

Nur Duygu Bozkurt

**ONLINE TİCARETTE
EN İYİ FİYAT GARANTİSİ YOLUYLA
REKABET İHLALİ**

onikilevha
TİCARET SİSTEMİ

İÇİNDEKİLER

| | |
|--------------------------|-----|
| ÖNSÖZ | VII |
| KISALTMALAR LİSTESİ..... | XV |
| GİRİŞ..... | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM EN İYİ FİYAT GARANTİSİ UYGULAMALARI VE ONLINE PAZARDA ETKİLERİ

| | |
|--|----|
| 1.1.Konunun Önemi..... | 3 |
| 1.1.1. Online Ticaret Kanalları | 3 |
| 1.1.2. Platformların Genel Özellikleri ve Online Ticaret Kanalı Olarak Platformların İki Taraflı Pazar Yapısı ve Ağ Etkisi..... | 4 |
| 1.1.2.1. Platformların Genel Özellikleri..... | 4 |
| 1.1.2.2. İki Taraflı Pazar Kavramı ve Bu Pazarların Özellikleri..... | 6 |
| 1.1.2.3. Ağ Etkisi..... | 7 |
| 1.1.2.3.1. Doğrudan Ağ Etkisi..... | 10 |
| 1.1.2.3.1.1. Pozitif Doğrudan Ağ Etkisi..... | 10 |
| 1.1.2.3.1.2. Negatif Doğrudan Ağ Etkisi | 11 |
| 1.1.2.3.2. Dolaylı Ağ Etkisi | 11 |
| 1.1.2.3.2.1. Kullanım Ağ Etkisi | 12 |
| 1.1.2.3.2.2. Üyelik Ağ Etkisi | 13 |
| 1.1.2.4. İlgili Ürün Pazarı Tanımı | 14 |
| 1.2.En İyi Fiyat Garantisi Türleri | 16 |
| 1.2.1. EKM Koşulunun Tanımı | 16 |
| 1.2.2. EKM Koşulunun Türü Olarak “En İyi Fiyat Garantisi” | 17 |

| | |
|---|----|
| 1.2.3. Etki Ettiği Kişi Bakımından EKM Koşulu Türleri | 21 |
| 1.2.3.1. Dar EKM koşulu | 21 |
| 1.2.3.2. Geniş EKM koşulu | 22 |
| 1.2.3.3. EKM + koşulu..... | 22 |
| 1.2.4. Satış Seviyesi Bakımından EKM Koşulları..... | 23 |
| 1.2.4.1. Perakende seviyesi EKM koşulları (Online ticarette platform EKM koşulları) | 23 |
| 1.2.4.2. Toptan seviye EKM koşulları | 24 |
| 1.2.5. Etki Ettiği Zaman Bakımından EKM Koşulları..... | 25 |
| 1.2.5.1. Eş zamanlı EKM koşulu..... | 25 |
| 1.2.5.2. Geriye etkili (geriye dönük) EKM koşulu | 26 |
| 1.2.6. Taahhüdün Niteliği Bakımından EKM Koşulları | 26 |
| 1.2.6.1. Eş EKM koşulu | 26 |
| 1.2.6.2. İmtiyazlı EKM koşulu | 27 |
| 1.3. Geleneksel Pazarlar ile Online Pazarlardaki En İyi Fiyat Uygulamaları Karşılaştırmaları..... | 27 |
| 1.4. Online Ticarette EKM Koşulları ve Rekabet Otoritelerinin Güncel Raporları ve Konuya Dair Bakış Açıları | 30 |
| 1.4.1. Türk Hukuku Bakımından Güncel Çalışmalar..... | 30 |
| 1.4.2. Uluslararası Rekabet Otoritelerinin Güncel Çalışmaları | 34 |
| 1.4.3. Uluslararası Rekabet Otoritelerinin EKM Türlerine Yaklaşımı.. | 39 |
| 1.4.3.1. İsveç Rekabet Otoritesi'nin görüşü..... | 40 |
| 1.4.3.2. Fransız ve İtalyan Rekabet Otoriteleri..... | 41 |
| 1.4.3.3. Alman Rekabet Otoritesi'nin görüşü ve Konaklama Tesisi Rezervasyonu Platformları Kararları | 42 |
| 1.4.3.4. İngiliz Rekabet Otoritesi'nin görüşü ve Fiyat Karşılaştırma Siteleri Kararı | 45 |
| 1.4.3.5. Değerlendirme..... | 46 |
| 1.5. Online Pazarlarda En İyi Fiyat Uygulamalarının Olumlu ve Olumsuz Etkileri | 46 |
| 1.5.1. Konuya Dair Genel Bakış Açısı | 46 |

