil edildiği, YEMEK SEPETİ tarafından herhangi bir haksız şartın dayatılması durumunda restoranların alternatif platformları tercih etme imkânının ve güdüsünün bulunduğu ve dolayısıyla YEMEK SEPETİ'nin restoranlara uzun vadede haksız şartlar dayatma imkânının bulunmadığı değerlendirilmektedir.

(405) Her ne kadar YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olmadığı ve böyle bir durumda restoranlara uzun vadede haksız sözleşme şartları dayatmasının söz konusu olmayacağı sonucuna ulaşılmış olsa da dosya konusu iddialar bakımından, YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmeti kapsamında getirdiği şartların haksız olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceğinin değerlendirilmesinde fayda görülmektedir. Bu doğrultuda ilerleyen bölümde ilgili uygulamaların,

- (i) Sömürü dışında meşru bir amacı olması,
- (ii) Meşru amaca ulaşmada etkili olması,
- (iii) Daha az kısıtlayıcı/sömürücü bir etkiyle aynı amaca ulaşmak için eşit derecede etkili alternatif yol bulunmadığından gerekli olması ve
- (iv) Söz konusu ticari taraf üzerindeki sömürücü etkisinin, meşru amacın önüne geçmemesi anlamında orantılı olması

¹³⁶Bundeskartellamt (2019), *Amazon*, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B2-88-18.pdf?__blob=publicationFile&v=5, Erişim Tarihi: 16.12.2024.

¹³⁷ https://digitalsociety.eu.eu/wp-content/uploads/2023/06/Closing-plenary_Niederpruem.pdf, Erişim Tarihi: 05.02.2025.

¹³⁸ ADLC (2019), *Google Ads*, <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/en/decision/regarding-practices-implemented-sector-online-search-advertising-sector>, para. 357. Erişim Tarihi: 16.12.2024.

kriterleri çerçevesinde haksız olup olmadığı değerlendirilmiştir.

- (406) YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmeti kapsamında getirdiği şartların haksız olup olmadığının değerlendirilmesi noktasında, ilk olarak bu şartların hangi amaçla getirildiğinin ortaya koyulması gerekmektedir. YEMEK SEPETİ tarafından, platform teslimatlı modele geçme kararının temel amacının, (.....) olduğu belirtilmektedir. Bu kapsamda farklı coğrafyalarda yeni oyuncuların pazara girişinin pazarın yapısındaki değişimi beraberinde getirdiği ve hâlihazırda pazarda faaliyet gösteren oyuncuların da rekabetçi kalabilmek adına iş modellerini değiştirdiği ifade edilmektedir.
- (407) Çevrim içi yemek sipariş hizmetleri pazarının gelişimi Türkiye bakımından değerlendirildiğinde, Türkiye'de çevrim içi yemek siparişlerine aracılık hizmetinin yanında lojistik hizmet de sunulmasına yönelik ilk adımın YEMEK SEPETİ tarafından 2015 yılı sonunda atıldığı, akabinde GETİR YEMEK'in ilk olarak 2019'da "Getir Getirsin" modeliyle pazaryeri ve kurye hizmetine başladığı ve daha sonra "Restoran Getirsin" seçeneğini de kullanıcılarına sunduğu, hâlihazırda restoran teslimatlı ve platform teslimatlı model ile hizmet veren TRENDYOL YEMEK'in ise 2020 yılında faaliyetlerine ilk olarak platform teslimatlı model ile başladığı ve ardından restoran teslimatlı modeli de seçenek olarak sunduğu görülmektedir. MİGROS YEMEK ise kurye hizmetini 2023 yılının Mart ayında sağlamaya başlamış olup hâlihazırda restoranlara "Restoran Teslimatı Modeli" ve "Migros Yemek Teslimatı Modeli" olmak üzere iki seçenek sunmaktadır.
- (408) Diğer taraftan küresel ölçekte de *Uber Eats, Glovo, Deliveroo, Doordash, Grab, Rappi* gibi küresel şirketlerin platform teslimatlı model ile hizmet sunduğu ve hâlihazırda pazardaki oyuncuların yaklaşık %80'inin platform teslimatlı model ile hizmet verdiğinin bilindiği dile getirilmiştir.
- (409) Daha önce belirtildiği üzere, yemek yeme alışkanlıklarının ve pazar dinamiklerinin değişmesi ile birlikte çevrim içi yemek teslimatı hizmetleri, platformların daha fazla restorana ve kullanıcıya ulaşabilmesi ve bu pazarda rekabet edebilmeleri açısından önemli bir parametre haline gelmiştir. Çevrim içi yemek teslimat hizmetlerini başarılı bir şekilde sunabilmek için platformların güçlü bir kurye ağına sahip olmaları, hızlı ve kaliteli bir teslimat yapabilmeleri gerekmektedir. Hızlı ve kaliteli bir teslimat olumlu restoran ve tüketici geri dönüşleri sayesinde tüketici ve restoran sayısını artırarak platformların büyümesini sağlamaktadır. Öte yandan teslimat kalitesinin düşük olması, olumsuz restoran ve tüketici geri dönüşlerine neden olarak restoran ve tüketici kaybına yol açabilecektir. Dolayısıyla bilinirliği ve sipariş hacmi kötü yönde etkilenen platformun pazarda kalıcı bir yer edinmesi zorlaşacaktır.
- (410) Soruşturma sürecinde gerek YEMEK SEPETİ'nden gerekse diğer rakiplerden elde edilen bilgilere göre de, pazarın dinamiklerinin değişmesiyle birlikte, güçlü bir kurye ağına sahip olmak ve hızlı ve kaliteli teslimat hizmetleri sunmak, platformların rekabetçi güçlerini korumaları açısından kritik bir öneme sahip hale gelmiştir. Ayrıca dosya kapsamında gerçekleştirilen ankete katılan restoran görüşleri de bu durumu doğrular niteliktedir:

Grafik 35: Bir Platformun Tercih Edilebilirliğini Etkileyen Parametreler (Grafik 2)



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

Grafik 36: Hizmet Alınan Platformlarda Dikkate Alınan İlk Sıradaki Parametre (Grafik 3)



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (411) Yukarıda yer verilen anket sonuçları incelendiğinde, soru yöneltilen 118 restorandan 31'inin kurye hizmetinin rakiplerine kıyasla daha iyi olmasını bir platformun tercih edilmesinde en önemli parametre olarak saydığı, dokuzunun ise kurye hizmetinin kalitesini dikkate alınan ilk parametre olarak belirttiği görülmektedir.
- (412) Bu doğrultuda, sektörde faaliyet gösteren platformlar ve oyuncuların görüşleri, Türkiye ve küresel ölçekte yaşanan gelişmelerle birlikte pazarda yaşanan değişim göz önünde bulundurulduğunda, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri bakımından platformun teslimat hizmeti sunuyor olmasının (platform tarafından sunulan lojistik hizmetlerinin kalitesi ve kapsamının) rekabetçi bir parametre haline geldiği görülmektedir. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçme ve

restoranları da bu modele yönlendirme noktasındaki kararının arkasında özellikle 2019 sonrasında pazara giren ve pazarda yer edinebilmiş güçlü bir kurye ağına sahip TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK ile rekabet edebilmek olduğu, nitekim söz konusu platformların da pazara ilk girdikleri dönemde faaliyetlerine platform teslimatlı modelle başladığı, bu sayede pazara çok hızlı bir giriş yaparak büyüdüğü ve daha sonra restoran teslimatlı modeli alternatif olarak sunduğu anlaşılmaktadır. Bu bakımdan TRENDYOL YEMEK'in başarısının altında yatan faktörlerden biri, ekosistemi içinde yer alan lojistik ağı sayesinde çok fazla sayıda restorana teslimat hizmeti sunabilmesidir.

- (413) Ayrıca daha önceki bölümlerde yer verildiği üzere, YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmeti kapsamında uyguladığı komisyon oranlarının rakibi TRENDYOL YEMEK'ten daha düşük olduğu, YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçen restoranlara belirli indirim /teşvikler sağladığı ve böylece restoranların daha az maliyet artışına katlandığı görülmektedir. Bu kapsamda, YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçme kararının altındaki temel amacın pazarın değişen yapısına uyum sağlamak ve teslimat hizmeti sunma noktasında önemli bir güce sahip rakipleriyle rekabet edebilmek olduğu, restoranlara getirilen şartların doğrudan restoranları sömürme güdüsünü barındırmadığı değerlendirilmektedir.
- (414) Haksız sözleşme şartları kapsamında değerlendirilmesi gereken ikinci unsur, amaca ulaşmak noktasında ilgili şartların gerekli olmasıdır. Yukarıda bahsedildiği üzere, YEMEK SEPETİ'nin restoranlara kurye hizmetine dâhil olma noktasında getirdiği şartların temel amacının pazardaki güçlü kurye ağına sahip teşebbüslerle rekabet edebilmek olduğu görülmektedir. YEMEK SEPETİ tarafından piyasa gereklerine uygun olarak rekabet edebilmenin ancak iş modelinin dönüştürülmesi ile olanaklı hale geleceği ve bu kapsamda YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modelini rekabetçi bir seviyeye getirebilmek için de rakiplerine benzer bir ölçeğe ulaşması gerekliliğinin doğduğu bildirilmiştir. YEMEK SEPETİ özellikle, TRENDYOL YEMEK'in platform teslimatlı modelle teslim edilen siparişler bakımından Türkiye genelinde büyük bir üstünlüğü olduğunu ve pazardaki rakipleriyle ilgili parametre bakımından rekabet edebilmesi adına platformun kurye hizmetiyle teslim edilen siparişler bakımından ölçeğini büyütmesi gerektiğini iddia etmektedir.
- (415) Bu kapsamda YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetlerini belirli bir ölçeğe ulaştırma noktasındaki gerekliliğe yönelik argümanının değerlendirilmesi adına, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti sunan platformların teslimat hizmeti bakımından pazardaki konumlarının incelenmesi gerekmektedir. Aşağıdaki tablolarda çevrim içi yemek siparişi platformlarının (sırasıyla YEMEK SEPETİ, TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK, MİGROS YEMEK ve FUUDY) kurye hizmetini kullanan restoran sayılarına ve bunun anlaşmalı restoran sayısı içerisindeki oranlarına yer verilmektedir:

Tablo 27: YEMEK SEPETİ'nden Kurye Hizmeti Alan Restoran Sayısı ve Oranı (Şube Sayıları Dâhil¹³⁹) (Aylık Bazda)

Aylar	Anlaşmalı Restoran Sayısı	Kurye Hizmetini Kullanan Restoran Sayısı	Oran (%)
2023	(....)	(....)	(....)
Ocak 2024	(....)	(....)	(....)
Şubat 2024	(....)	(....)	(....)
Mart 2024	(....)	(....)	(....)
Nisan 2024	(....)	(....)	(....)
Mayıs 2024	(....)	(....)	(....)
Haziran 2024	(....)	(....)	(....)
Temmuz 2024	(....)	(....)	(....)
Ağustos 2024	(....)	(....)	(....)
Eylül 2024	(....)	(....)	(....)
Ekim 2024	(....)	(....)	(....)
Kasım 2024	(....)	(....)	(....)
Aralık 2024	(....)	(....)	(....)
Ocak 2025	(....)	(....)	(....)
Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.			

Tablo 28: TRENDYOL YEMEK'ten Kurye Hizmeti Alan Restoran Sayısı ve Oranı (Şube Sayıları Dâhil) (Aylık Bazda)

Aylar	Anlaşmalı Restoran Sayısı	Kurye Hizmetini Kullanan Restoran Sayısı	Oran (%)
2023	(....)	(....)	(....)
Ocak 2024	(....)	(....)	(....)
Şubat 2024	(....)	(....)	(....)
Mart 2024	(....)	(....)	(....)
Nisan 2024	(....)	(....)	(....)
Mayıs 2024	(....)	(....)	(....)
Haziran 2024	(....)	(....)	(....)
Temmuz 2024	(....)	(....)	(....)
Ağustos 2024	(....)	(....)	(....)
Eylül 2024	(....)	(....)	(....)
Ekim 2024	(....)	(....)	(....)
Kasım 2024	(....)	(....)	(....)
Aralık 2024	(....)	(....)	(....)
Ocak 2025	(....)	(....)	(....)
Kaynak: TRENDYOL YEMEK'ten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.			

¹³⁹ Bu bölümde yer verilen tablolardaki veriler şube sayısı hariç olarak da incelenmiş olup, şube sayılarının dâhil edildiği ve hariç tutulduğu hesaplamalar bakımından önemli bir farkın bulunmadığı ve ilgili oranların birbirine çok yakın olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 29: GETİR YEMEK'ten Kurye Hizmeti Alan Restoran Sayısı ve Oranı (Şube Sayıları Dâhil) (Aylık Bazda)

Aylar	Anlaşmalı Restoran Sayısı	Kurye Hizmetini Kullanan Restoran Sayısı	Oran (%)
2023	(....)	(....)	(....)
Ocak 2024	(....)	(....)	(....)
Şubat 2024	(....)	(....)	(....)
Mart 2024	(....)	(....)	(....)
Nisan 2024	(....)	(....)	(....)
Mayıs 2024	(....)	(....)	(....)
Haziran 2024	(....)	(....)	(....)
Temmuz 2024	(....)	(....)	(....)
Ağustos 2024	(....)	(....)	(....)
Eylül 2024	(....)	(....)	(....)
Ekim 2024	(....)	(....)	(....)
Kasım 2024	(....)	(....)	(....)
Aralık 2024	(....)	(....)	(....)
Ocak 2025	(....)	(....)	(....)
Kaynak: GETİR YEMEK'ten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.			

Tablo 30: MİGROS YEMEK'ten Kurye Hizmeti Alan Restoran Sayısı ve Oranı (Şube Sayıları Dâhil) (Aylık Bazda)

Aylar	Anlaşmalı Restoran Sayısı	Kurye Hizmetini Kullanan Restoran Sayısı	Oran (%)
2023	(....)	(....)	(....)
Ocak 2024	(....)	(....)	(....)
Şubat 2024	(....)	(....)	(....)
Mart 2024	(....)	(....)	(....)
Nisan 2024	(....)	(....)	(....)
Mayıs 2024	(....)	(....)	(....)
Haziran 2024	(....)	(....)	(....)
Temmuz 2024	(....)	(....)	(....)
Ağustos 2024	(....)	(....)	(....)
Eylül 2024	(....)	(....)	(....)
Ekim 2024	(....)	(....)	(....)
Kasım 2024	(....)	(....)	(....)
Aralık 2024	(....)	(....)	(....)
Ocak 2025	(....)	(....)	(....)
Kaynak: MİGROS YEMEK'ten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.			

Tablo 31: FUUDY'den Kurye Hizmeti Alan Restoran Sayısı ve Oranı (Şube Sayıları Dâhil) (Aylık Bazda)

Aylar	Anlaşmalı Restoran Sayısı	Kurye Hizmetini Kullanan Restoran Sayısı	Oran (%)
2023	(....)	(....)	(....)
Ocak 2024	(....)	(....)	(....)
Şubat 2024	(....)	(....)	(....)
Mart 2024	(....)	(....)	(....)
Nisan 2024	(....)	(....)	(....)
Mayıs 2024	(....)	(....)	(....)
Haziran 2024	(....)	(....)	(....)
Temmuz 2024	(....)	(....)	(....)
Ağustos 2024	(....)	(....)	(....)
Eylül 2024	(....)	(....)	(....)
Ekim 2024	(....)	(....)	(....)
Kasım 2024	(....)	(....)	(....)
Aralık 2024	(....)	(....)	(....)
Ocak 2025	(....)	(....)	(....)
Kaynak: FUUDY'den Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.			

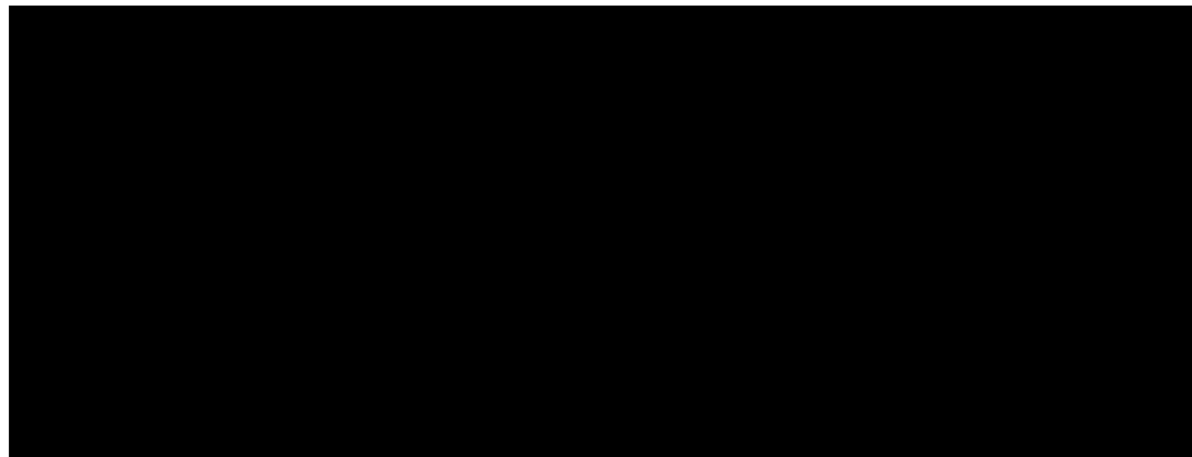
- (416) Yukarıda yer verilen tablolar incelediğinde, sektör genelinde platformlardan teslimat hizmeti almanın oldukça yaygın hale geldiği ve neredeyse restoranların yarısının (%(.....)) platform teslimatlı yöntemi tercih ettiği, nitekim Ocak 2025 itibarıyla kurye hizmetini kullanan restoran oranının en düşük olduğu platform olan MİGROS YEMEK'in dahi çalıştığı her (.....) kurye hizmeti sunduğu, restoranların platformun kurye hizmetini kullanma oranının en yüksek olduğu platformun FUUDY ((.....)) olduğu, FUUDY'İ, YEMEK SEPETİ (%(.....)) ve TRENDYOL YEMEK'in (%(.....)) takip ettiği, GETİR YEMEK'in ise anlaşmalı olduğu restoranların yaklaşık yarısına (%(.....)) teslimat hizmeti sunduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, rakip teşebbüslerin 2023 yılı sonrasında YEMEK SEPETİ'nin uygulamaları neticesinde kurye hizmeti sundukları restoran oranında bir azalma yaşamadığı görülmektedir.
- (417) Aşağıdaki grafiklerde ise, çevrim içi yemek siparişi platformları üzerinden verilen siparişlerin, sayı ve tutar bakımından hangi oranda platform teslimatlı veya restoran teslimatlı gerçekleştirildiğini gösteren verilere yer verilmektedir:

Grafik 37: (.....)



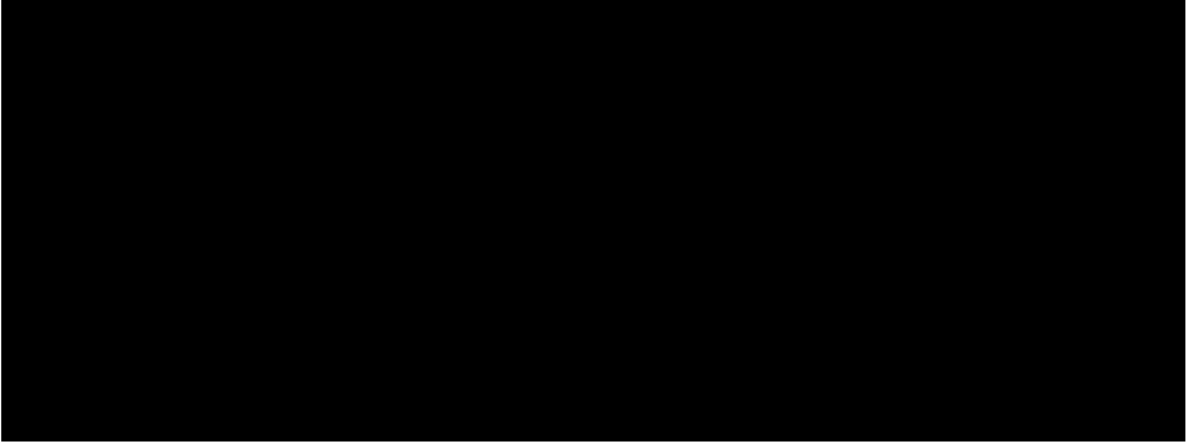
Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Grafik 38: (.....)



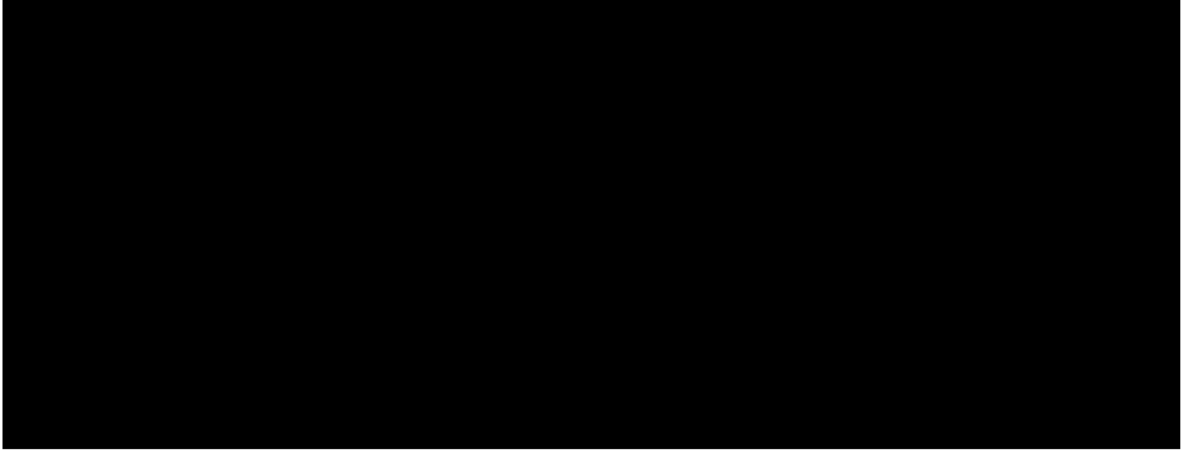
Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Grafik 39: (.....)



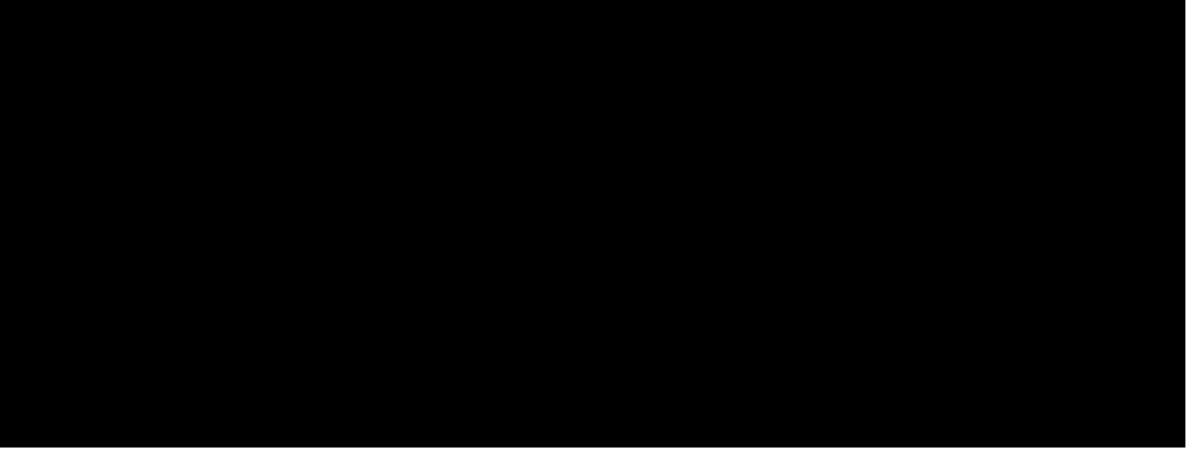
Kaynak: TRENDYOL YEMEK'ten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Grafik 40: (.....)



Kaynak: TRENDYOL YEMEK'ten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Grafik 41: (.....)



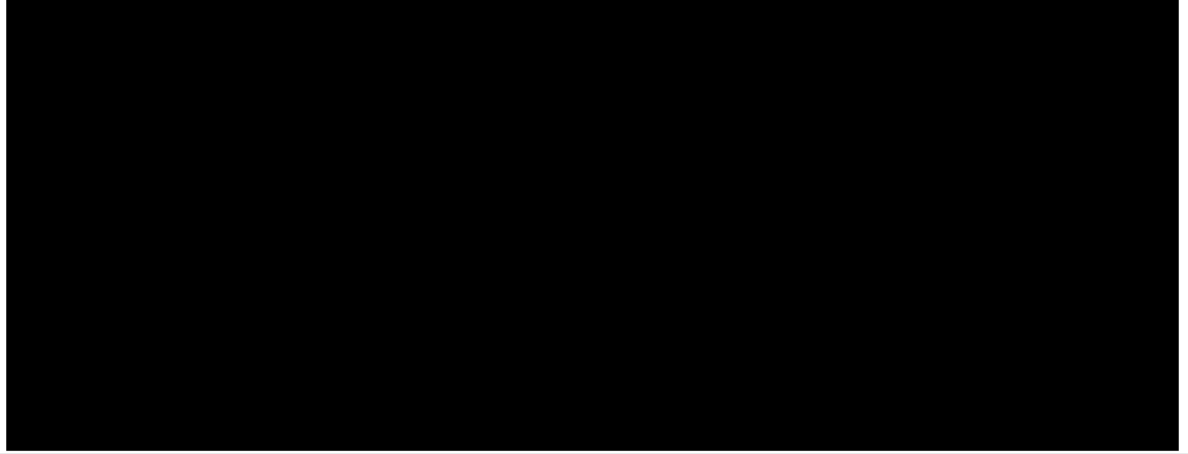
Kaynak: GETİR YEMEK'ten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Grafik 42: (.....)



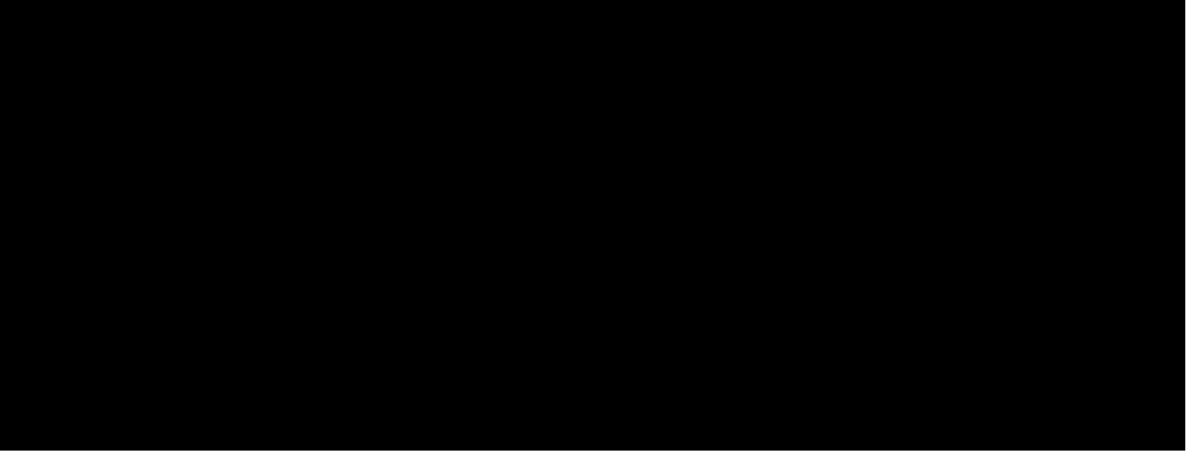
Kaynak: GETİR YEMEK'ten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Grafik 41: (.....)



Kaynak: MİGROS YEMEK'ten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Grafik 42: (.....)



Kaynak: MİGROS YEMEK'ten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (418) Yukarıda yer verilen grafiklerden, 2023-2024 yılları arasında, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK üzerinden verilen siparişlerin sayı ve tutar bakımından çoğunluğunun restoran teslimatlı modelle teslim edildiği, benzer şekilde YEMEK SEPETİ üzerinden 2023 yılı boyunca gerçekleşen siparişlerin sayı ve tutar bakımından çoğunun restoran teslimatlı olarak tüketicilere iletildiği anlaşılmaktadır. 2024 yılına gelindiğinde, YEMEK SEPETİ üzerinden verilen platform teslimatlı siparişlerin sayısının ve tutarının arttığı,

bununla birlikte hala restoran teslimatlı ve platform teslimatlı sipariş adedinin başa baş seyrettiği, sipariş tutarı bakımından ise hala restoran teslimatlı modelin daha önde olduğu görülmektedir. TRENDYOL YEMEK bakımından ise ilgili durumun diğer platformlardan farklılaştığı, TRENDYOL YEMEK üzerinden verilen siparişlerde incelenen dönem boyunca her zaman platform teslimatlı modelin restoran teslimatlı modele göre daha çok tercih edildiği, platform teslimatlı modelin hem sipariş adedi hem de sipariş tutarı bakımından restoran teslimatlı modelin üzerinde seyrettiği izlenmektedir. Bu doğrultuda söz konusu verilerin, YEMEK SEPETİ'nin, özellikle TRENDYOL YEMEK'in platform teslimatlı modelle teslim edilen siparişler bakımından Türkiye genelinde büyük bir üstünlüğü olduğu ve pazardaki rakipleriyle ilgili parametre bakımından rekabet edebilmesi adına platformun kurye hizmetiyle teslim edilen siparişler bakımından ölçeğini büyütmesi gerektiği yönündeki beyanını doğrular nitelikte olduğu değerlendirilmektedir.

- (419) Sözleşme şartlarının haksız olup olmadığının değerlendirilmesi noktasında incelenmesi gereken bir diğer unsur, ilgili şartların amaca ulaşma noktasında etkili olup olmadığı hususudur. YEMEK SEPETİ, platformlar tarafından sunulan teslimat hizmeti kapsamında sahip olunan kurumsal yapı sayesinde daha etkin bir şekilde kurye ağının yönetilebildiğini ve kullanıcılara daha iyi hizmet sunulabildiğini belirtmektedir. Bu kapsamda platform teslimatlı modelde;

- YEMEK SEPETİ'ni kurye şikâyetlerini yönetebildiği ve erken müdahil olabilme imkânına sahip olduğu,
- Kullanıcıların hızlı ve sıcak yemek teslimatı hizmeti almasını platformun kendisinin temin ettiği,
- Kullanıcılara siparişin durumunu anlık takip edebilme imkânı tanındığı (kuryenin restorana ulaştığı ve siparişi alıp restorandan ayrıldığına ilişkin bilgilendirme, kuryenin konumunu haritadan takip edebilme)

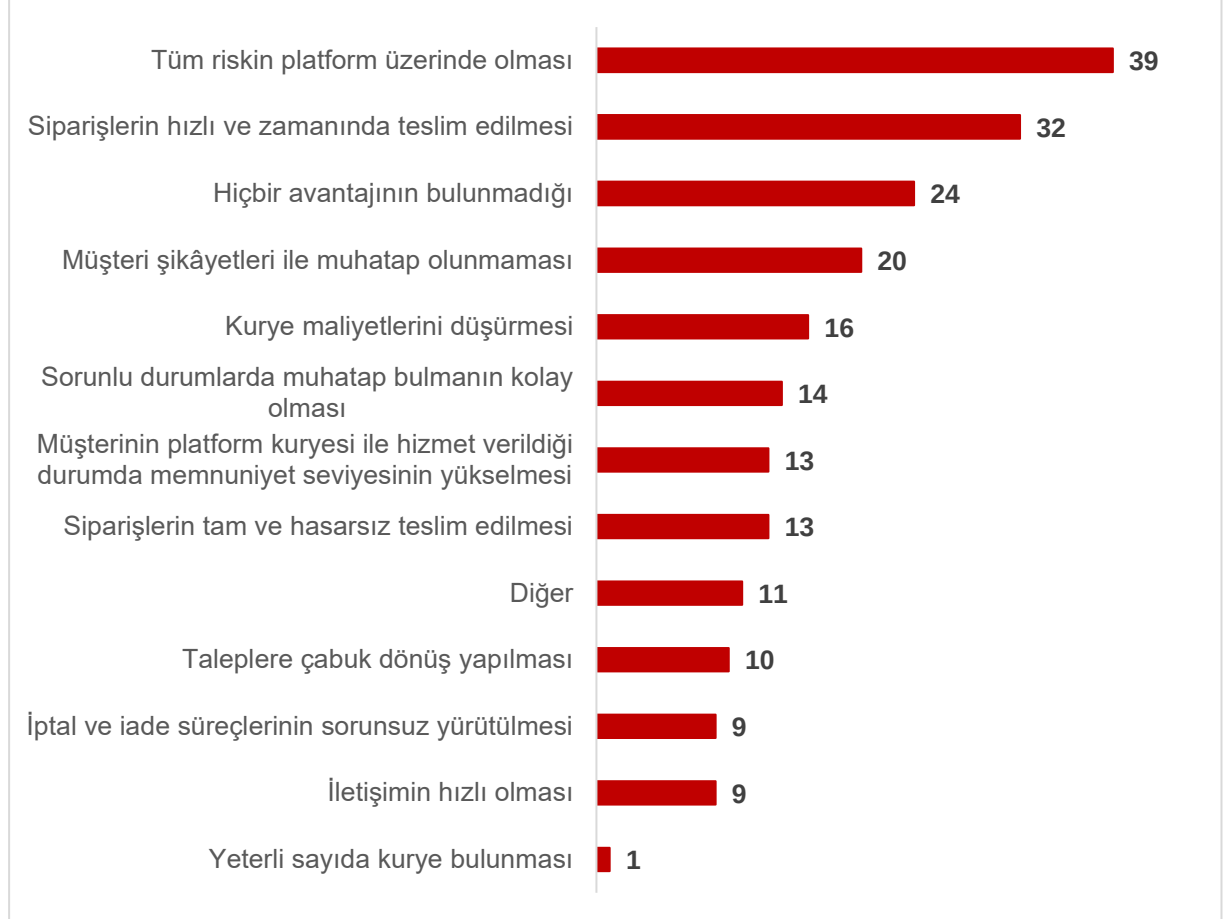
ifade edilmektedir.

- (420) Nitekim çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren (.....) tarafından, teslimatın restoranlar tarafından yapıldığı durumlarda kurye hizmetinin kalitesinin genel olarak teslimatın platform tarafından gerçekleştirildiği siparişlere nazaran daha düşük olduğunun gözlemlendiği, teslimatın platform tarafından yapıldığı siparişlerin diğer siparişlere nazaran, daha düşük ve hatta yaklaşık iki kat daha az müşteri kontağına konu olduğunun görüldüğü, teslimatını kendi gerçekleştiren restoranların genel olarak siparişlerinin teslimatını sınırlı bir kurye kapasitesi ile yürütmekte olduğu ve teslimat operasyonlarını kendi fiziksel yoğunluklarına göre de ayarlayabildiği, bu durumun restoranların özellikle talebin yoğun olduğu saatlerde çevrim içi teslimatlarını geciktirmelerine yol açabildiği ve nihayetinde teslimat kalitesi bakımından kullanıcılar nezdinde memnuniyetsizlik yaratabildiği; (.....) tarafından, platformların kurye gücünün sürdürülebilirlik açısından daha yüksek olduğu, nitekim teslimat maliyetlerine katlanabilmek açısından belirli bir finansal güce ve ölçeğe sahip olunmasının gerektiği; (.....) tarafından, platformların sunduğu teslimat hizmetinin kullanıcı memnuniyetini ve restoranların operasyonel verimliliğini artırdığı ifade edilmiştir. (.....) ve (.....) tarafından da platformların teslimat süreçlerini optimize ederek ve kurye hizmeti sunan firmalarla çeşitli yollarla entegre yapılar kurarak operasyonel maliyetleri azaltmayı, kullanıcı memnuniyetini artırmayı ve sürdürülebilir büyüme sağlamayı amaçladığı belirtilmiştir.

- (421) Benzer şekilde kurye hizmetleri alanında faaliyet gösteren (.....) tarafından, çevrim içi yemek siparişi platformları üzerinden gerekli entegrasyonun sağlanmasıyla birlikte

siparişlerin takip edilebilir durumda olmasının müşteri memnuniyetini ve güvenilirliğini arttırdığı, ayrıca müşterilerin sipariş talepleri veya kuryeye yönelik öneri ve şikâyetlerin yanıtlanması ve hızlı çözüm önerilerinin tek bir platform üzerinden sağlanmasının tüketici, restoran, kurye ve platform açısından da verimlilik avantajı sağladığı, bu doğrultuda da ilgili hizmetlerin tek bir platform üzerinden yürütülmesinin çevrim içi yemek siparişi hizmetlerinin ortalama maliyetini düşürebileceği ifade edilmiştir.

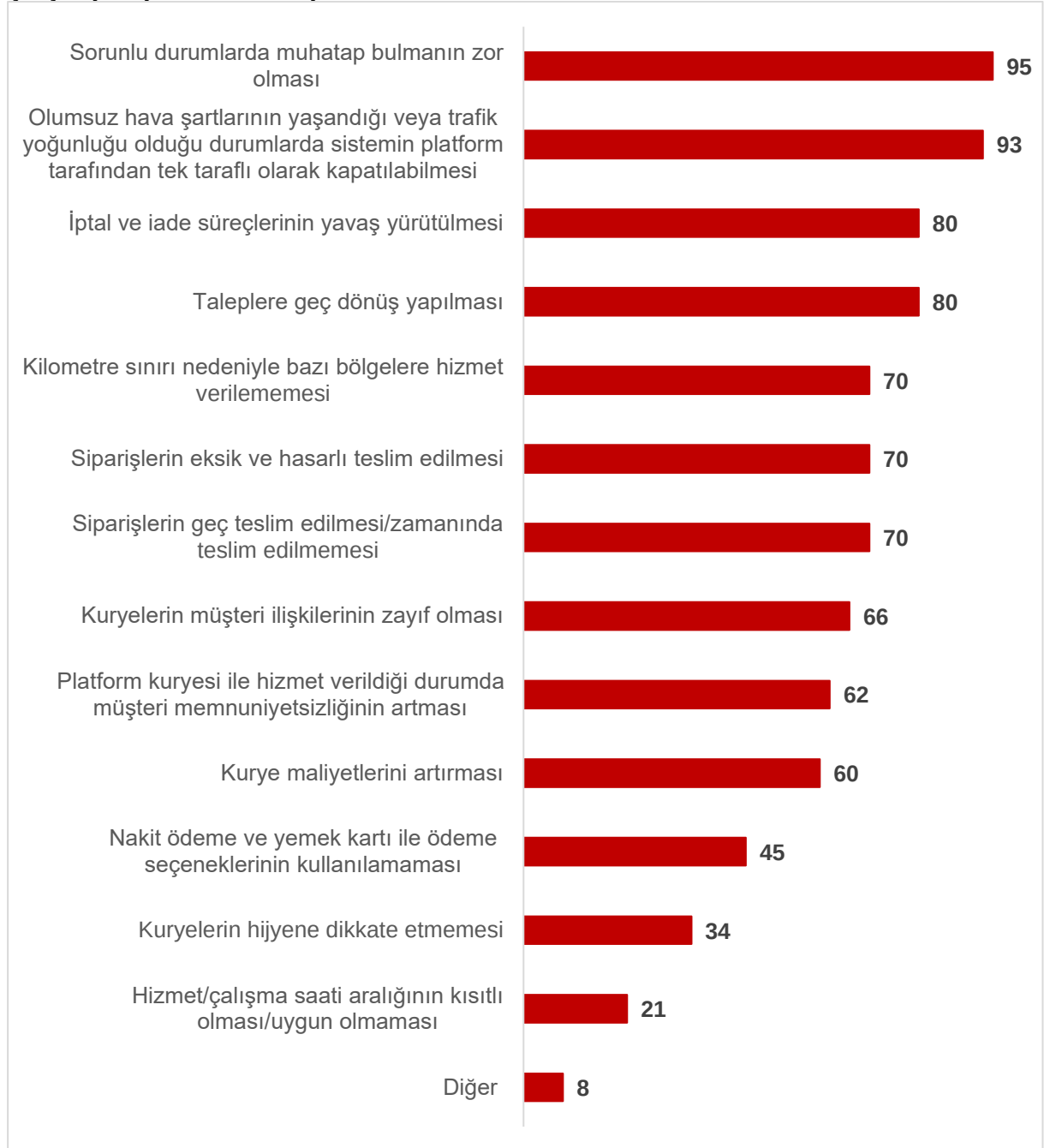
Grafik 43: Restoranlar Açısından Yemeksepeti'nin Kurye Hizmetini Kullanmanın Kendi Kuryeleri İle Çalışmaya Kıyasla Avantajları



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi

- (422) Yukarıdaki grafikten, YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetlerini kullanmanın avantajları arasında restoranlar tarafından en sık belirtilenlerin; tüm riskin platform üzerinde olması (39 restoran), siparişlerin hızlı ve zamanında teslim edilmesi (32 restoran), müşteri şikâyetleri ile muhatap olunmaması (20 restoran) olduğu anlaşılmaktadır. Restoranlar tarafından en çok işaretlenen seçeneklerden bir diğerinin ise YEMEK SEPETİ kuryesi ile çalışmanın kendi kurye hizmetleriyle çalışmaya kıyasla hiçbir avantajının bulunmadığı (24 restoran) olduğu görülmektedir.