| | |
|--|----|
| 1.5.2. Online pazarlarda EKM şartının piyasalarda oluşturabileceği olumsuz etkiler | 47 |
| 1.5.2.1. Piyasadaki fiyat rekabetinin azalmasına yol açması ve bu doğrultuda perakende fiyatların artması..... | 48 |
| 1.5.2.2. Pazarda fiyat katılığı oluşması ve rekabet karşıtı işbirliğinin kolaylaştırılması | 55 |
| 1.5.2.3. EKM kullanımının piyasaya yayılma olasılığının artması.. | 57 |
| 1.5.2.4. Piyasada yoğunlaşma meydana gelebilmesi | 60 |
| 1.5.2.5. Piyasada yeniden satış fiyatının tespitine yönelik uygulamaların artması | 62 |
| 1.5.3. Dar EKM Uygulamalarının Potansiyel Olumsuz Etkilerinin Ayrıca Değerlendirilmesi..... | 63 |
| 1.5.3.1. Dar EKM koşulunun geniş EKM koşuluna benzer etkiler doğurması..... | 64 |
| 1.5.3.2. Dar EKM uygulamalarının doğrudan satış kanalındaki rekabetçi baskıyı azaltarak sömürücü uygulama teşkil etmesi | 67 |
| 1.5.3.3. Platformu kullanmayı tercih etmeyen tüketicinin, aslında kullanmadığı ve fayda sağlamadığı bir değer sebebiyle normal şartlarda ödeyeceğinden fazladan ödeme yapması ve dar EKM koşulunun varlığı nedeniyle, platformu kullanmayan sağlayıcının tüketicinin seçeneklerini azaltması | 69 |
| 1.5.4. Online pazarlarda EKM şartının piyasalarda oluşturabileceği olumlu etkiler | 70 |
| 1.5.4.1. Fiyat seviyesinin düşmesine sebep olması | 71 |
| 1.5.4.2. Bedavacılık sorununun çözülmesine yol açması..... | 71 |
| 1.5.4.3. Ticari ilişkiye özgü yatırım yapılmasının teşvik edilmesi.. | 74 |
| 1.5.4.4. İşlem maliyetlerinin azalmasına sebep olması..... | 75 |

İKİNCİ BÖLÜM
EN İYİ FİYAT GARANTİSİYLE REKABETİ
SINIRLANDIRAN HALLER VE MUAFİYET
BAKIMINDAN DEĞERLENDİRME

| | |
|--|-----|
| 2.1. Yasal Dayanak..... | 77 |
| 2.1.1. Türk Hukukunda Yasal Dayanak | 77 |
| 2.1.2. AB Hukukunda Yasal Dayanak..... | 78 |
| 2.2. En İyi Fiyat Garantisiyle Rekabeti Sınırlandıran Haller | 82 |
| 2.2.1. Yatay Anlaşmalarda En İyi Fiyat Uygulamaları | 84 |
| 2.2.1.1. Yatay Anlaşmaların Online Pazarda Görünümü | 84 |
| 2.2.1.2. Yatay Anlaşmalar ile En İyi Fiyat Uygulamaları Arasındaki Bağlantı | 86 |
| 2.2.1.3. Yatay Anlaşmalar Hakkında Önemli Bir Karar: U.S. v. Apple Davası..... | 89 |
| 2.2.1.4. Yatay Anlaşmalardaki Sınırlamaların Alt Pazarlara ve Diğer Pazarlara Etkisi..... | 92 |
| 2.2.2. Dikey Anlaşmalarda En İyi Fiyat Uygulamaları..... | 95 |
| 2.2.2.1. Dikey Anlaşmalar Hakkında Verilen Önemli Kararların Değerlendirilmesi | 96 |
| 2.2.2.1.1. Booking.com Kararı | 96 |
| 2.2.2.1.2. Seyahat Acenteleri Kararı..... | 98 |
| 2.2.2.1.3. Kitapyurdu Kararı..... | 100 |
| 2.2.2.1.4. Hepsiburada Kararı | 101 |
| 2.2.3. Uyumlu Eylemler Yoluyla En İyi Fiyat Uygulamaları..... | 103 |
| 2.2.3.1. Uyumlu Eylem Kavramı | 103 |
| 2.2.3.2. Uyumlu Eylem Kavramının En Çok Kayrılan Müşteri Koşulu ile Bağlantısı | 107 |
| 2.2.3.3. Uyumlu Eylem Bakımından Önemli Kararların Değerlendirilmesi..... | 110 |
| 2.2.3.3.1. Ethyl45 Kararı | 110 |