Grafik 44: Restoranlar Açısından Yemeksepeti'nin Kurye Hizmetini Kullanmanın Kendi Kuryeleri İle Çalışmaya Kıyasla Dezavantajları



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi

(423) Restoranların kendi kuryelerine kıyasla YEMEK SEPETİ kuryeleriyle çalışma noktasında en dezavantajlı buldukları hususların ise sırasıyla; sorunlu durumlarda muhatap bulmanın zor olması (95 restoran), olumsuz hava şartlarının yaşandığı veya trafik yoğunluğunun olduğu durumlarda sistemin tek taraflı olarak kapatılabilmesi (93 restoran), iptal ve iade süreçlerinin yavaş yürütülmesi (80 restoran), taleplere geç dönüş yapılması (80 restoran), kilometre sınırı sebebiyle bazı bölgelere hizmet verilememesi (70 restoran), siparişlerin eksik ve hasarlı teslim edilmesi (70 restoran), siparişlerin geç teslim edilmesi (70 restoran), kuryelerin müşteri ilişkilerinin zayıf olması (66 restoran), müşteri memnuniyetsizliğinin artması (62 restoran) ve kurye maliyetlerinin artması (60 restoran) olduğu görülmektedir.

(424) Söz konusu hususlara ilişkin olarak YEMEK SEPETİ tarafından;

- Kurye hizmetlerinin kalitesinden ziyade, kurye hizmetlerinin doğasından kaynaklı bazı şikâyetlerin mevcut olabileceği, örneğin “kilometre sınırı nedeniyle bazı bölgelere hizmet verilememesi” durumunun, YEMEK SEPETİ’nden kaynaklı bir durum olmadığı, zira restoranların kendilerine uzak bölgelerden sipariş almalarının, siparişlerin hızlı ve sıcak bir biçimde son kullanıcılara ulaşmasını engelleyeceği ve bunun da müşteri deneyimini olumsuz etkileyeceği,
- Benzer şekilde “*olumsuz hava şartları veya trafik yoğunluğu olan durumlarda siparişlerin durdurulması*” hususunun da hem olumsuz müşteri deneyimlerinin önüne geçilmesi hem de kuryelerin sağlık ve güvenliğinin temin edilmesi için, taşıma hizmetini kimin sunduğundan bağımsız olarak mutlaka alınması gereken önlemler olduğu,
- Restoranların bazı şikâyetlerinin ise geçerli sebeplere dayanabildiği ve YEMEK SEPETİ’nin bu şikâyetleri en aza indirmek için çaba harcadığı, örneğin bölge seçiminde, kurye sayısının yetersiz olması ve kuryelerinin çalışma saatlerinin kısıtlı olması gibi şikâyetleri engellemek için azami özen gösterdiği ve bu gibi durumların ortaya çıkması halinde de sorunları gidermek için aksiyon aldığı,
- İş modelindeki aksaklıkların giderilmesinin YEMEK SEPETİ’nin öncelikleri arasında yer aldığı, siparişlerin sisteme geç düşmesi, kuryelerin siparişleri doğru bir şekilde alamaması ve OD Modeli’nde nakit ödeme ve yemek kartı kullanılamaması gibi problemlerin YEMEK SEPETİ tarafından yakından takip edildiği ve bu sorunların ortadan kaldırılması için yoğun olarak çalışıldığı

ifade edilmiştir.

(425) Aşağıdaki grafikte ise, dosya kapsamında gerçekleştirilen ankete katılan restoranların platform teslimatlı modeli kullandıklarında karşılaştıkları sorunlara yer verilmektedir:

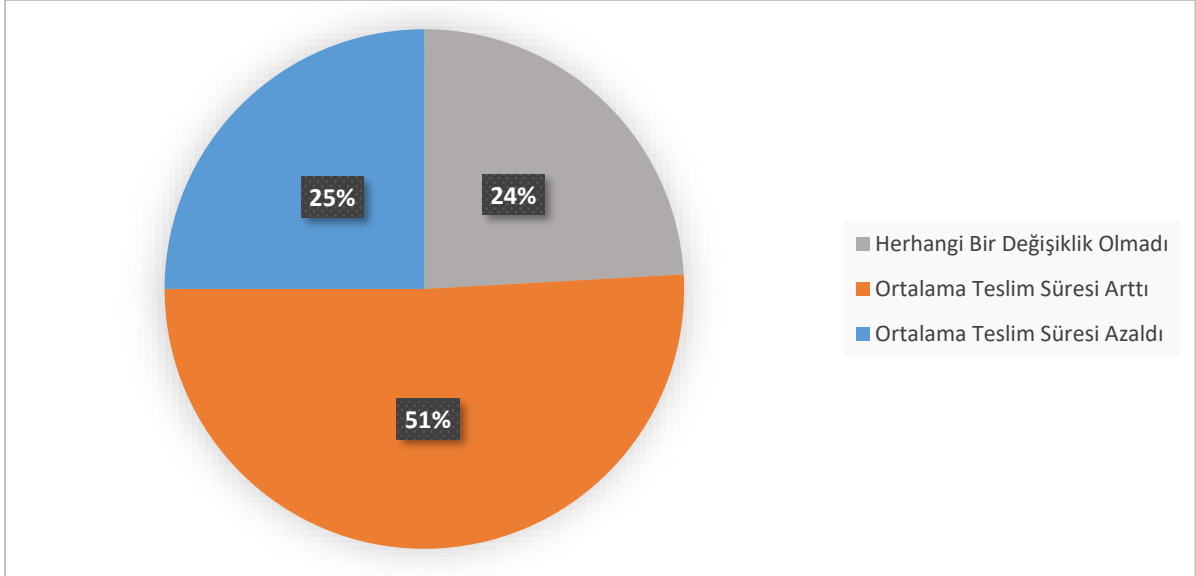
Grafik 45: Platforma Ait Kurye Hizmetinin Kullanılması Durumunda Karşılaşılan Sorunlar



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi.

- (426) Yukarıda yer verilen grafiğe göre, restoranların platform kuryeleri ile yaşadığı sorunların başında “teslimatın yeterli süre içerisinde gerçekleştirilmemesi, bu nedenle siparişin müşteriye ulaşana kadar soğuması/lezzetini kaybetmesi” hususunun yer aldığı görülmektedir. Bilgisine başvuru alan 118 restoranın %25,81’i bu durumu işaret ederken, %20,97’si “müşterilerin kurye hizmetinden memnun kalmaması nedeniyle restoranın olumsuz yorum alması/puanının düşmesi” konusunda sorun yaşadığını belirtmiştir. “Kurye yönetimindeki aksaklık nedeniyle siparişin alındıktan sonra platform tarafından iptal edilmesi”, “siparişlerin gecikmesinden ötürü müşteriler tarafından iptal edilmesi”, “kurye sayısının yeterli olmaması, bu nedenle siparişlerin geç teslim edilmesi” gibi nedenlere de katılımcılar tarafından önemli oranda işaret edildiği görülmektedir. Bu kapsamda restoranların çoğunluğu tarafından sorun olarak görülen hususların temelde teslimat sürelerinin olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca yine anket kapsamında görüşüne başvuru alan restoranların çoğunluğu (%51) tarafından, YEMEK SEPETİ’nin kurye hizmetinin kullanılmasıyla ortalama teslimat sürelerinin arttığı, %25’i tarafından ortalama teslimat sürelerinin azaldığı, %24 tarafından ise teslimat sürelerinde herhangi bir değişikliğin olmadığı ifade edilmiştir:

Grafik 46: YEMEK SEPETİ’nin Kurye Hizmetinin Kullanılmasının Restoranların Ortalama Sipariş Teslim Sürelerine Etkisi



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi

- (427) Bu doğrultuda aşağıda, platform teslimatlı model ve restoran teslimatlı modelde çalışmakta olan restoranların ortalama ve minimum teslimat sürelerini gösteren tablolara yer verilmektedir:

Tablo 32: YEMEK SEPETİ Platformunda Platform Teslimat Modeli ve Restoran Teslimat Modeli İle Çalışmakta Olan Restoranların Ortalama Teslimat Süreleri (Dakika)

Dönem	Ortalama Platform Teslimat Süresi	Ortalama Restoran Teslimat Süresi
2021	(.....)	(.....)
2022	(.....)	(.....)
Ocak 2023	(.....)	(.....)
Şubat 2023	(.....)	(.....)
Mart 2023	(.....)	(.....)
Nisan 2023	(.....)	(.....)
Mayıs 2023	(.....)	(.....)
Haziran 2023	(.....)	(.....)
Temmuz 2023	(.....)	(.....)
Ağustos 2023	(.....)	(.....)
Eylül 2023	(.....)	(.....)
Ekim 2023	(.....)	(.....)
Kasım 2023	(.....)	(.....)
Aralık 2023	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)
Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.		

Tablo 33: YEMEK SEPETİ Platformunda Platform Teslimat Modeli ve Restoran Teslimat Modeli İle Çalışmakta Olan Restoranların Minimum Teslimat Süreleri (Dakika)

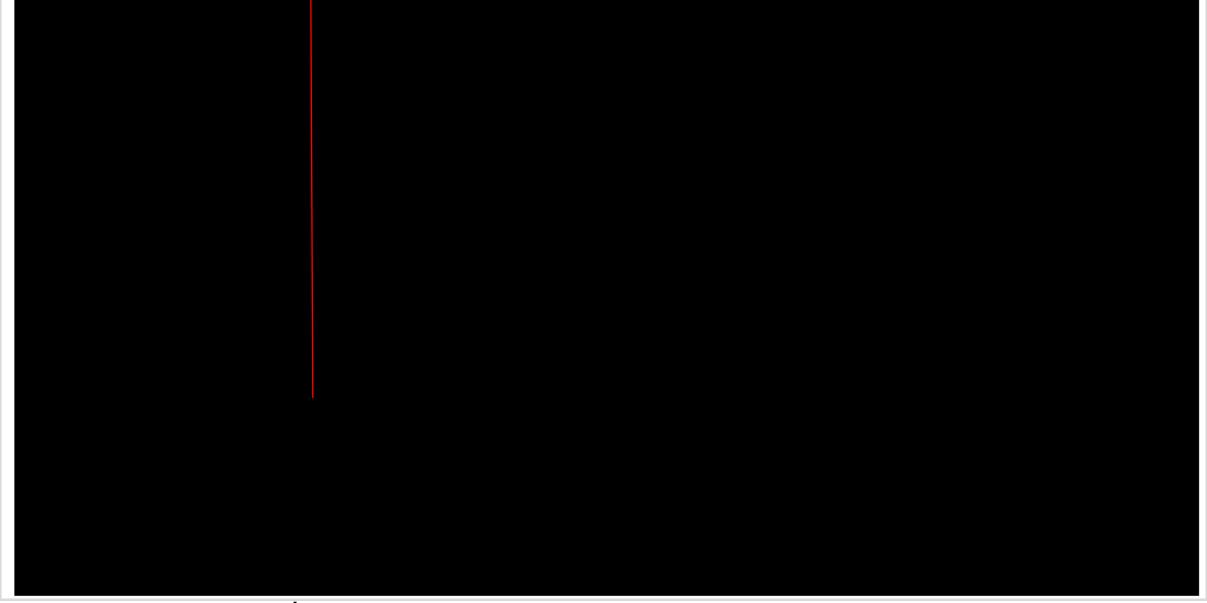
Dönem	Minimum Platform Teslimat Süresi	Minimum Restoran Teslimat Süresi
2021	(.....)	(.....)
2022	(.....)	(.....)
Ocak 2023	(.....)	(.....)
Şubat 2023	(.....)	(.....)
Mart 2023	(.....)	(.....)
Nisan 2023	(.....)	(.....)
Mayıs 2023	(.....)	(.....)
Haziran 2023	(.....)	(.....)
Temmuz 2023	(.....)	(.....)
Ağustos 2023	(.....)	(.....)
Eylül 2023	(.....)	(.....)
Ekim 2023	(.....)	(.....)
Kasım 2023	(.....)	(.....)
Aralık 2023	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)
Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.		

(428) Yukarıda yer verilen iki tablo birlikte değerlendirildiğinde, hem ortalama teslimat süresi hem de minimum teslimat süresi bakımından YEMEK SEPETİ'nin teslimat hizmetinin restoran teslimat hizmetinden çok daha hızlı olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim incelenen

dönem boyunca, ortalama platform teslimat süresinin (.....) ile (.....) dakika arasında¹⁴⁰, ortalama restoran teslimat süresinin ise (.....) ile (.....) dakika arasında seyrettiği izlenmektedir. Yine minimum platform teslimat süresinin (.....) ile (.....) dakika arasında, minimum restoran teslimat süresinin (.....) ile (.....) dakika arasında gerçekleştiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, platform teslimat sürelerinin izlenen dönem boyunca birbirine çok yakın gerçekleştiği ve daha istikrarlı olduğu, restoran teslimat sürelerinin ise aydan aya değişkenlik gösterdiği ve daha dalgalı bir seyir izlediği anlaşılmaktadır.

- (429) Bu kapsamda YEMEK SEPETİ platformuna iletilen şikâyetlerin dağılımının incelenmesinde fayda görülmektedir. Aşağıda kurye kaynaklı şikâyetlerin toplam şikâyetler içerisindeki oranını ve kurye kaynaklı şikâyetlerin restoran teslimatlı model ve platform teslimatlı model bazında dağılımını gösteren grafiklere yer verilmektedir:

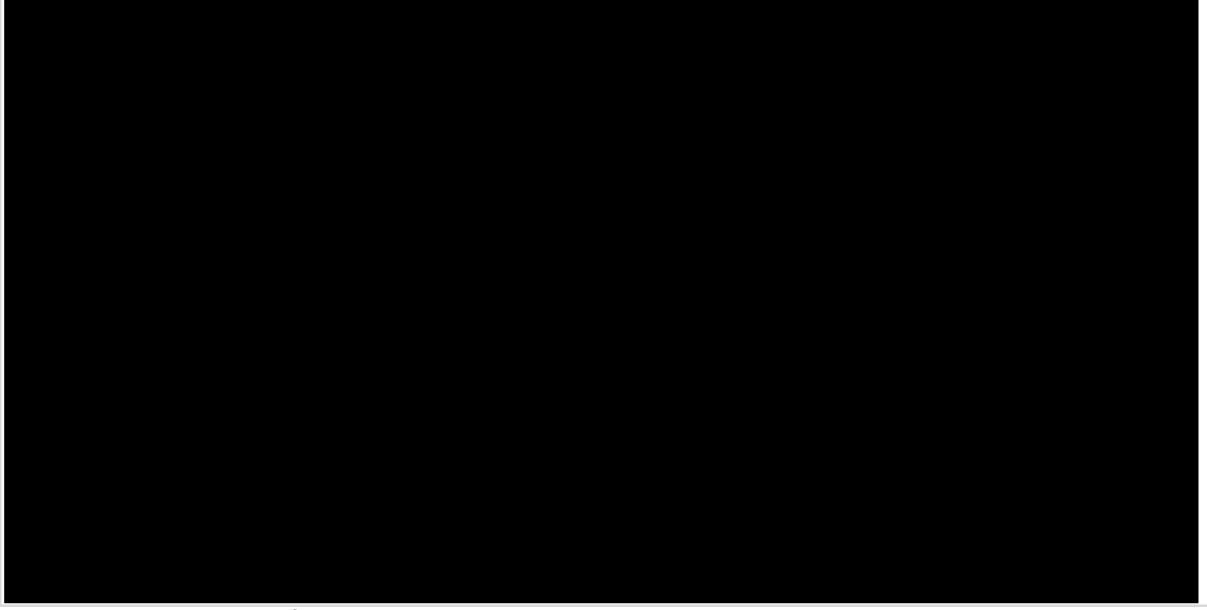
Grafik47(.....)



Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (430) Yukarıdaki grafikten, YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçiş tarihi olan Haziran 2023 öncesinde YEMEK SEPETİ platformuna iletilen toplam şikâyetlerin içerisinde kurye kaynaklı şikâyetlerin oranı dalgalı bir seyir izlerken, Haziran 2023 itibarıyla, ilgili oranın giderek azaldığı ve %(.....) bandından %(.....)'ya kadar gerilediği anlaşılmaktadır.

¹⁴⁰ Anket kapsamında görüşüne başvurulanan restoranların yaklaşık %35'i tarafından, YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmeti kullanılarak gerçekleştirilen siparişlerin ortalama teslim sürelerinin 15 dakika içerisinde veya 15 ile 30 dakika arasında olduğu belirtilmiştir.



Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (431) Kurye kaynaklı şikâyetlerin restoran teslimatlı model ve platform teslimatlı model bazında dağılımını gösteren grafikten, kurye kaynaklı şikâyetlerin çoğunluğunun restoran teslimatıyla ilgili olarak iletildiği, nitekim Ocak 2023-Kasım 2024 tarihleri arasında kurye kaynaklı şikâyetler içerisinde restoran teslimatından kaynaklı olanların oranının ortalama %(.....), platform teslimatından kaynaklı olanlarının oranının ise %(.....) olduğu görülmektedir.
- (432) Yukarıda aktarılan verilere ek olarak YEMEK SEPETİ platformuna iletilen restoran teslimatlı ve platform teslimatlı şikâyetlerin, restoran teslimatlı ve platform teslimatlı siparişler içerisindeki oranları ayrıca incelenmiştir:

Grafik 49: (.....)



Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (433) Yukarıda yer alan grafikten, restoran teslimatlı şikâyet oranının genel olarak incelenen süre boyunca platform teslimatlı şikâyet oranından yüksek olduğu, Ocak 2023 - Kasım 2024 tarihleri arasında restoran teslimatından kaynaklı şikâyet oranının ortalama %(.....), platform teslimatından kaynaklı şikâyet oranının ise ortalama %(.....) olduğu

görülmektedir. Ayrıca YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele yöneldiği Haziran 2023 itibarıyla her iki teslimat yöntemindeki şikâyet oranlarının azaldığı izlenmektedir:

- (434) Bu kapsamda, YEMEK SEPETİ'nin ilgili şartları uygulamaya başlamasıyla ölçeğini büyütmesinin yanı sıra teslimat hizmetinin kalitesini de artırdığı, kurye kaynaklı şikâyetlerde azalma yaşandığı ve teslimat sürelerinin kısaldığı anlaşılmaktadır.
- (435) İşbu başlık altında son olarak söz konusu şartların orantılı olup olmadığı değerlendirilecektir. YEMEK SEPETİ'nin yürüttüğü kurye hizmeti kapsamında uyguladığı KURAL SETİ'nde platform teslimat modelinden çıkabilme koşullarına ilişkin iki madde bulunmakta olup ilgili maddelere aşağıda yer verilmektedir:

“2.1. ÜYE İŞYERİ, ÜYE İŞYERİ TESLİMAT modelinden DAĞITIM HİZMETİ modeline geçmesi halinde ve aşağıdaki koşulların birlikte gerçekleşmiş olması durumunda; DAĞITIM HİZMETİ'ni sonlandırma talebinde bulunabileceğini ve ÜYE İŞYERİ TESLİMATI modeline geçebileceğini kabul ve beyan etmektedir:

- *En az 30 (otuz) gün boyunca DAĞITIM HİZMETİ'nden yararlanmış olması ve*
- *DAĞITIM HİZMETİ aldığı süre içerisinde kendisine iletilen haftalık ortalama sipariş sayısı ile DAĞITIM HİZMETİ almadan önceki dönemde kendisine iletilen haftalık ortalama sipariş sayısı arasında %30 (yüzde otuz) veya daha fazla bir azalma yaşanmış olması.*

2.2. ÜYE İŞYERİ,

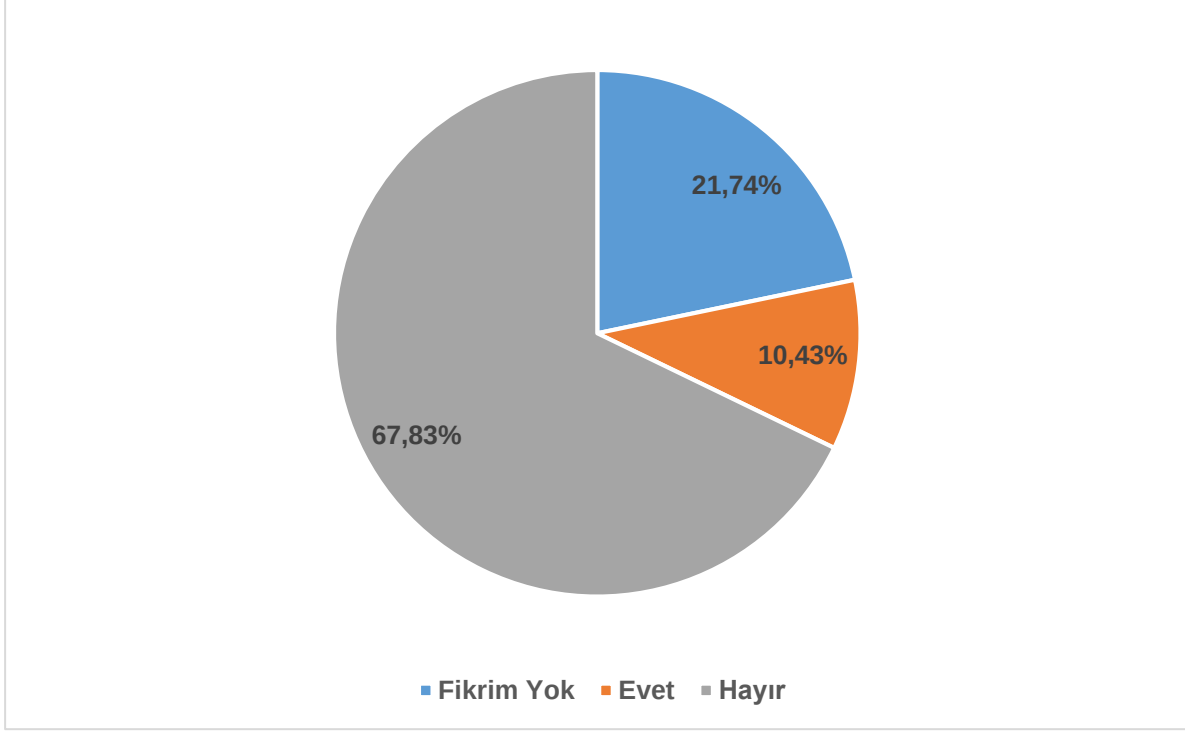
(i) YEMEK SEPETİ SİSTEMİ'ne dâhil olurken DAĞITIM HİZMETİ'ni tercih etmesi halinde veya

(ii) ÜYE İŞYERİ TESLİMAT modelinden DAĞITIM HİZMETİ modeline geçmesi halinde ve aşağıdaki koşulların birlikte gerçekleşmiş olması durumunda; DAĞITIM HİZMETİ'ni sonlandırma talebinde bulunabileceğini ve ÜYE İŞYERİ TESLİMATI modeline geçebileceğini kabul ve beyan etmektedir:

- *En az 30 (otuz) gün boyunca DAĞITIM HİZMETİ'nden yararlanmış olması,*
- *Bir ayda en az 30 (otuz) tamamlanmış siparişi olması (ÜYE İŞYERİ tarafından herhangi bir gerekçeyle iptal edilen veya KULLANICILAR tarafından iade edilen veya cayma hakkına konu olan siparişler tamamlanmış sipariş sayılmayacaktır) ve*
- *Son 30 (otuz) gün içerisinde siparişlerinin %4'ünün (yüzde dördünün) veya daha fazlasının DAĞITIM HİZMETİ kaynaklı iptal edilmiş olması.”*

- (436) Yukarıda yer alan maddelerden görüleceği üzere YEMEK SEPETİ, restoranların platform teslimatlı modelden çıkmasını tamamen engellememektedir. Restoranlara belirli şartları sağlamaları halinde platform teslimatlı modelden çıkma ve restoran teslimatlı modele geçme imkânı tanımaktadır. Öte yandan, dosya kapsamında gerçekleştirilen anket çalışmasına katılan restoranların çoğunluğu (%67,83), iptal ve iade oranlarına ilişkin kriterleri makul bulmadığını belirtmiştir. Restoranların %21,74'ü ilgili şartların makul olup olmadığına ilişkin bilgisi olmadığını belirtirken, %10,43'lük küçük bir kısmı ise şartların makul olduğunu ifade etmektedir:

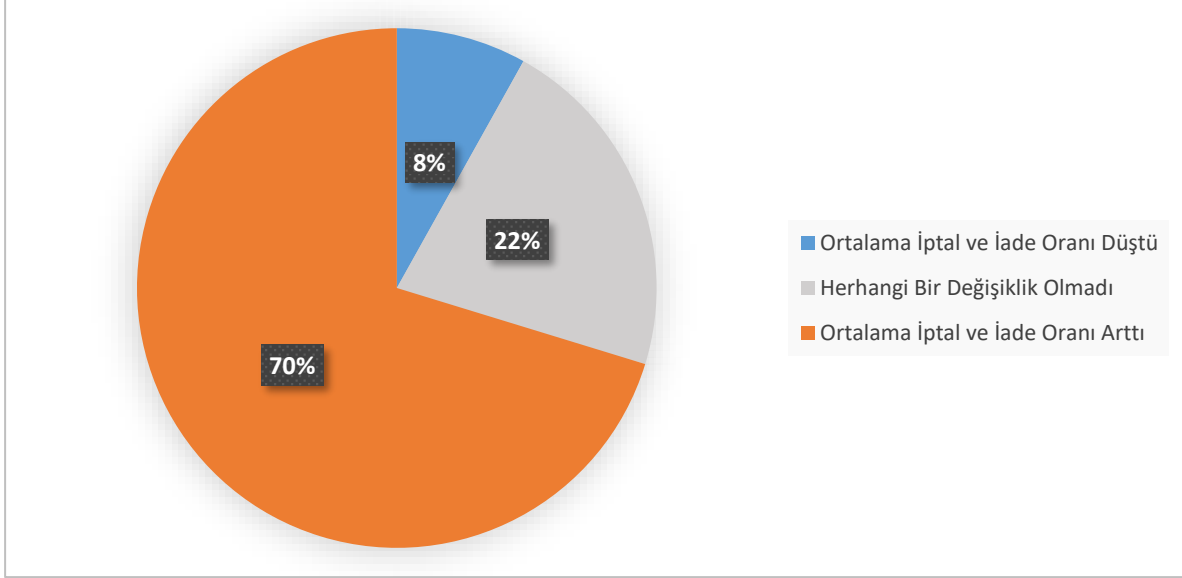
Grafik 50: Restoranların YEMEK SEPETİ'nin Kurye Hizmetinden Çıkabilmek İçin Karşılanması Gereken Kriterleri (İptal ve İade Oranı Gibi) Makul Bulup Bulmadıkları Bilgisi



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi

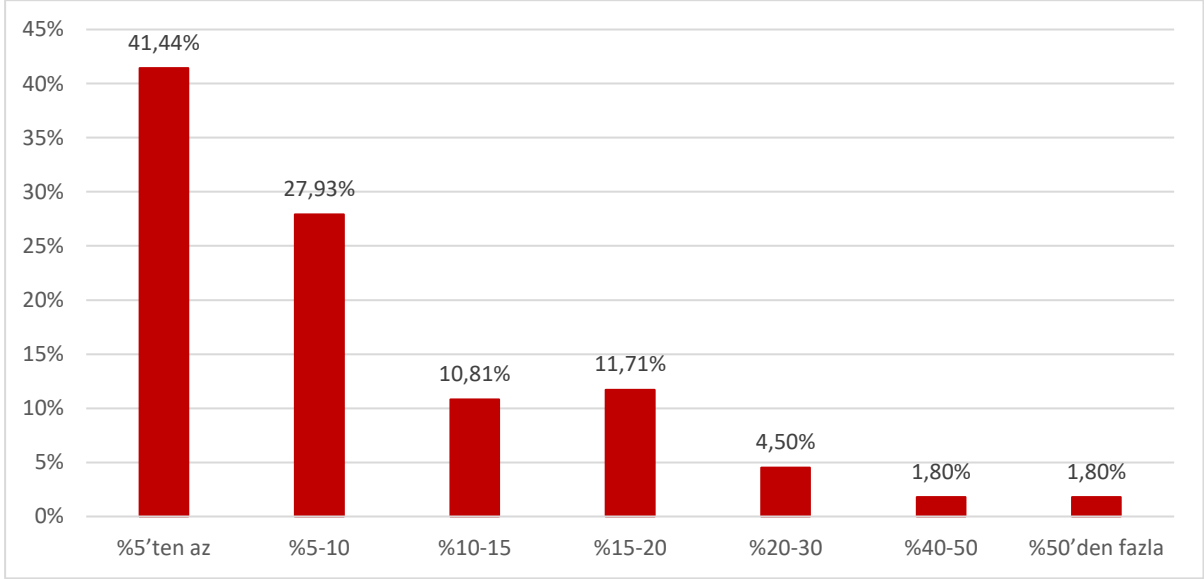
- (437) Bu doğrultuda, 30 gün boyunca YEMEK SEPETİ'nin dağıtım hizmetinin kullanılmasına yönelik ilk şartın restoranları platform teslimatlı modele yönlendirmeyi amaçladığı ve yalnızca bir aylık bir deneme süresinin temsil ettiği, ikinci şartın ise restoranın aktif olmasına yönelik olduğu ve sadece günlük bir siparişin tamamlanmasını gerektirdiği anlaşılmaktadır. Buna göre ilk iki şart kolayca karşılanabilecektir. Öte yandan platformun kurye hizmetine geçilmesiyle birlikte sipariş adedinde yaşanan azalışa ve platformun dağıtım hizmeti kaynaklı iptallere ilişkin şartların gerçekleşmesinde restoranların herhangi bir etkisinin olmadığı, nitekim restoranlar teslimat hizmetlerini iyileştirseler veya halihazırda teslimat puanları iyi olsa dahi platform teslimatlı modelden çıkma imkanlarının bulunmadığı görülmektedir. Nitekim restoranların çoğunluğu da iptal ve iade oranlarıyla ilgili kriterleri makul bulmadıklarını belirtmektedir. Bununla birlikte, söz konusu şartların YEMEK SEPETİ'nin sunduğu hizmete bağlı olduğu ve bu bakımdan YEMEK SEPETİ'ni iyi hizmet sunmaya yönlendirdiği değerlendirilmektedir.
- (438) Aşağıda ayrıca YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetlerinin kullanılmasının iptal ve iade oranlarına etkisine yönelik restoranların görüşlerini içeren anket sonuçlarına yer verilmektedir:

Grafik 51: YEMEK SEPETİ'nin Kurye Hizmetinin Kullanılmasının Restoranların İptal ve İade Oranlarına Etkisi (%)



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi

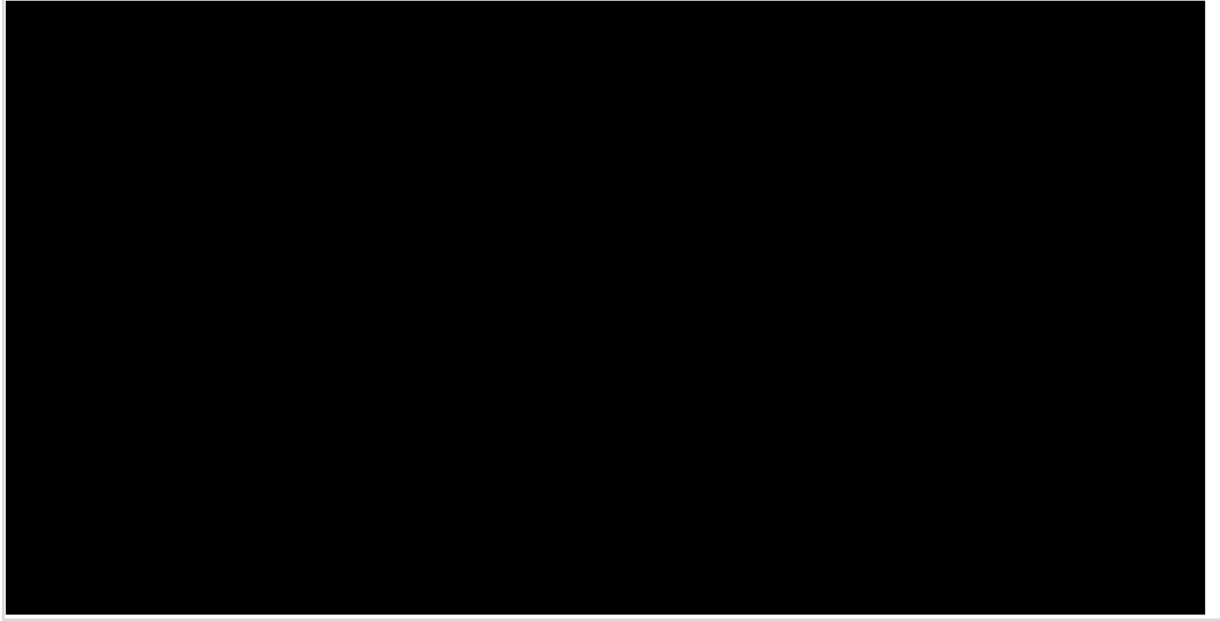
Grafik 52: YEMEK SEPETİ'nin Kurye Hizmeti Kullanılarak Teslim Edilen Siparişlerin İptal ve İade Oranları (%)



Kaynak: Rekabet Kurumu Restoran Anketi

- (439) Yukarıda yer veriken grafiklerden görüleceği üzere, restoranların %70'i YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetinin kullanılmasının ortalama iptal ve iade oranlarını artırdığını belirtmektedir. Diğer yandan, restoranların çoğunluğu (%41,44) iptal ve iade oranlarındaki artışın %5'ten az olduğunu, restoranların %27,93'ü ise ilgili artışın %5 ile %10 arasında olduğunu ifade etmektedir.
- (440) Diğer taraftan, YEMEK SEPETİ tarafından ilgili uygulamaların Türkiye genelinde değil, sadece belirli (TRENDYOL YEMEK'in ağırlıklı olarak platform teslimatlı hizmet sunduğu İstanbul ve Ankara gibi) bölgelerde benimsendiği belirtilmiştir. Bu kapsamda aşağıda YEMEK SEPETİ'nin işlem hacminin yaklaşık %60'ını oluşturan büyük şehirler (Ankara, İstanbul, İzmir) bakımından platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranının aylık bazda seyrine yer verilmektedir:

Grafik 53: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Tablo 34: İstanbul İlinde Platformlardan Kurye Hizmeti Alan Restoran Oranının Aylık Bazda Seyri (Şube Sayıları Dâhil) (%)

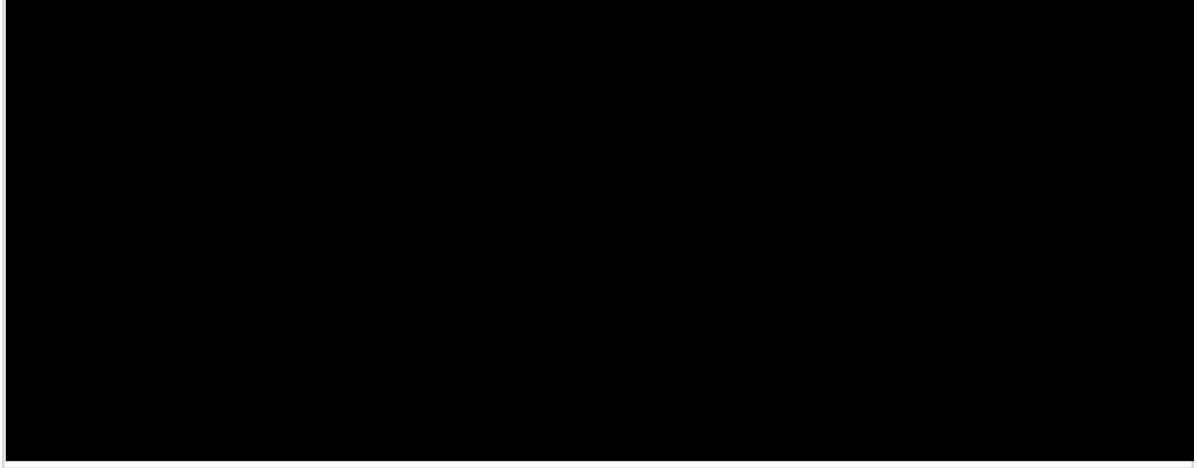
Aylar	YEMEK SEPETİ	TRENDYOL YEMEK	GETİR YEMEK	MİGROS YEMEK	FUUDY
Ocak 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (441) Yukarıda yer verilen tablo ve grafikten, İstanbul ilinde platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranının genellikle yüksek olduğu, YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçtiği Haziran 2023 öncesi dönemde platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranı bakımından pazarda mevcut tüm oyuncuların (TRENDYOL YEMEK, GETİR YEMEK ve FUUDY) oldukça gerisinde yer aldığı, nitekim 2023 yılı başında YEMEK SEPETİ'nden kurye hizmeti alan restoran oranının %(.....) olduğu görülürken bu oranın TRENDYOL YEMEK için %(.....), GETİR YEMEK için %(.....), FUUDY için ise %(.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir. 2024 yılının sonlarına doğru YEMEK

SEPETİ'nin rakiplerini yakaladığı ve ilgili oran bakımından pazarın ikinci oyuncusu konumuna geldiği (%(.....)), öte yandan TRENDYOL YEMEK'in pazar liderliğini sürdürmeye devam ettiği (%(.....)), GETİR YEMEK (%(.....)) ve FUUDY'nin (%(.....)) pazardaki konumlarını koruduğu görülmektedir. Bununla birlikte pazara sonradan giriş yapan MİGROS YEMEK'in de kurye hizmeti alan restoran oranı bakımından %(.....)'lik bir orana ulaştığı anlaşılmaktadır.

Grafik 54: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Tablo 35: Ankara İlinde Platformlardan Kurye Hizmeti Alan Restoran Oranının Aylık Bazda Seyri (Şube Sayıları Dâhil) (%)

Aylar	YEMEK SEPETİ	TRENDYOL YEMEK	GETİR YEMEK	MİGROS YEMEK	FUUDY
Ocak 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (442) Yukarıda yer verilen tablo ve grafikten, YEMEK SEPETİ'nin Ankara ilinde platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranının platform teslimatlı modele geçtiği Haziran 2023 öncesi dönemde TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK'ten düşük olduğu, 2024 yılının sonlarına doğru YEMEK SEPETİ'nin rakiplerini yakaladığı ve ilgili oran bakımından pazarda en yüksek yoğunluğa sahip olan oyuncu konumuna geldiği (%(.....)), öte yandan çalışılan restoranların kurye hizmeti alma oranının TRENDYOL

YEMEK için (%(.....)), GETİR YEMEK için (%(.....)) ve MİGROS YEMEK için (%(.....)) olarak gerçekleştiği görülmektedir.

Grafik 55: (.....)



Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

Tablo 36: İzmir İlinde Teşebbüslerden Kurye Hizmeti Alan Restoran Oranının Aylık Bazda Seyri (Şube Sayıları Dâhil) (%)

Aylar	YEMEK SEPETİ	TRENDYOL YEMEK	GETİR YEMEK	MİGROS YEMEK	FUUDY
Ocak 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Veriler Çerçevesinde Yapılan Hesaplamalar.

- (443) İzmir ilinde platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranını gösteren verilerden, YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçtiği Haziran 2023 öncesi dönemde platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranı bakımından TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK'in gerisinde kaldığı, nitekim 2023 yılı başında YEMEK SEPETİ'nden kurye hizmeti alan restoran oranının %(.....) olduğu görülürken bu oran TRENDYOL YEMEK için %(.....), GETİR YEMEK için %(.....) olarak gerçekleşmiştir. 2024 yılının

sonlarına doğru YEMEK SEPETİ'nin rakiplerini yakaladığı ve ilgili oran bakımından pazarda en yüksek yoğunluğa sahip olan oyuncu konumuna geldiği (%(.....)), öte yandan çalışılan restoranların kurye hizmeti alma oranının TRENDYOL YEMEK için (%(.....)), GETİR YEMEK için (%(.....)) ve MİGROS YEMEK için (%(.....)) olarak gerçekleştiği görülmektedir.

- (444) Yukarıda yer alan verilerden hareketle, büyük şehirlerde platformlardan kurye hizmeti almanın oldukça yaygın olduğu, özellikle İstanbul bakımından kurye hizmeti sunma noktasında platformlar arasında kıyasıya bir rekabetin bulunduğu, YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçtiği Haziran 2023 öncesi dönemde kurye hizmeti sunduğu restoran oranının diğer platformlara kıyasla oldukça düşük olduğu, ilerleyen dönemde YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmeti sunduğu restoran oranının artmasına rağmen diğer platformların restoranlara kurye hizmeti sunma oranında herhangi bir azalış yaşanmadığı, aksine restoranların kurye hizmeti alma oranında her platform bakımından artış gerçekleştiği, restoranların YEMEK SEPETİ'nin yanı sıra diğer platformlardan da kurye hizmeti almaya devam ettiği anlaşılmaktadır.
- (445) Bu noktada ayrıca, YEMEK SEPETİ tarafından uygulanan şartların, restoranların karar alma özgürlerini ne ölçüde sınırladığının ortaya koyulması gerekmektedir. Anket çalışması kapsamında restoranlara YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetini kullanma kararının nasıl verildiğine ve kurye hizmetinden çıkma taleplerine nasıl dönüş yapıldığına ilişkin sorular yöneltilmiş olup restoranların cevaplarını gösterir grafiklere yukarıda yer verilmiştir. Grafik 23'ten görüleceği üzere, ankete cevap veren teşebbüslerden %58'i tarafından kurye hizmetinin kendi istekleriyle alındığı belirtilmiştir. İlaveten, Grafik 24 ve 25'ten, bilgisine başvurulanan restoranlardan %65'inin OD teslimat modelinden ayrılmak istediği ancak çıkış talebi iletilen restoranların %90'ının taleplerine olumsuz dönüş yapıldığı veya hiç dönüş yapılmadığı görülmektedir.
- (446) Diğer taraftan, YEMEK SEPETİ ile çalışmaya başlayan restoranların tamamının platform teslimatlı modeli kullanmaya zorlanmadığı, nitekim aşağıdaki tabloda yer alan verilerden görülebileceği üzere, her iki teslimat modeliyle de YEMEK SEPETİ'ne üye olan restoranların bulunduğu görülmektedir:

Tablo 37: 2023-2024 Dönemi İçerisinde YEMEK SEPETİ Platformuna Yeni Üye Olan Restoranların Platform ve Restoran Teslimat Modeli Bakımından Dağılımı

Dönem	Platform Teslimat Modeli ile Yeni Üye Olan Restoran Sayısı	Restoran Teslimat Modeli ile Yeni Üye Olan Restoran Sayısı	Yeni Üye Olan Toplam Restoran Sayısı	Platform Teslimat Modeli ile Üye Olan Restoran Oranı (%)	Restoran Teslimat Modeli ile Üye Olan Restoran Oranı (%)
Ocak 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.					

- (447) Yukarıdaki tablodan, restoran teslimatlı modelle üye olan restoran oranının YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçişinin başladığı Haziran 2023'te %(.....) olduğu, Ocak 2025'te ise bu oranın %(.....) olarak gerçekleştiği ve hâlihazırda YEMEK SEPETİ'ne yeni üye olan (.....) restoran teslimatlı model ile üye olabildiği anlaşılmaktadır.

Tablo 38: 2024-2025 Dönemi İçerisinde YEMEK SEPETİ Platformuna Üye Olan Restoranların Restoran Teslimat Modeline Geçiş Oranı^{141, 142}

Dönem	Restoran Teslimat Modeline Geçiş Yapmak İsteyen Restoran Sayısı	Restoran Teslimat Modeline Geçiş Sağlanan Üye Restoran Sayısı	Restoran Teslimat Modeline Geçiş Reddedilen Üye Restoran Sayısı	Restoran Teslimat Modeline Geçiş Sağlanan Üye Restoran Oranı (%)
Ocak 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.				

- (448) Yukarıda yer alan tablodan, platform teslimatlı modelden restoran teslimatlı modele geçmek isteyen ve geçiş sağlanan restoran oranının 2024 yılı içerisinde ortalama %(.....) olduğu, öte yandan geçiş talebi kabul edilmeyen restoran oranının ise çok daha yüksek (yaklaşık %(.....)) gerçekleştiği görülmektedir.
- (449) Son olarak YEMEK SEPETİ'nin dayattığı koşulların restoranların farklı platformlarla çalışmasını engellemediği veya restoranları YEMEK SEPETİ'nde kalmaya zorlamadığı, nitekim 2024 yılında toplam (.....) restoran platformdan ayrılmışken, 2025 yılının ilk iki ayında platformdan ayrılan restoran sayısının (.....) olduğu görülmektedir:

¹⁴¹ YEMEK SEPETİ tarafından sunulan cevabi yazıda; restoran teslimat modeline geçiş isteyen üye restoranların geçiş taleplerinin kural seti nedeniyle reddedildiği belirtilmiştir.

¹⁴² YEMEK SEPETİ tarafından sunulan cevabi yazıda; restoran teslimat modeline geçiş yapma talebi kabul edilen üye işyerlerinin geçiş sürecinin restoran teslimatlı model sözleşmesinin imzalanması halinde tamamlandığı, sistemsal olarak sözleşmenin onaylanmaksızın söz konusu teslimat modeline geçiş sağlanamadığı, bu kapsamda ilgili verilerin (geçiş sağlanan restoran sayısının) sadece sözleşmeyi imzalayan restoran sayısını içerdiği ifade edilmiştir.

Tablo 39: 2024-2025 Dönemi YEMEK SEPETİ Platformundan Çıkış Yapan Üye Restoran Sayısı ve Platformda Kaldıkları Süre

Yıl	YEMEK SEPETİ Platformundan Çıkış Yapan Üye Restoran Sayısı	YEMEK SEPETİ Platformunda Kalınan Süre
2024	(....)	1 ay ve 1 aydan az
	(....)	1 ay- 3 ay arası
	(....)	3 ay ve 3 aydan fazla
2025 ¹⁴³	(....)	1 ay ve 1 aydan az
	(....)	1 ay- 3 ay arası
	(....)	3 ay ve 3 aydan fazla

Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden Elde Edilen Bilgi ve Belgeler.

- (450) Sonuç olarak, restoranların alternatif platformlar çalışma ihtimallerinin yanı sıra hâlihazırda belirli şartları karşıladıklarında restoran teslimatlı modele geçebildikleri veya restoran teslimatlı model ile YEMEK SEPETİ'ne üye olabildikleri, öte yandan YEMEK SEPETİ tarafından restoran teslimatlı modele geçiş talepleri kabul edilmeyen pek çok restoranın da bulunduğu (yaklaşık %(....)), ilgili hizmeti kullanmayı bırakma noktasında getirilen şartların restoranların kurye hizmeti kalitesinden tamamen bağımsız olduğu, restoranların çoğunluğunun ilgili hizmetten memnun olmadığı anlaşılmaktadır. Bu bakımdan, ilgili şartların orantılı olduğu noktasında net bir çıkarımda bulunmak mümkün görünmemektedir.
- (451) Tüm bu bilgiler ışığında, YEMEK SEPETİ'nin uzun vadede restoranlara haksız sözleşme şartları uygulayabilecek pazar gücüne sahip olmadığı, restoranların geçebileceği alternatif güçlü rakiplerin bulunduğu, nitekim YEMEK SEPETİ'nden ayrılan restoran sayısında artış yaşandığı, platform teslimatlı model kapsamında getirilen şartların temelde değişen pazar yapısına uyum sağlama ve rakiplerinin ölçeğine ulaşmak suretiyle rekabet edebilme amacı taşıdığı, platform teslimatlı modelin restoran teslimatlı modele kıyasla daha fazla tüketici faydası yarattığı, YEMEK SEPETİ'nin teslimat hizmetini kullanan restoran oranı artmasına karşın restoranların rakip platformlardan teslimat hizmeti alma oranının da azalmadığı, ilgili şartlara 2024 yılı itibarıyla sözleşmelerde yer verilerek şeffaflığın sağlandığı anlaşılmaktadır.
- (452) Diğer yandan, YEMEK SEPETİ tarafından uygulanan şartların, restoranların platformdan kurye hizmeti alıp almama noktasında ticari karar verme özgürlüklerini sınırladığı ve bu kapsamda hakkaniyetli olmadığı, her ne kadar platform teslimatlı modelden restoran teslimatlı modele geçmek isteyen ve geçişi sağlanan restoranlar bulunsun da geçiş talepleri kabul edilmeyen restoranların oranının çok daha yüksek olduğu, restoranların ilgili uygulamadan memnun olmadığı ve şikayetlerinin devam ettiği görülmektedir.
- (453) Bununla birlikte, sömürücü olarak sınıflandırılan şartların ticari kullanıcılar açısından potansiyel olarak dezavantajlı olmasının veya onları aşırı bir külfet altına sokmasının her durumda rekabet hukuku kapsamında endişe doğurmayacağı¹⁴⁴, haksız olarak nitelendirilebilecek şartların özellikle hâkim durumdaki bir teşebbüs tarafından daha zayıf iş ortaklarını kendine bağımlı kılmak ve böylece onların alternatiflere geçme olasılıklarını sınırlamak amacıyla sistematik olarak uygulandığında rekabet hukuku kapsamında ele alınabileceği, restoranların meşru çıkarlarına zarar veren ticari uygulamalara diğer yasal düzenlemeler ve sektöre özgü regülasyonlar kapsamında müdahale imkânının mevcut olduğu, bu doğrultuda YEMEK SEPETİ'nin haksız

¹⁴³ 2025 yılı bakımından ilk iki aylık veriler esas alınarak hesaplanmıştır.¹⁴⁴ Bundeskartellamt (2019), *Amazon*, s.7-8.

sözleşme şartları uygulamak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığına yönelik bir sonuca ulaşamadığı değerlendirilmektedir.

- (454) Sonuç olarak, YEMEK SEPETİ'nin bağlama uygulamaları ve haksız sözleşme şartları uygulamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediği kanaatine varılmıştır.

I.6.4. Savunmalar ve Değerlendirilmesi

I.6.4.1. Usule İlişkin Savunmalar

- (455) Savunmada;
- Soruşturma kapsamında hâkim durumun tespiti bakımından dikkate alınan rakiplerin pazar paylarının ve bu payların yıllar içindeki seyrinin Soruşturma Bildirimi'nde sunulmadığı,
 - Bu nedenle, YEMEK SEPETİ'nin pazardaki konumu ve iddia konusu eylemlerin etkisine yönelik savunmaların tam ve eksiksiz olarak yapılabilmesinin mümkün olmadığı ve YEMEK SEPETİ'nin savunma ve adil yargılanma haklarının hukuka aykırı şekilde sınırlandırıldığı

ifade edilmektedir.

- (456) Soruşturma süreci devam ederken 22.03.2024 tarih ve 50174 sayı ile YEMEKSEPETİ tarafından yapılan başvuruda, yukarıdaki savunmaya benzer şekilde, Soruşturma Bildirimi'nde sunulmayan ticari sır niteliindeki sayısal verilerin teşebbüs isimleri karartılarak paylaşılması veya verilerin aralıklar halinde sunulması talep edilmiştir. YEMEK SEPETİ'ne gönderilen 02.04.2024 tarihli ve 86767 sayılı yazıda ise tarafın talebinin kabul edilemeyeceği belirtilmiştir.
- (457) YEMEK SEPETİ'ne iletilen yazıda da yer verildiği üzere, 2010/3 sayılı Dosyaya Giriş Hakkının Düzenlenmesine ve Ticari Sırların Korunmasına İlişkin Tebliğ (2010/3 sayılı Tebliğ), tarafların kendileri hakkında düzenlenen belgelere erişimini mümkün kılarken bunun istisnalarını da düzenlemiş bulunmaktadır. Bu doğrultuda, teşebbüslerin soruşturma kapsamında kendileri ile ilgili düzenlenmiş bilgi ve belgeleri isteme hakları bulunmakla birlikte Kurum içi yazışmaların ve başka teşebbüs, teşebbüs birliği ve kişilere ilişkin ticari sır ve sair gizli bilgi içeren evrakın bu kapsamda yer almadığı ifade edilmiştir.
- (458) Teşebbüs tarafından erişimine açılması talep edilen verilerin genel olarak diğer teşebbüslerin ticari verileriyle ilgili olduğu görülmektedir. Bu kapsamda rakiplerin pazar payları, bu payların yıllar içindeki seyri ve benzeri verilerin 2010/3 sayılı Tebliğ'in 12. maddesi uyarınca ticari sır niteliğini haiz olduğu değerlendirilmekte ve bu nedenle talep edilen verilerin tarafla paylaşılması mümkün görülmemektedir. Keza Kurum hiçbir soruşturma sürecinde hiçbir tarafla rakiplerin ticari sır niteliğindeki bilgilerini paylaşmamaktadır. Bu durumun tarafların savunma hakkını kullanmasına engel olmadığı Kurum'un geçmiş tecrübeleri ile sabittir.
- (459) Kurum nezdinde 2010/3 sayılı Tebliğ'in 12. maddesi uyarınca ticari sır niteliğinde olan bilgi ve belgelerin hiçbir hal ve şartta üçüncü kişilerle paylaşılamayacağı hususu sabit olduğundan, tarafın, rakiplerinin ticari sır niteliğindeki bilgilerini elde edemediği gerekçesi ile savunma hakkını etkin şekilde kullanamadığı savunmasına katılmak mümkün değildir.

I.6.4.2. Esasa İlişkin Savunmalar

I.6.4.2.1. İlgili Pazara İlişkin Savunmalar

(460) Savunmada;

- Restoranların çevrim içi yemek siparişi-servisi hizmeti sunan platformların yanı sıra telefonla veya restoranların kendi internet siteleri üzerinden de sipariş alabildiği, ilgili kanalların tüketicilerin seçim tercihlerini artırdığı, platform hizmetlerine ikame olduğu ve ilgili pazarın geleneksel kanalı da içerecek şekilde “yemek siparişi-servisi hizmetleri” olarak tanımlanması gerektiği,
- Sayılan hususların ilgili pazardaki rekabet dinamiklerinin hatalı şekilde ortaya konulmasına ve ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar gücünün doğru biçimde analiz edilememesine yol açtığı

ifade edilmektedir.

- (461) “I.5.2.1. Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri başlıklı bölümünde yer verildiği üzere, nihai kullanıcı konumundaki tüketiciler açısından çevrim içi yemek siparişi-servisi platformları aracılığıyla alınabilen hizmetler ve doğrudan sipariş yöntemleri ile alınabilen hizmetler pek çok açıdan farklılaşmaktadır. İlgili bölümde platformların nihai kullanıcısı konumunda bulunan tüketicilere çok sayıda restorana ve menü seçeneğine kolayca ulaşabilme, görsel içerikleriyle menü fiyatlarına, promosyonlara, indirimlere, restoranın hizmet saatlerine ve hizmet verdiği bölgelere, kullanıcı değerlendirmelerine ilişkin bilgi sağlama, nihai kullanıcılara sunulan bölge/restoran/menü içeriklerini, restoran ve menülere ilişkin yorumları görüntüleyebilme, önceden verilen siparişi kolayca tekrarlayabilme vb. seçenekler sunarak kullanıcıların hem sipariş verme deneyimini iyileştirmelerine hem de araştırma, karar verme ve siparişi sonlandırma süreçlerini daha etkin gerçekleştirmelerine imkân tanıyarak geleneksel kanaldan farklılaştığı değerlendirilmiştir.
- (462) İlaveten, platformun diğer tarafında yer alan ticari kullanıcı konumunda bulunan restoranlar bakımından gerçekleştirilen değerlendirmeler neticesinde, çevrim içi yemek sipariş platformlarının, geniş bir nihai kullanıcı tabanına erişimi mümkün kılarak restoranların, işletmelerine doğrudan sipariş yöntemleri ile ulaşan ya da ulaşacak tüketicilerden çok daha fazla sayıda tüketiciye ulaşabilmesi, platform aracılığıyla reklam, promosyon ve indirimlerin tüketicilere kolaylıkla iletilmesi, siparişin çok daha sağlıklı alınabilmesi ve platformların restoran hakkında yapılan tüketici değerlendirmelerini içermesi vb. hususların da platformları, geleneksel kanaldan ayırarak platformdan alınan hizmeti restoranlar nezdinde daha avantajlı kıldığı tespit edilmiştir.
- (463) Ayrıca geçmiş Kurul kararlarına bakıldığında da genel olarak platformların ayrı bir pazar olarak tanımlandığı ve hatta kendi adına satış yapan çevrim içi kanalların dahi platformlara ikame kabul edilmediği görülmektedir¹⁴⁵. Benzer şekilde Kurulun yemek siparişi sektörüne ilişkin aldığı kararlarda da restoranın kendi internet sitesi veya mobil uygulaması gibi doğrudan sipariş yöntemleri ile sağlanan hizmetlerin gerek tüketiciler

¹⁴⁵ 05.01.2017 tarihli ve 17-01/12-4 sayılı Kurul kararı, 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı Kurul kararı, 12.05.2011 tarihli ve 11-30/591-187 sayılı Kurul kararı.

gerekse restoranlar bakımından çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetlerine ikame olmadığı değerlendirilmiştir¹⁴⁶.