| | |
|---|-----|
| 2.2.3.3.2. E-Kitap (E-Books) Kararının Uyumlu Eylem Bakımından Değerlendirilmesi | 111 |
| 2.2.4. Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Yoluyla En İyi Fiyat Uygulamaları | 114 |
| 2.2.4.1. Kavram olarak Hakim Durumun Kötüye Kullanılması... .. | 114 |
| 2.2.4.2. Hakim Durumun Kötüye Kullanılması ile EKM Uygulamaları Arasındaki Bağlantı | 115 |
| 2.2.4.3. AB ve Türkiye'deki EKM Uygulamalarının Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halleri Bakımından Değerlendirilmesi..... | 116 |
| 2.2.4.4. Hakim Durum ile EKM Uygulamalarının Birlikte Ele Alındığı Önemli Kararların Değerlendirilmesi | 118 |
| 2.2.4.4.1. Yemek Sepeti Kararı | 118 |
| 2.2.4.4.2. Güncel Yemek Sepeti Kararı..... | 119 |
| 2.3. Muafiyet Bakımından En İyi Fiyat Garantisi Hükümlerinin Değerlendirilmesi..... | 120 |
| 2.3.1. Grup Muafiyeti..... | 121 |
| 2.3.1.1. Türk Hukukunda Grup Muafiyeti Düzenlemesi..... | 121 |
| 2.3.1.2. Hakim Durumdaki Teşebbüsler Bakımından Grup Muafiyeti Değerlendirmesi Nasıl Yapılmalıdır? | 121 |
| 2.3.1.3. 2002/2 sayılı Tebliğ ve VBER'in Grup Muafiyeti ve EKM koşulu Bağlantısı Açısından İncelenmesi | 122 |
| 2.3.1.3.1. 2002/2 sayılı Tebliğ Bakımından Değerlendirme.. | 122 |
| 2.3.1.3.2. VBER Bakımından Değerlendirme..... | 125 |
| 2.3.1.4. EKM uygulamaları, alıcının yeniden satış fiyatına bir müdahale olarak değerlendirilebilir mi? | 130 |
| 2.3.1.5. EKM uygulamaları, alıcının asgari satış fiyatına bir müdahale olarak değerlendirilebilir mi? | 131 |
| 2.3.1.6. Grup Muafiyeti Bakımından Önemli Kararların İncelenmesi..... | 132 |
| 2.3.1.6.1. Trendyol Kararı | 132 |
| 2.3.1.6.2. Getir Yemek Kararı..... | 134 |

| | |
|---|-----|
| 2.3.1.6.3. Seyahat Acenteleri Kararı..... | 136 |
| 2.3.1.6.4. Kitapyurdu Kararı..... | 137 |
| 2.3.1.6.5. Hespiburada Kararı | 137 |
| 2.3.2. Bireysel Muafiyet | 138 |
| 2.3.2.1. Bireysel Muafiyet için Aranan 4 Şart | 138 |
| 2.3.2.1.1. Rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaların, malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin, ekonomik veya teknik gelişmelerin sağlanması | 138 |
| 2.3.2.1.2. Tüketici faydasını beraberinde getirmesi | 141 |
| 2.3.2.1.3. İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin tesis edilmesi..... | 142 |
| 2.3.2.1.4. Rekabeti zorunlu olandan fazla sınırlanmaması..... | 144 |
| 2.3.2.2. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz uyarınca Bireysel Muafiyet Değerlendirilmesinde EKM Koşulları Bakımından Özellikle Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar | 145 |
| 2.3.2.3. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesinde Önemli Rekabet Kurulu Kararları | 147 |
| 2.3.2.3.1. Hopi/Migros Kararı | 147 |
| 2.3.2.3.2. Booking.com kararının Bireysel Muafiyet Şartları Bakımından Değerlendirilmesi..... | 149 |
| SONUÇ | 153 |
| KAYNAKÇA..... | 161 |