- (464) Dolayısıyla, platform üzerinden alınan siparişler ile doğrudan sipariş yöntemleri arasındaki farklılıklar, geçmiş tarihli Kurul kararları, söz konusu kararlar sonrasında ilgili ürün pazarı tanımını değiştirmeyi gerektirecek herhangi bir gelişmenin yaşanmaması hususları dikkate alındığında ilgili ürün pazarının geleneksel kanalı da içerecek şekilde tanımlanması gerektiği yönündeki savunmaya katılmak mümkün değildir.

I.6.4.2.2. Coğrafi Pazar Tanımına İlişkin Savunmalar

- (465) Savunmada;

- Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarındaki rekabet dinamiklerinin platformların güçlü lojistik ve kurye ağına sahip olduğu bölgelerde tamamen farklı parametrelere bağlı olarak gerçekleştiği,
- Platformların kurye ağının güçlü olmadığı veya teslimat hizmetlerinin platformlar tarafından üstlenilmesinin ölçek ekonomisi gereği makul görülmediği bölgelerde rekabetin ana unsurunun üye restoran sayısının artırılması olduğu, bir platformun güçlü bir kurye ağına sahip olduğu bölgelerde ise söz konusu platformun teslimat hizmetlerinde sağladığı kalite artışının tüketici tercihlerini şekillendirmekte doğrudan etkili olduğu,
- Soruşturma Bildirimi'nde Türkiye genelindeki pazar verileri dikkate alınarak gerçekleştirilen analizlerin yanıltıcı tespit ve değerlendirmeler yapılmasına yol açtığı,
- Soruşturma Bildirimi'nde ilgili pazarda bölgesellik etkisi olduğu kabul edilerek rekabetçi analizlerde İstanbul ve Ankara'nın ayrı ayrı ele alınmasına rağmen coğrafi pazarın "Türkiye" olarak tanımlandığı,
- Doğru bir rekabetçi bir etki analizi yapılabilmesi için ilgili coğrafi pazarın Türkiye genelinden ziyade İstanbul, Ankara illerini kapsayacak şekilde tanımlanması gerektiği

ifade edilmektedir.

- (466) Öncelikle belirtilmelidir ki, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ve çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri pazarında bölgesellik etkisinin söz konusu olduğu hususu kabul edilmektedir. Öte yandan ilgili hizmetlere alıcıların ve satıcıların ülke genelinden erişim sağlamasının mümkün olması nedeniyle ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.
- (467) Yukarıda ifade edildiği üzere, çevrim içi yemek siparişi-servisi hizmetleri kapsamında kaliteli bir kurye hizmeti vasıtasıyla uçtan uca hizmet sunmanın pazardaki önemli rekabetçi parametrelerden biri haline geldiği hususu göz ardı edilmemektedir. Nitekim ilgili endişeyi gözetecek şekilde, YEMEK SEPETİ'nin ilgili pazarlardaki konumunu isabetli bir şekilde tespit edebilmek ve doğru değerlendirmeler ortaya koyabilmek adına gerek hâkim durumun gerekse de dosya konusu davranışın olası etkilerinin değerlendirildiği bölümlerde yalnızca Türkiye verileri ile yetinilmemiş; ayrıca YEMEK

¹⁴⁶ 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı Kurul kararı, 04.06.2020 tarihli ve 20-27/336-M sayılı Kurul kararı, 18.05.2022 tarihli ve 22-23/366-155 sayılı Kurul kararı, 27.02.2023 tarihli ve 23-11/177-54 sayılı Kurul kararı, 15.09.2022 tarihli ve 22-42/606-254 sayılı Kurul kararı.

SEPETİ ve rakiplerinin birlikte faaliyet gösterdiği şehirler içerisinde nüfus yoğunluğu en fazla olan İstanbul, Ankara ve İzmir illeri özelinde de değerlendirmelere yer verilmiştir.

- (468) Dosya kapsamında gerçekleştirilen analizler neticesinde, özellikle hâkim durumun tespiti noktasında ilgili iller kapsamında ulaşılan sonuçlar ile Türkiye bakımından ulaşılan sonuçların da büyük ölçüde farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Her durumda dosya konusu davranışların olası etkileri soruşturma tarafının endişelerini bertaraf edecek şekilde anılan iller özelinde de incelenmiştir.
- (469) Tüm bu hususlar birlikte değerlendirildiğinde ilgili coğrafi pazar tanımına ilişkin savunmalara katılmak mümkün değildir.

I.6.4.2.3. YEMEK SEPETİ'nin İlgili Ürün Pazarında Hâkim Durumda Olmadığına İlişkin Savunmalar

I.6.4.2.3.1. YEMEK SEPETİ'nin ve Rakiplerinin İlgili Pazardaki Konumuna İlişkin Savunmalar

- (470) Savunmada;
- 2021 yılının sonuna doğru çevrim içi yemek siparişi platformlarının kullanımının arttığı ve bu durumun çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri pazarındaki rekabeti artırdığı,
 - TRENDYOL ve GETİR'in güçlü lojistik ağı ile pazara giriş yapması ile birlikte iş modelini restoran teslimatlı olarak kurgulayan YEMEK SEPETİ'nin oldukça kısa bir sürede yüksek oranlarda pazar payı kaybettiği,
 - Ipsos tarafından gerçekleştirilen analizler kapsamında; 2021 yılı itibarıyla YEMEK SEPETİ'nin pazar payının %80'lerden hızlı bir şekilde %30'lara gerilediği, pazara giriş yapan TRENDYOL YEMEK'in ise çok hızlı bir şekilde pazar payını artırdığı ve 2022 yılı itibarıyla birçok parametre bakımından YEMEK SEPETİ'ni geride bıraktığının tespit edildiği,
 - YEMEK SEPETİ'nin pazardaki liderliğinin açık ara bir liderlik olmadığı, TRENDYOL YEMEK'in en az YEMEK SEPETİ kadar piyasada güçlü pozisyonda olduğu,
 - Türk rekabet hukukunda hiçbir pazar payı oranının "hâkim durum eşiği" olarak tespit edilmediği, YEMEK SEPETİ'nin pazar payının pek çok parametre bakımından inceleme konusu dönem olan 2023 yılı 3. çeyrek ve sonrası itibarıyla %40'ın altında kaldığı ve diğer parametreler bakımından da hızla bu seviyeye doğru gerilemekte olduğu, soruşturma bakımından YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olmadığı karinesinden hareket edilmesi gerektiği

ifade edilmektedir.

- (471) Yukarıda "*Hâkim Durumun Değerlendirilmesi*" başlığı altında detaylarına yer verildiği üzere, özellikle GETİR YEMEK ve TRENDYOL YEMEK'in çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarına girişiyle birlikte pazarın görünümünün genel olarak değiştiği ve bu süreçte YEMEK SEPETİ'nin düzenli bir şekilde pazar payı kaybettiği kabul edilmektedir. Nitekim detaylarına ilgili başlıkta yer verildiği üzere, YEMEK SEPETİ'nin 2024 yılı itibarıyla hâkim durumda olmadığı değerlendirilmiştir.
- (472) Öte yandan YEMEK SEPETİ'nin pazar payının 2021 yılı itibarıyla %80'lerden hızlı bir şekilde %30'lara gerilediği ve 2023 yılı 3. çeyrek ve sonrası itibarıyla pek çok parametre bakımından %40'ın altında kaldığı yönündeki savunmaya katılmak mümkün görünmemektedir. Zira, YEMEK SEPETİ'nin ve rakiplerinin çevrim içi yemek siparişi-

servisi platform hizmetleri pazarındaki konumu değerlendirilirken platform üzerinden gerçekleşen sipariş adetleri, sipariş tutarları, komisyon gelirleri, aktif kullanıcı sayısı, anlaşmalı restoran sayısı, anlaşmalı zincir restoran sayısı temeline dayanan oldukça detaylı bir pazar payı analizi gerçekleştirilmiş ve ulaşılan sonuçlarda YEMEK SEPETİ'nin pazar payının %40'ın altında seyrettiği herhangi bir parametreye rastlanmamıştır.

- (473) Dolayısıyla YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olmadığı yönündeki savunmaların dosya kapsamında gerçekleştirilen tespitlerle uyumlu olduğu değerlendirilmekte birlikte, pazar payının %30'lara gerilediği ve birçok parametre bakımından %40'ın altında seyrettiği yönündeki savunmalara katılmak mümkün değildir.

1.6.4.2.3.2. İlgili Pazarda Giriş ve Büyüme Engeli Olmadığına İlişkin Savunmalar

- (474) Savunmada;

- Çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri pazarına son yıllarda diğer çevrim içi pazarlarda piyasa gücüne sahip TRENDYOL YEMEK ve GETİR gibi teşebbüslerin giriş yaptıkları ve pazarda büyüme sağladıkları,
- TRENDYOL ve GETİR'in sahip oldukları finansal güç ile birlikte dijital ekosistemleri gereği sahip oldukları kullanıcı verisi, lojistik altyapı ve çevrim içi pazarlardaki tecrübeleri ile söz konusu giriş ve büyümenin önündeki engelleri aşabildikleri,
- Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında ağ etkilerinin giriş ve büyümenin önünde etkili engeller oluşturmadığı,
- YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında birden çok sayıda ürün ekosistemi ile rekabet ettiği, TRENDYOL'un sahip olduğu güçlü ekosistemi ile YEMEK SEPETİ karşısında ciddi bir rekabet avantajı elde ettiği,
- TRENDYOL'un sahip olduğu kullanıcı gücü ve sahip olduğu büyük kurye ağını kullanarak çevrim içi yemek siparişi pazarında YEMEK SEPETİ'nin pazar gücünü oldukça kısa bir süre içerisinde ve çok güçlü bir şekilde aşağı çekebildiği, söz konusu pazarın en güçlü oyuncusunun TRENDYOL YEMEK olduğu,
- Güçlü bir ekosisteme sahip TRENDYOL ile faaliyetlerini tek bir hizmete odaklayan YEMEK SEPETİ'nin çok yakın pazar paylarına sahip olduğu ve TRENDYOL YEMEK'in hem pazar payını hem de gücünü giderek artırdığı göz önüne alındığında YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olduğunun ileri sürülmesinin yanlış olduğu

ifade edilmektedir.

- (475) Yukarıda yer verilen savunmada değinilen hususlar “*Pazara Giriş ve Pazarda Büyüme Engelleri*” başlığında detaylı olarak ele alınmış olup çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında ağ etkilerinin tek bir teşebbüs lehine işlemediği, TRENDYOL YEMEK'in de YEMEK SEPETİ ile birlikte kullanıcı verisi bakımından oldukça güçlü bir oyuncu olarak ilgili pazarda kendine yer bulabildiği, TRENDYOL'un hâkim durumda bulunduğu çok kategorili e-pazaryerleri pazarında elde ettiği avantaj sayesinde kapsam ekonomilerinden de yararlandığı, mevcut durumda Süper App olarak faaliyet gösteren TRENDYOL'un, çok çeşitli alanlarda faaliyet gösteren GETİR'in ve çevrim içi perakendecilik alanında en önemli oyuncularından olan MİGROS'un sahip oldukları marka bilinirliği sayesinde ilk giren avantajının YEMEK SEPETİ lehine bir giriş engeli oluşturmaya devam etmediği, son beş yıllık periyotta pazara giriş yapan

oyuncuların rekabete katılabildiği, özellikle TRENDYOL ve GETİR'in platform teslimatlı model ile pazara girişiyle pazardaki rekabetçi parametrelerin değiştiği ve çevrim içi yemek sipariş platform hizmetleri bakımından platformun teslimat hizmeti sunuyor olmasının (platform tarafından sunulan lojistik hizmetlerinin kalitesi ve kapsamının) rekabetçi bir parametre haline geldiği, TRENDYOL YEMEK'in bazı parametreler bakımından YEMEK SEPETİ'ni geride bıraktığı, diğer oyuncuların da YEMEK SEPETİ üzerinde rekabetçi baskı oluşturabildiği ve pazarın görünümünün değişmeye başladığı yönünde tespitlerde bulunulmuştur.

- (476) Dolayısıyla dosya kapsamında ulaşılan sonuçların, ilgili pazarda giriş ve büyüme engeli olmadığına ilişkin savunmalarda yer verilen hususlardan farklılaşmadığı dikkate alındığında ilgili savunmaların kabul edilebilir olduğu değerlendirilmektedir.

1.6.4.2.3.3. İlgili Pazarda Alıcı Gücü Bulunduğuna İlişkin Savunmalar

- (477) Savunmada;

- Platformların komisyon oranlarını artırdığında veya hizmet koşullarını değiştirdiğinde, restoranların ikame olarak diğer teşebbüsler üzerinden sipariş alabilmelerinin mümkün olduğu ve pazarda restoranlar açısından dengeleyici bir alıcı gücünün bulunduğu,
- Çoklu erişim imkânı sebebiyle restoranların anlaşmalı oldukları farklı sipariş platformlarını kullanabildikleri,
- Tüketiciler için de çoklu erişimin mümkün olduğu, bu durumun tüketicilere pazarda restoran çeşitliliği açısından yaygınlığa sahip diğer platformları tercih imkânı vererek, YEMEK SEPETİ'nin pazar gücü üzerinde dengeleyici bir etki yarattığı,
- Ipsos tarafından gerçekleştirilen ve “Çevrim İçi Platformlar Toplam Bilinirliği”ne ilişkin yayınlanan bir araştırmaya göre; tüketiciler açısından platformların bilinirlik seviyesinin oldukça yüksek olduğu,
- Yapılan araştırmaların ve analizlerin YEMEK SEPETİ'nin ekonomik parametreleri rakiplerinden, üye restoranlardan ve tüketicilerden bağımsız belirleme potansiyeli olmadığını ve hâkim durumda bir teşebbüs niteliği taşımadığını gösterdiği

ifade edilmektedir.

- (478) Yukarıda yer verilen savunmada değinilen hususlar dosya kapsamında “Alıcı Gücü” başlığında başlığında detaylı olarak ele alınmış olup çevrim içi yemek siparişi–servisi platform hizmetleri pazarında hem nihai kullanıcılar hemde restoranlar bakımından çoklu erişimin mümkün olduğu, YEMEK SEPETİ ile çalışan anlaşmalı restoranların GETİR YEMEK, TRENDYOL YEMEK ve MİGROS YEMEK gibi pazardaki diğer güçlü oyuncularla da anlaşmalı olarak faaliyet gösterdiği, restoranların ilgili platformlarda ciddi oranlarda satış gerçekleştirdikleri, YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı olduğu zincir restoranların ve platfromda faaliyet gösteren en büyük otuz restoranın sipariş adedi ve sipariş tutarının toplam sipariş adedi ve toplam sipariş tutarı içerisindeki payını 2019-2024 dönemi boyunca istikrarlı bir şekilde artırdığı, platformların neredeyse yarı hacmine işaret eden siparişlerin her platformda bulunduğu, YEMEK SEPETİ komisyon oranlarını arttırdığında restoranların ikame olarak diğer teşebbüsler üzerinden sipariş alabilmelerinin mümkün olduğu ve restoranların YEMEK SEPETİ üzerinde alıcı gücünün bulunduğu tespitlerinde bulunulmuştur.

- (479) Dolayısıyla dosya kapsamında ulaşılan sonuçların ilgili pazarda alıcı gücü bulunmadığına ilişkin savunmalarda yer verilen hususlardan farklılaşmadığı dikkate alındığında ilgili savunmaların kabul edilebilir olduğu değerlendirilmektedir.

1.6.4.2.3.4. İstanbul ve Ankara İllerinde TRENDYOL YEMEK'in Pazar Lideri Olduğuna İlişkin Savunmalar

- (480) Savunmada;
- Ipsos tarafından gerçekleştirilen ve “*İstanbul ve Ankara illerine Yönelik Platformlar Üzerinden Verilen Yemek Sipariş İşlemlerinin Payı*”na ilişkin yayınlanan bir araştırmaya göre; TRENDYOL YEMEK'in sahip olduğu pazar payı açısından İstanbul ve Ankara'da açık ara pazar lideri konumunda olduğu, TRENDYOL YEMEK'in İstanbul'da 2023 yılında sağladığı bu liderliğinin Ankara için 2022'den beri mevcut olduğu,
 - OD teslimat modelinin ağırlıklı olarak uygulandığı Ankara ve İstanbul illerinde, YEMEK SEPETİ'nin pazar liderliğinden bahsedilemediği, TRENDYOL YEMEK'in açık ara en yüksek pazar payına sahip olduğu ve TRENDYOL'un YEMEK SEPETİ üzerinde rekabetçi baskı yaratır durumda olduğu

ifade edilmektedir.

- (481) Soruşturma döneminde elde edilen verilerden hareketle, YEMEK SEPETİ'nin İstanbul ile Ankara illeri özelinde sipariş adedi bazında 2019 yılından itibaren istikrarlı olarak pazar payı kaybetse de 2022 yılına kadar pazardaki liderliğini koruduğu, 2023 yılında TRENDYOL YEMEK'in her iki ilde de YEMEK SEPETİ'nden daha fazla pazar payı elde ederek pazar lideri konumuna geldiği ancak 2024 yılına gelindiğinde TRENDYOL YEMEK'in İstanbul ili bakımından pazar liderliğini korurken Ankara ili bakımından pazar liderliğini tekrar YEMEK SEPETİ'ne bıraktığı, ancak bu il bakımından aralarındaki pazar payı farkının % (.....)'e dahi ulaşmadığı görülmüştür.
- (482) Ayrıca teşebbüslerin İstanbul ve Ankara illerinde platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranı bakımından pazar payları da incelenmiş olup İstanbul ilinde platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranının genellikle yüksek olduğu, YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçtiği Haziran 2023 öncesi dönemde platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranı bakımından pazarda mevcut tüm oyuncuların gerisinde yer aldığı, 2024 yılının sonlarına doğru ise YEMEK SEPETİ'nin rakiplerini yakaladığı ve ilgili oran bakımından pazarın ikinci oyuncusu konumuna geldiği, TRENDYOL YEMEK'in ilgili oran bakımından pazar liderliğini sürdürmeye devam ettiği, bununla birlikte YEMEK SEPETİ ile aralarındaki farkın % (.....)ye kadar düştüğü tespit edilmiştir. Benzer şekilde, YEMEK SEPETİ'nin Ankara ilinde platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranının platform teslimatlı modele geçtiği Haziran 2023 öncesi dönemde TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK'ten düşük olduğu, 2024 yılının sonlarına doğru YEMEK SEPETİ'nin rakiplerini yakaladığı ve ilgili oran bakımından pazarda en yüksek yoğunluğa sahip olan oyuncu konumuna geldiği görülmektedir.
- (483) Soruşturma kapsamında, taraflardan elde edilen veriler doğrultusunda, hem sipariş adedi hem de platformlardan kurye hizmeti alan restoran oranı bakımından İstanbul ilinde TRENDYOL YEMEK'in pazar lideri olduğu, Ankara ilinde ise YEMEK SEPETİ'nin 2024 yılı itibarıyla az bir farkla öne geçtiği görülmüş olup yukarıda özetlenen savunmaya aykırı bir tespitle bulunulmamıştır.

I.6.4.2.4. YEMEK SEPETİ'nin Hâkim Durumunu Kötüye Kullanmadığına İlişkin Savunmalar

I.6.4.2.4.1. Sömürücü Etkilere İlişkin Savunmalar

(484) Savunmada;

- Soruşturma kapsamında YEMEK SEPETİ tarafından uygulanan OD teslimat modelinin sömürücü kötüye kullanmalar içerisinde haksız ticari koşullar kapsamında değerlendirildiği ancak ilgili hususa ilişkin değerlendirmenin e-ticaret mevzuatına göre yapılması gerektiği,
- Mevcut pazar koşullarında YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumun kötüye kullanılması niteliğindeki sömürücü uygulamalarda bulunmasının imkânsız olduğu, nitekim YEMEK SEPETİ'nin pazar payının ortalama %(.....) olarak gerçekleştiği, pazarın %(.....)'lık kısmında rakiplerin hâlihazırda faaliyet gösterdiği ve çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri pazarında, YEMEK SEPETİ'nin tekele yakın bir pazar gücünün söz konusu olmadığı, platformlar arası rekabetin varlığının söz konusu pazarda herhangi bir haksız ticari koşul öne sürülmesine engel olduğu ve kullanıcıları bu anlamda koruduğu,
- Soruşturma Bildirimi'nde incelenen eylemin haksız ticari koşullar kapsamında değerlendirilmesi için aranan zorunluluk, hakkaniyet, makullük ve orantılılık kriterlerini sağlayıp sağlamadığına ilişkin herhangi bir analiz sunulmadığı,
- OD teslimat modelinin tüketici nezdinde yarattığı refahın dikkate alınmadığı

ifade edilmektedir.

(485) Haksız sözleşme şartları, farklı hukuk disiplinleri kapsamında ele alınabilmekle birlikte özellikle bu tür davranışların pazar gücünden kaynaklanması halinde, pazarın rekabetçi yapısını bozma olasılığı doğmakta ve rekabet düzenlemeleri söz konusu davranışları engellemek için etkin bir araç olarak kullanılabilir. Nitekim bir kötüye kullanma tipi olarak haksız sözleşme şartlarının uygulanması, literatürde sömürücü kötüye kullanmalara yönelik yapılan sınıflandırmalar içinde ele alınmakta ve ABİDA'nın 102 (a) maddesi kapsamında hâkim durumdaki teşebbüslerce kullanıcılara doğrudan veya dolaylı olarak dayatılmaları yasaklanmaktadır. Bu doğrultuda, teşebbüsün haksız ticari koşullara ilişkin değerlendirmenin e-ticaret mevzuatına göre yapılması gerektiğine yönelik savunmasına itibar edilmemiştir.

(486) Diğer taraftan dosya kapsamında, pazarda oldukça yüksek bir pazar payıyla pazarın hemen hemen tamamını temsil eden ve alternatifi bulunmayan teşebbüslerce haksız şartların uygulanabileceği vurgulanmış ve yapılan analizler doğrultusunda YEMEK SEPETİ'nin pazarda böyle bir konumda olmadığı değerlendirilmiştir. Nitekim yapılan incelemeler doğrultusunda, pazarın yarısından fazlasının YEMEK SEPETİ dışındaki oyuncularca temsil edildiği, YEMEK SEPETİ tarafından herhangi bir haksız şartın dayatılması durumunda restoranların alternatif platformları tercih etme imkânının ve güdüsünün bulunduğu tespit edilmiştir. Bu bakımdan, YEMEK SEPETİ'nin pazarın koşullarına ve platformlar arası rekabetin varlığının söz konusu olduğu pazarlarda herhangi bir haksız ticari koşulun öne sürülemeyeceğine ilişkin savunmalarının kabul edilebilir olduğu değerlendirilmektedir.

(487) Dosyada, YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmeti kapsamında getirdiği şartların haksız olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceği ayrıca incelenmiş ve YEMEK SEPETİ'nin savunmasının aksine ilgili uygulamaların,

- (i) Sömürü dışında meşru bir amacı olması,

- (ii) Meşru amaca ulaşmada etkili olması,
- (iii) Daha az kısıtlayıcı/sömürücü bir etkiyle aynı amaca ulaşmak için eşit derecede etkili alternatif yol bulunmadığından gerekli olması ve
- (iv) Söz konusu ticari taraf üzerindeki sömürücü etkisinin, meşru amacın önüne geçmemesi anlamında orantılı olması

kriterleri çerçevesinde haksız olup olmadığı değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirmeler kapsamında uygulamanın amacı, gerekliliği, orantılı olup olmadığı, pazarda doğurduğu etkiler ve yarattığı tüketici faydası göz önünde bulundurulmuştur.

1.6.4.2.4.2. Dışlayıcı Etkilere İlişkin Savunmalar

(488) Savunmada;

- Soruşturma Bildirimi’nde OD teslimat modeli ile gerçekleşen teslimatların önemli ölçüde artırıldığı belirtilmesine karşın 2023 yılında YEMEK SEPETİ’ndeki toplam sipariş tutarının %(.)’nin restoranların kurye sistemi ile teslim edildiği, OD teslimatlarının büyük ölçüde artış gösterdiği iddiası kabul edilse dahi, ilgili artışın rakipler üzerindeki herhangi bir dışlayıcı etkiyi göstermediği,
- Dışlama ihtimalinden bahsedilebilmesi için ilgili bölgelerde kuryesini işten çıkaran restoranların pazarın geneli içerisinde rakip faaliyetlerini zora sokacak ve restoranlar ile anlaşma yapmalarını engelleyecek bir büyüklüğe erişmesi gerektiği,
- 2023 yılı itibarıyla, TRENDYOL YEMEK’in en fazla anlaşmalı restorana sahip platform haline geldiği, restoran sayılarına benzer şekilde, aktif kullanıcı sayısı, sipariş adedi ve sipariş tutarının her biri üzerinden yapılan hesaplamaların YEMEK SEPETİ’nin pazar payı kaybettiğini, rakiplerinin ise pazar paylarını artırdığını gösterdiği,
- Pazardaki ampirik verilerin Soruşturma Bildirimi’nde yer verilen dışlayıcı etkilere dair endişeleri ve varsayımları desteklemediği, aksine rakiplerin pazardaki konumlarını güçlendirdiklerini ortaya koyduğu,
- YEMEK SEPETİ’nin davranışlarının dışlayıcı etkiler doğurabileceğine dair iddiaların tamamen varsayımlara, ihtimallere, tahminlere ve olasılıklara dayandığı

ifade edilmektedir.

(489) Yukarıda yer verilen savunmada değinilen hususlar yukarıda “*Dosya Konusu Davranışların Bağlama Teorisi Kapsamında Değerlendirilmesi*” başlığı altında detaylı olarak incelenmiş olup YEMEK SEPETİ’nin hâkim durumda olduğu varsayımı altında ortaya çıkabilecek olası dışlayıcı etkiler çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarı ile ilgili pazara yönelik kurye hizmetleri pazarı ekseninde ele alınmıştır. Bu çerçevede, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarı bakımından gerçekleştirilen incelemeler bakımından sipariş adetleri, anlaşmalı restoran sayısı parametreleri ile anket sonuçları dikkate alınmış olup; YEMEK SEPETİ’nin dosya konusu bağlama uygulamasının çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren rakipleri üzerinde dışlayıcı herhangi bir rekabet karşıtı etkiye yol açmadığı değerlendirilmiştir.

(490) İlaveten, hem YEMEK SEPETİ’nin rakibi konumundaki platformların kurye hizmetlerinin hem de üçüncü taraf kurye hizmeti sağlayan teşebbüsler üzerinde dışlayıcı herhangi bir etki oluşup oluşmadığını ortaya koymak adına öncelikle kurye hizmeti kullanan

anlaşmalı restoran sayısı ve oranı ile platform teslimatlı sipariş adedi bazında pazar payları incelenmiş olup YEMEK SEPETİ'nin rakibi konumundaki platformların kurye hizmetleri bakımından dışlayıcı bir etkinin ortaya çıkmadığı görülmüştür. İlâveten, YEMEK SEPETİ'nin bordrolu kurye çalıştırmaması, pazarda hem platformlar ile anlaşmalı olarak çalışan esnaf kuryelerin (mesai saatleri dışında) hem de üçüncü taraf kurye firmalarının hiçbir platform ile münhasır çalışmaması ve YEMEK SEPETİ de dâhil olmak üzere ilgili pazarda faaliyet gösteren tüm platformların gerek üçüncü taraf kurye hizmeti sağlayan teşebbüsler gerekse de esnaf kuryelere istihdam sağladığı değerlendirilerek çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri pazarında üçüncü taraf kurye hizmeti sağlayan teşebbüsler bakımından dışlayıcı bir etkinin ortaya çıkmasının mümkün olmadığı sonucuna varılmıştır.

- (491) Dolayısıyla işbu soruşturma kapsamında ulaşılan sonuçların savunmada yer verilen hususlardan farklılaşmadığı dikkate alındığında ilgili savunmaların kabul edilebilir olduğu değerlendirilmektedir.

I.6.4.2.4.3. OD Teslimat Modeline İlişkin Savunmalar

- (492) Savunmada;

- YEMEK SEPETİ'nin söz konusu pazarda rekabet edebilmek adına çift taraflı pazarın her iki tarafındaki oyunculara da fayda sağlayacak yenilikçi çözümler getirmek amacıyla lojistik ağını güçlendirerek OD teslimat modeline geçiş yaptığı ve pazardaki diğer oyuncular gibi OD teslimat modelini önceleyerek pazarın her iki tarafındaki talebi karşılayacak istikrarlı ve kaliteli bir hizmet sunma çabası içerisinde olduğu,
- OD teslimat modelinin platformun iş modeli içerisinde yaygınlaşması sonucunda kurye ve rut planı optimizasyonu¹⁴⁷ sağlanabileceği ve YEMEK SEPETİ'nin TRENDYOL YEMEK ile rekabet imkânı bulabileceği, aksi taktirde YEMEK SEPETİ'nin TRENDYOL YEMEK ile adil bir şekilde rekabet edebilmesinin mümkün olmadığı,
- YEMEK SEPETİ'nin OD teslimat modelini yaygınlaştırma politikası benimsediği bölgelerin YEMEK SEPETİ'nin rekabetçiliğini yitirmemek ve pazardan silinmemek için kısa vadede OD teslimat modelini yaygınlaştırması gereken ve kurye ağına en çok güvendiği bölgeler olduğu,
- YEMEK SEPETİ'nin söz konusu bölgelerde sunduğu hizmeti almak istemeyen ya da bu hizmetten memnun kalmayan restoranların, ilgili bölgede en az YEMEK SEPETİ kadar etkili olan rakiplerle çalışmasının her zaman mümkün olduğu,
- YEMEK SEPETİ'nin inceleme konusu dönemde Türkiye genelinde platforma VD teslimat modeliyle çalışan restoran alımını durdurmadığı, YEMEK SEPETİ'nin restoranları kendisinden belirli bir hizmeti almaya zorlaması veya onları belli şartları kabul etmeye mecbur etmesi gibi bir durumun söz konusu olmadığı,
- YEMEK SEPETİ'nin platforma OD teslimat modeliyle yeni giriş yapacak restoranlara ve VD teslimat modelinden OD teslimat modeline geçecek restoranlara, rakip platformların teklifleriyle rekabet edebilecek teşvikler sunmaya çalışmasının restoranların YEMEK SEPETİ karşısında zayıf bir konumda olmadığını gösterdiği,

¹⁴⁷ Rut planı, saha satış temsilcileri veya saha çalışanları için yapılan düzenli ziyaretlerin ve aktivitelerin zamanlamasını ve sıralamasını belirleyen bir stratejik planlamadır.

- OD teslimat modelinin tüketicilere kalite ve müşteri memnuniyeti özelinde daha istikrarlı ve sağlıklı bir hizmet alabilme imkânı sunarken diğer taraftan restoranlar için potansiyel müşteri ağını genişletme ve platform kalitesinde hizmet sunma fırsatı yarattığı, restoranların kendi kurye ağına yatırım yapması, ekipman, sigorta, eğitim, vergi gibi sabit maliyetleri karşılaması gibi hususları gerektirmemesi nedeniyle restoranların operasyonel verimliliğini ve karlılığını artırabilmesine olanak tanıdığı,
- Platformların, müşteri memnuniyetini en üst düzeyde tutmak amacıyla bahsi geçen sorunları iyileştirmeye yönelik olarak sunduğu OD teslimat modelinin iade süreçlerini kolaylaştırabildiği ve tüketicilerin yaşadıkları sorunlara hızlı çözüm üretebildiği,
- Restoran teslimat modelinin kullanıldığı durumlarda iptal/hatalı siparişlerde tüketicilerin iade taleplerinin restoranlar tarafından çözülmemesinin, kurye şikâyetlerinde restoranların geç müdahil olmasının yahut hiç müdahil olmayan yaklaşımlarının tüketicinin temel hizmet noktası olarak gördüğü platformları zora soktuğu,
- YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmetlerine yönelik bazı şikâyetlerin varlığının bir rekabet hukuku sorunu oluşturmadığı, kilometre sınırı nedeniyle bazı bölgelere hizmet verilememesinin ve olumsuz hava şartları veya trafik yoğunluğu olan durumlarda siparişlerin durdurulmasının YEMEK SEPETİ'nden kaynaklı bir durum olmadığı,
- YEMEK SEPETİ'nin OD teslimat modeli ile kurye şikâyetlerini yönetebildiği, erken müdahil olabilme imkânına sahip olduğu ve tüketicilerin hızlı ve sıcak yemek teslimatı hizmeti alabilmesini temin ettiği, OD teslimat modeli ile hem olumsuz müşteri deneyiminin önüne geçilmesi hem de kuryelerin sağlık ve güvenliğinin temin edilmesinin amaçlandığı,
- OD ve VD teslimat modeli kapsamında aylık bazda şikâyet oranlarına ilişkin olarak sunulan grafiğe göre; 2022 Haziran ayı itibarıyla OD teslimat modeline ilişkin şikâyet oranının VD teslimat modeline kıyasla yüksek olduğu, ancak bu farkın giderek kapandığı ve 2023 Mart ayından itibaren OD teslimat modeline yönelik şikâyet oranlarının sürekli olarak VD teslimat modelinin altında kaldığı ve OD teslimat modelinin yaygınlaşmasının teslimat hizmetlerinin kalitesinde artış sağladığı,
- OD teslimat modelinin teslimat kalitesine yönelik memnuniyet oranının aylar bazındaki değişimini ortaya koyan bir grafiğe göre; 2023 yılında OD teslimat modeline yönelik memnuniyet oranının düzenli olarak yükselme eğiliminde olduğu, 2023 Kasım ayında bariz bir düşüklük yaşandığı ancak YEMEK SEPETİ'nin gerekli müdahaleleri yaparak OD teslimat modeline ilişkin müşteri memnuniyetini kısa bir sürede Kasım ayı öncesindeki seviyeye ulaştırdığı ve artış trendini devam ettirdiği,
- OD teslimat modelinin tüketici refahına hizmet ettiği ve YEMEK SEPETİ'nin pazarda rekabetçi kalabilmesine imkân tanıdığı

ifade edilmektedir.

(493) Soruşturma sürecinde, hem çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri hem de çevrim içi yemek siparişine yönelik kurye hizmetleri pazarlarında yaşanan gelişmeler ve pazar dinamiklerindeki değişim detaylıca ele alınmıştır. Bu doğrultuda, sektörde faaliyet

gösteren platformlar ve oyuncuların görüşleri, Türkiye ve küresel ölçekte yaşanan gelişmelerle birlikte pazarda yaşanan değişim göz önünde bulundurulduğunda, çevrim içi yemek sipariş platform hizmetleri bakımından platformun teslimat hizmeti sunuyor olmasının (platform tarafından sunulan lojistik hizmetlerinin kalitesi ve kapsamının) rekabetçi bir parametre haline geldiği anlaşılmıştır. Nitekim, son dönemde pazarda faaliyet gösteren platformların, teslimat hizmetlerine büyük önem verdiği ve kurye hizmetlerini geliştirmek için sürekli bir çaba içerisinde oldukları görülmüştür. YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçme ve restoranları da bu modele yönlendirme noktasındaki kararının arkasında ise, özellikle 2019 sonrasında pazara giren ve pazarda yer edinebilmiş güçlü bir kurye ağına sahip TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK ile rekabet edebilmek olduğu, nitekim söz konusu platformların da pazara ilk girdikleri dönemde faaliyetlerine platform teslimatlı modelle başladığı, bu sayede pazara çok hızlı bir giriş yaparak büyüdüğü ve daha sonra restoran teslimatlı modeli alternatif olarak sunduğu anlaşılmıştır.

- (494) Diğer yandan, büyük şehirlerde platformlardan kurye hizmeti almanın oldukça yaygın olduğu, özellikle İstanbul bakımından kurye hizmeti sunma noktasında platformlar arasında kıyasıya bir rekabetin bulunduğu, YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı modele geçtiği Haziran 2023 öncesi dönemde kurye hizmeti sunduğu restoran oranının diğer platformlara kıyasla oldukça düşük olduğu, ilerleyen dönemde YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmeti sunduğu restoran oranının artmasına rağmen diğer platformların restoranlara kurye hizmeti sunma oranında herhangi bir azalış yaşanmadığı, aksine restoranların kurye hizmeti alma oranında her platform bakımından artış gerçekleştiği, restoranların YEMEK SEPETİ'nin yanı sıra diğer platformlardan da kurye hizmeti almaya devam ettiği tespit edilmiştir.
- (495) Bu itibarla YEMEK SEPETİ'nin de önceleri sadece yemek siparişlerinin alınmasına aracılık ederken, zamanla kendi kuryeleri ile teslimat modelini hayata geçirmesi, pazaraki rekabetçi yapı güçlendikçe bu alanı geliştirmek için çalışmalar yürütmesi ve platform teslimatlı iş modelini hayata geçirmek istemesi makul görünmektedir. Soruşturma döneminde yapılan analizlerden de görüldüğü üzere, TRENDYOL YEMEK pazara girdiğinden beri YEMEK SEPETİ düzenli olarak pazar payı kaybetmektedir. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ'nin, TRENDYOL YEMEK ile rekabet edebilmek için rakibi ile aynı şekilde platform teslimatlı hizmet modelini hayata geçirmesi bir gereklilik olarak ele alınabilecektir.
- (496) Ayrıca, platformun kurye hizmetinin kullanılması noktasında bütün restoranlara yönelik bir zorlama olmadığı, belirli şartların sağlanması halinde OD teslimatlı modelden çıkma imkânının bulunduğu ve halihazırda VD teslimatlı modelle çalışmaya devam eden veya platforma yeni üye olurken VD teslimatlı modeli tercih edebilen restoranların bulunduğu, restoranların alternatif platformlar ile çalışma ihtimallerinin ve güdülerinin olduğu hususlarından hareketle, ilgili şartların amacının ötesine geçmeme noktasında orantılı olduğu değerlendirilmiştir.
- (497) Diğer taraftan soruşturma kapsamında OD teslimatlı model ve VD teslimatlı model kapsamında sunulan hizmet kalitesi karşılaştırılmış ve OD teslimatlı modelin VD teslimatlı modele kıyasla daha fazla tüketici faydası yarattığı, nitekim platform teslimatlı modelin ortalama ve minimum teslimat süreleri bakımından restoran teslimatlı modelden daha hızlı olduğu ve daha az tüketici şikâyeti aldığı çeşitli verilerle ortaya koyulmuştur. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ'nin tüketici refahına hizmet ettiği yönündeki savunmalarının kabul edilebilir olduğu değerlendirilmektedir.

I.6.4.2.4.4. Kural Setine İlişkin Savunmalar

(498) Savunmada;

- Kural setlerinin hayata geçirilmesindeki tek sebebin 6563 sayılı Kanun kapsamındaki yükümlülüklerle uymak olduğu, kural setlerinin objektif, makul ve şeffaf olduğu, YEMEK SEPETİ'nin kural setleri ile objektif kriterler içerisinde sürdürülebilir bir iş modeli yaratmaya çalıştığı,
- OD teslimat modeliyle çalışan restoranların somut ve rasyonel gerekçelere dayanmadan ve modelin faydalarını görebilecekleri ya da karşılaşılan sorunların giderilme imkânı bulunabileceği süreyi beklemeden VD teslimat modeline geçmesinin YEMEK SEPETİ'nin iş modeli değişikliği önünde bir engel teşkil edeceği dolayısıyla YEMEK SEPETİ'nin söz konusu kural setlerine ihtiyaç duyulduğu

ifade edilmektedir.

- (499) Soruşturma sürecinde elde edilen bilgiler doğrultusunda savunmada yer verilen beyanlara benzer şekilde, YEMEK SEPETİ'nin KURAL SETİ oluşturma ihtiyacının temelinde, restoranların faaliyetlerine OD teslimat modeli ile devam etmek istememesinin ve kısa süre içerisinde teslimat modeli değişikliği talep etmesinin yattığı kanaatine ulaşılmıştır. Akabinde YEMEK SEPETİ'nin, OD teslimat modeli kullanma politikasının restoranlara zorunlu olarak uygulanmaya çalışılmasıyla artan şikâyetleri bertaraf etmek ve 6563 sayılı Kanun ile E-Ticaret Yönetmeliği kapsamındaki yükümlülüklerini yerine getirmek adına restoranların OD teslimat modelinden çıkışını 19.01.2024 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren bir KURAL SETİ'ne bağladığı ve KURAL SETİ'ne uymayan restoranların teslimat modeli değişikliği taleplerini olumsuz olarak değerlendirdiği anlaşılmıştır.
- (500) Diğer taraftan, KURAL SETİ kapsamında getirilen şartların haksız olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceği irdelenmiş ve her ne kadar restoranların KURAL SETİ'ni makul bulmadıkları görülse de; platformun kurye hizmetinin kullanılması noktasında bütün restoranlara yönelik bir zorlama olmadığı, belirli şartların sağlanması halinde OD teslimat modelinden çıkma imkânının bulunduğu ve hala VD teslimatlı modelle çalışmaya devam eden veya platforma yeni üye olurken VD teslimatlı modeli tercih edebilen restoranların bulunduğu ve ilgili şartlara restoranlarla yapılan sözleşmelerde yer verilerek şeffaflığın sağlandığı sonucuna varılmıştır.
- (501) Diğer savunmalarda ise, YEMEK SEPETİ'nin genel itibarıyla dosya kapsamında yer verilen tespit ve değerlendirmelere iştirak edildiği, ulaşılan kanaatin aksi yönünde bir beyanda bulunulmadığı görülmüştür. Bununla birlikte, savunmada yer alan “... Yemek Sepeti'nin üye işyerleri ile arasındaki sözleşme koşulları 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (“6563 sayılı Kanun”) kapsamına girmektedir. İlgili Kanun'un temel amacının üye işyerlerinin menfaatlerini gözetmek olduğu dikkate alındığında, üye işyerlerinin rekabet hukuku kuralları ile korunmaya muhtaç ilave bir menfaati olmadığı görülmektedir.” ifadesine yer verildiği görülmektedir. Bu noktada, dosya kapsamında YEMEK SEPETİ'nin restoranlara yönelik uyguladığı sözleşmesel şartların haksız ticari uygulamalar kapsamında ele alınmasına ilişkin yer verilen değerlendirmelere değinilmesinde yarar görülmüştür.
- (502) Dosya kapsamında YEMEK SEPETİ'nin dosya konusu eylemlerinin platform ile restoran arasındaki ilişkiyi düzenleyen bir şarta ilişkin olduğu dikkate alınmış ve söz konusu davranışlar haksız ticari uygulamalar kapsamında değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, YEMEK SEPETİ'nin haksız sözleşme şartları uygulamak suretiyle 4054

sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak ilgili bölümlerde de belirtildiği üzere restoranların meşru çıkarlarına zarar veren ticari uygulamalara diğer yasal düzenlemeler ve sektöre özgü regülasyonlar kapsamında müdahale imkânı söz konusu olsa da bu tür davranışların pazar gücünden kaynaklanması halinde pazardaki rekabeti bozma ihtimali ortaya çıkmakta ve bahse konu davranışları engellemek amacıyla rekabet hukuku düzenlemeleri etkin bir araç işlevi görebilmektedir.

- (503) Farklı hukuk disiplinleri çerçevesinde değerlendirilebilecek haksız sözleşme şartlarının, özellikle hâkim durumdaki bir teşebbüs tarafından daha zayıf iş ortaklarını kendine bağımlı kılmak ve böylece onların alternatiflere geçme olasılıklarını sınırlamak amacıyla sistematik olarak uygulanması halinde rekabet hukuku kapsamında incelenmesi mümkündür. Nitekim Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın 102. maddesi kapsamında hâkim durumdaki teşebbüslerce kullanıcılara doğrudan veya dolaylı olarak dayatılmaları yasaklanan haksız sözleşme şartlarının uygulanmasının literatürde sömürücü kötüye kullanmalara yönelik yapılan sınıflandırmalar içinde ele alındığı belirtilmelidir. Dolayısıyla, YEMEK SEPETİ tarafından üye işyerlerine uygulanan sözleşme şartlarının 6563 sayılı Kanun kapsamına girdiği ve üye işyerlerinin menfaatinin gözetilmesinin anılan Kanun'un temel amacı olup rekabet hukuku kuralları ile korunmaya muhtaç ilave bir menfaatin bulunmadığına yönelik yapılan savunmaya katılmak mümkün görünmemektedir.

I.6.5. Genel Değerlendirme

- (504) Dosya kapsamında temel olarak; YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti kapsamında platformuna üye restoranları YEMEK SEPETİ kurye sistemini kullanmalarını zorunlu tutmak ve böylelikle üye restoranların faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği yönündeki iddialar incelenmiştir.
- (505) İlk olarak, YEMEK SEPETİ'nin bağlama uygulamasının teşebbüsün tek taraflı bir davranışı olması ve irade uyuşmasından söz edilememesi nedeniyle Kurulun geçmiş tarihli kararları da dikkate alınarak dosya konusu davranışların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ele alınamayacağı değerlendirilmiştir.
- (506) Akabinde, YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumu analiz edilmiş; bu kapsamda platform üzerinden gerçekleşen sipariş adetleri, sipariş tutarları, komisyon gelirleri, aktif kullanıcı sayısı, anlaşmalı restoran sayısı, anlaşmalı zincir restoran sayısı temeline dayanan bir pazar payı analizi yapılmıştır. Yapılan değerlendirmelerde pazar gücünü analiz etmeye yönelik gerçekleştirilen bu geleneksel yaklaşımının yanı sıra, ağ etkileri, veri sahipliği, marka bilinirliği, finansal güç ve ekosistem gücü gibi parametreler de dikkate alınmıştır. Gerçekleştirilen analizler neticesinde;
- YEMEK SEPETİ'nin birçok parametreye göre hesaplanan pazar payı bakımından lider konumunu devam ettirdiği ve pazarda önemli bir güce sahip olduğu, bununla birlikte YEMEK SEPETİ'nin özellikle TRENDYOL YEMEK ve GETİR YEMEK'in pazara girişiyle tekel konumundaki pazar payını yıllar itibarıyla kaybettiği, pazar payının 2024 yılına kadar mütemadiyen azalış seyri izlediği, 2024 yılı bakımından bir miktar artış olsa da en yakın rakibi TRENDYOL YEMEK ile arasındaki pazar payı farkının en önemli parametre olan sipariş adedi bakımından 2023 yılında % (.....) ve 2024 yılında % (.....) olarak gerçekleştiği, bazı parametreler bakımından TRENDYOL YEMEK'in YEMEK SEPETİ'ni geride bıraktığı ve YEMEK SEPETİ'nin pazar payının ve pazardaki gücünün istikrarlı bir görünüm sergilemediği,

- Son beş yıl içerisinde pazara giriş yapmış oyuncuların pazardaki rekabete katılabildiği ve pazardaki ikinci ve üçüncü oyuncular olarak faaliyet gösterebildiği, ikinci oyuncunun (TRENDYOL YEMEK) bazı parametreler bakımından YEMEK SEPETİ'ni geride bırakabildiği, diğer bir oyuncunun da (MİGROS YEMEK) pazardaki üç büyük oyuncunun varlığına rağmen pazar payını artırabildiği dikkate alındığında 2021 yılından itibaren pazardaki diğer oyuncuların YEMEK SEPETİ üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturabildiği ve pazar yapısının değişmeye başladığı,
- YEMEK SEPETİ ile çalışan anlaşmalı restoranların GETİR YEMEK, TRENDYOL YEMEK ve MİGROS YEMEK gibi pazardaki diğer güçlü oyuncularla da anlaşmalı olarak faaliyet gösterdiği, restoranların ilgili platformlarda ciddi oranlarda satış gerçekleştirdikleri, ilgili pazarda çoklu erişim imkânının olduğu, YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı olduğu zincir restoranların ve en büyük 30 restoranın sipariş adedi ve sipariş tutarının toplam sipariş adedi ve toplam sipariş tutarı içerisindeki payını 2019-2024 dönemi boyunca istikrarlı bir şekilde artırdığı, platformların neredeyse yarı hacmine işaret eden siparişlerin her platformda bulunduğu, YEMEK SEPETİ komisyon oranlarını arttırdığında restoranların ikame olarak diğer teşebbüsler üzerinden sipariş alabilmelerinin mümkün olduğu ve anket sonuçlarına göre kritik bir bölümünün YEMEK SEPETİ ile çalışmaya son vereceğinin anlaşıldığı dikkate alındığında restoranların YEMEK SEPETİ üzerinde alıcı gücünün bulunduğu

hususları vurgulanarak YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olmadığı değerlendirilmiştir.

- (507) Sonrasında ise her ne kadar çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren YEMEK SEPETİ'nin ilgili pazarda hâkim durumda olmadığı tespit edilse de bütünlüğü sağlamak adına, YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olduğu varsayımı altında, dosya konusu eylemlerinin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında sömürücü ve dışlayıcı etkilere neden olup olmayacağı değerlendirilmiştir. Bu çerçevede ilgili davranışın çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ve çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri pazarları bakımından dışlayıcı herhangi bir etkiye yol açıp açmadığı hususu bağlama teorisi altında, YEMEK SEPETİ'nin asimetrik pazar gücünü ticari kullanıcılar olan restoranlara tek taraflı belirli uygulamalar/koşullar dikte etmesi şeklindeki davranışları ise haksız ticari uygulamalar kapsamında incelenmiştir.
- (508) YEMEK SEPETİ'nin dosya konusu davranışları ilk olarak, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bağlama teorisi altında incelenmiştir. Bu kapsamda çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerinin iki ayrı ilgili ürün pazarına ait iki farklı ürünü oluşturduğu ve iki ayrı ürün şartının sağlandığı değerlendirilmiştir. Akabinde gerek bazı restoranların platforma üye olma sürecinde gerekse bir kere OD teslimat modeli ile faaliyete başlayan veya OD teslimat modeline geçişi kabul edilen restoranların ilgili hizmetten ayrılmaları sürecinde iki hizmeti birlikte satın almaya zorlandığı ancak yeknesak bir uygulama olmadığı ve hem platforma üye olurken VD teslimat modeli ile hizmete başlayabilen restoranların varlığı hem de belirli şartları sağlayan restoranların OD teslimat modelinden çıkabilmesi hususları dikkate alındığında iki hizmetin birlikte satın alınmaya zorlanması unsurunun muğlak olduğu değerlendirilmiştir.
- (509) Her durumda, ilgili davranışın bağlama teşkil ettiği varsayımı altında, YEMEK SEPETİ'nin ilgili uygulamasının rekabet karşıtı herhangi bir etkiye yol açıp açmadığı hususu hem çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri hem de çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri pazarı bakımından incelenmiştir.

- (510) İncelenen dönemde, sipariş adetleri bakımından YEMEK SEPETİ'nin rakipleri konumundaki TRENDYOL YEMEK'in pazar payında herhangi bir düşüş olmadığı, GETİR YEMEK'in payındaki düşüşün farklı değişkenlere bağlı olduğu, pazara oldukça geç bir tarihte giriş yapan MİGROS YEMEK'in pazar payının istikrarlı bir şekilde artış göstermeye devam ettiği; pazarda faaliyet gösteren tüm teşebbüslerin anlaşmalı restoran sayısını artırdığı ve mevcut durumda TRENDYOL YEMEK'in YEMEK SEPETİ'ni ilgili parametre bakımından geride bıraktığı ve anket sonuçları dikkate alındığında, gerçekleştirilen incelemeler neticesinde YEMEK SEPETİ'nin dosya konusu bağlama uygulamasının çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren rakipleri üzerinde dışlayıcı herhangi bir rekabet karşıtı etkiye yol açmadığı değerlendirilmiştir.
- (511) İlaveten, incelenen dönemde pazarda faaliyet gösteren tüm teşebbüslerin kurye hizmeti kullanan anlaşmalı restoran sayısını ve oranını artırdığı, mevcut durumda kurye hizmeti kullanan anlaşmalı restoran sayısı bakımından TRENDYOL YEMEK'in YEMEK SEPETİ'ni geride bıraktığı, platform teslimatlı sipariş adetlerinin de benzer şekilde pazardaki tüm teşebbüsler bakımından artış eğiliminde olduğu ve dosya konusu bağlama davranışının çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri pazarında YEMEK SEPETİ'nin rakipleri bakımından dışlayıcı herhangi bir etkiye neden olmadığı değerlendirilmiştir. Ayrıca, hem platformlar ile anlaşmalı olarak çalışan esnaf kuryelerin (mesai saatleri dışında) hem de üçüncü taraf kurye firmalarının hiçbir platform ile münhasır çalışmadığı, işbu soruşturma sürecinde YEMEK SEPETİ'nin de bu yönde herhangi bir davranışına ilişkin belge veya bulguya ulaşılmadığı, YEMEK SEPETİ de dâhil olmak üzere ilgili pazarda faaliyet gösteren platformların gerek üçüncü taraf kurye hizmeti sağlayan teşebbüsler gerekse de esnaf kuryelere istihdam sağladığı dikkate alındığında çevrim içi yemek siparişi-servisine yönelik kurye hizmetleri pazarında üçüncü taraf teşebbüsler nezdinde de dışlayıcı bir etkinin ortaya çıkmasının mümkün olmadığı sonucuna varılmıştır.
- (512) Dolayısıyla, YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerini bağlamak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığına yönelik bir sonuca ulaşılamadığı değerlendirilmiştir.
- (513) Bağlama davranışına ilişkin değerlendirmelere ek olarak, YEMEK SEPETİ'nin dosya konusu davranışları, platform ile restoran arasındaki ilişkiyi düzenleyen bir şarta ilişkin olduğundan haksız sözleşme şartları kapsamında da değerlendirilmiştir. Haksız sözleşme şartlarının, pazarda birden fazla oyuncunun bulunduğu, kullanıcıların teşebbüsler arasında seçim yapabildikleri ve bu şekilde sözleşme koşulları üzerinde müzakere edilmesinin mümkün olduğu pazarlar bakımından pazarın normal işleyişinde uzun zaman zarfında uygulanmasının olası görünmemesi ve daha ziyade pazara girişin zor olduğu, büyüme engelleri olan, tekel durumunda olan teşebbüslerin faaliyet gösterdiği pazarlarda bu tarz şartların uygulanmasının mümkün olmasından hareketle uygulamanın gerçekleştiği çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarının koşulları analiz edilmiştir. Bu doğrultuda, YEMEK SEPETİ'nin restoranlar nezdinde vazgeçilmez bir ticari ortak konumunda bulunmadığı, pazarın yarısından fazlasının YEMEK SEPETİ dışındaki oyuncularca temsil edildiği, YEMEK SEPETİ tarafından herhangi bir haksız şartın dayatılması durumunda restoranların alternatif platformları tercih etme imkânının ve güdüsünün bulunduğu ve dolayısıyla YEMEK SEPETİ'nin restoranlara uzun vadede haksız şartlar dayatma imkânının bulunmadığı sonucuna varılmıştır.
- (514) Her ne kadar YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olmadığı ve böyle bir durumda restoranlara uzun vadede

haksız sözleşme şartları dayatmasının söz konusu olmayacağı sonucuna ulaşılmış olsa da dosya konusu iddialar bakımından, YEMEK SEPETİ'nin kurye hizmeti kapsamında getirdiği şartların haksız olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceği de ayrıca incelenmiştir. Bu kapsamda söz konusu uygulamanın amacı, gerekliliği, pazarda doğurduğu etkiler ve orantılı olup olmadığı değerlendirilmiştir.

- (515) Sektör oyuncularından edinilen bilgi ve belgeler ile dosya kapsamında gerçekleştirilen ankete katılan restoranların görüşleri birlikte değerlendirildiğinde, YEMEK SEPETİ'nin platform teslimatlı model kapsamında getirdiği şartların, değişen pazar yapısına uyum sağlama ve rakiplerinin ölçeğine ulaşmak suretiyle pazarda rekabet edebilme amacını taşıdığı anlaşılmıştır. Pazarda teslimat hizmeti sunan tüm platformların restoranlara kurye hizmeti sunma oranının oldukça yüksek olduğu ve restoranların platformlardan kurye hizmeti almayı sıklıkla tercih ettiği, bununla birlikte incelenen dönemde YEMEK SEPETİ'nin teslimat hizmetini kullanan restoran sayısının ve oranının artmasına karşın restoranların rakip platformlardan teslimat hizmeti alma oranının azalmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca platform teslimatlı modelin restoran teslimatlı modele kıyasla daha fazla tüketici faydası yarattığı, nitekim platform teslimatlı modelin ortalama ve minimum teslimat süreleri bakımından restoran teslimatlı modelden daha hızlı olduğu ve daha az tüketici şikâyeti aldığı çeşitli verilerle ortaya koyulmuştur. Platformun kurye hizmetinin kullanılması noktasında bütün restoranlara yönelik bir zorlama olmadığı, belirli şartların sağlanması halinde platform teslimatlı modelden çıkma imkânının bulunduğu ve hala restoran teslimatlı modelle çalışmaya devam eden veya platforma yeni üye olurken restoran teslimatlı modeli tercih edebilen restoranların bulunduğu ve ilgili şartlara restoranlarla yapılan sözleşmelerde yer verilerek şeffaflığın sağlandığı sonucuna varılmıştır.
- (516) Diğer yandan, YEMEK SEPETİ tarafından uygulanan şartların, restoranların platformdan kurye hizmeti alıp almama noktasında ticari karar verme özgürlüklerini sınırladığı ve bu kapsamda hakkaniyetli olmadığı, her ne kadar platform teslimatlı modelden restoran teslimatlı modele geçmek isteyen ve geçişi sağlanan restoranlar bulunsun da geçiş talepleri kabul edilmeyen restoranların oranının çok daha yüksek olduğu, restoranların ilgili uygulamadan memnun olmadığı ve şikayetlerinin devam ettiği görülmektedir.
- (517) Bu doğrultuda, sömürücü olarak sınıflandırılan şartların ticari kullanıcılar açısından potansiyel olarak dezavantajlı olmasının veya onları aşırı bir külfet altına sokmasının her durumda rekabet hukuku kapsamında endişe doğurmayacağı, haksız olarak nitelendirilebilecek şartların özellikle hâkim durumdaki bir teşebbüs tarafından daha zayıf iş ortaklarını kendine bağımlı kılmak ve böylece onların alternatiflere geçme olasılıklarını sınırlamak amacıyla sistematik olarak uygulandığında rekabet hukuku kapsamında ele alınabileceği, restoranların meşru çıkarlarına zarar veren ticari uygulamalara diğer yasal düzenlemeler ve sektöre özgü regülasyonlar kapsamında müdahale imkânının mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- (518) Dolayısıyla, YEMEK SEPETİ'nin restoranlara kurye hizmetine yönelik haksız sözleşme şartları dayatmak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığına yönelik bir sonuca ulaşılmadığı değerlendirilmiştir.
- (519) Tüm bu aktarılan hususlar ışığında, YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olmadığı, söz konusu pazarda hâkim durumda olduğu varsayımında dahi, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri ile kurye hizmetlerini bağlamak ve restoranlara haksız sözleşme şartları dayatmak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullanmasının söz konusu olmadığı, bu

yönüyle YEMEK SEPETİ'nin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediği sonuç ve kanaatine ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

(520) 07.03.2024 tarihli ve 24-12/211- M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre,

- Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda AŞ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olmadığına,
- Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda AŞ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti kapsamında kendi kurye hizmetini zorunlu tutmak ve üye işletmelerin faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal etmediğine ve dolayısıyla aynı Kanun'un 16. maddesi uyarınca adı geçen teşebbüse idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına

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