Dijital Pazarda Algoritmik Rekabet İhlalleri

I. Dijitalleşme ve Algoritmaların Rolü

Günümüzde dijitalleşmenin hızla artmasıyla birlikte, rekabet hukuku artık yalnızca geleneksel piyasa dinamikleriyle sınırlı kalmamakta, dijital ekonominin temel unsurlarından biri hâline gelen algoritmaların piyasa üzerindeki etkilerini de kapsamaktadır.

Algoritma, belirli bir problemi çözmek veya belirli bir amaca ulaşmak için adım adım tasarlanmış ve belirli girdiler üzerinden sistematik bir işlem süreci yürüterek çıktılar üreten, yani karar almayı otomatikleştiren dijital bir araçtır. Algoritmalar veri izleme ve toplama, kişiselleştirme ve tüketici verilerine dayalı işlemler ile fiyatlandırma gibi farklı kategorilerde çalışabilmektedir. Rekabet hukuku bağlamında ise fiyatlandırma, sıralama, veri analizi veya kişiselleştirilmiş öneri sistemleri aracılığıyla teşebbüslerin piyasa davranışlarını şekillendirme gücüne sahiptir. Bu durum, özellikle büyük dijital platformların sahip oldukları veri gücüyle birleştiğinde, algoritmaların rekabeti kısıtlayıcı biçimde kullanılması riskini artırmaktadır.

Bu kapsamda algoritmik rekabet ihlalleri, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesinde düzenlenen rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar ve 6. maddesinde yer alan hâkim durumun kötüye kullanılması yasağı kapsamında değerlendirilen yeni nesil rekabet sorunlarının merkezine yerleşmiştir. Bu çerçevede Rekabet Kurulu, özellikle dijital pazarlarda algoritmaların rekabet üzerindeki etkilerini mercek altına almaktadır.

II. Türkiye'deki İhlal Örnekleri

Türkiye'nin önde gelen online alışveriş platformu Trendyol'un kendi perakende faaliyetinde yer alan özel markalı ürünlerine haksız avantaj sağlamak amacıyla algoritmalara ve kodlama sistemlerine müdahalede bulunduğunu tespit etmiştir. Trendyol'un, pazaryerinde satış yapan üçüncü taraf satıcıların verilerini kullanarak sıralama ve puanlama algoritmalarını manipüle ettiği, bu sayede kendi ürünlerinin rakip ürünlere kıyasla daha görünür ve avantajlı hale getirdiği; bu eylemlerinin rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş ve Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması sebebiyle Rekabet Kurulu tarafından 21-44/650-M sayılı kararı ile 61 milyon 342 bin TL idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir.

Rekabet Kurulu, Hepsiburada'nın çok kategorili e-pazaryeri pazarında sunduğu otomatik fiyatlandırma mekanizmasının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğini incelemiştir. Mekanizmada yer alan "Buybox Fiyatına Eşitle" seçeneği, satıcının fiyatını kendi belirledikleri fiyat yerine platformdaki en avantajlı teklif fiyatına otomatik olarak ayarlamasını sağlayan bir işlev olup, satıcılar arasında dolaylı koordinasyon yaratma potansiyeline sahiptir.

Bu mekanizma aktifken, satıcıların fiyatları doğrudan bu referans fiyat üzerinden belirlendiği için, rekabetin zayıflamasına yol açabilmektedir. Soruşturma sürecinde Hepsiburada, fiyatların otomatik olarak eşitlenmesini önleyecek şekilde değişiklik yapmayı taahhüt etmiştir. Buna göre "Buybox Fiyatına Eşitle" seçeneği kaldırılacak, satıcılara yalnızca "Buybox Fiyatının Altında Kal" ve "Buybox Fiyatının Üstünde Kal" seçenekleri sunulacak şekilde düzenleme yapılacaktır.

Rekabet Kurulu 03.10.2024 tarihli ve 24-40/951-410 sayılı karar ile taahhütleri bağlayıcı kabul ederek soruşturmayı sona erdirmiştir.

III. Avrupa Birliği Düzenlemesi ve Örnekleri

Avrupa Birliği'nde algoritmik rekabet ihlalleri Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Antlaşma'nın

(TFEU) 101. ve 102. maddeleri kapsamında ele alınmaktadır. 101. madde üye devletler arasında teşebbüsler arası rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaları, kararları ve eylemleri yasaklarken, 102. madde üye devletler arasındaki ticareti etkilediği ölçüde, bir veya birden fazla teşebbüsün hâkim durumunu kötüye kullanmasını yasaklar.

Litvanya'da çevrim içi seyahat rezervasyon platformu olarak faaliyet gösteren Eturas, sisteme bağlı acentelere gönderdiği bir mesajla platform üzerinden yapılacak satışlarda indirim oranının %3'ü aşamayacağını bildirmiş ve bu sınırlamayı yazılım koduna entegre etmiştir. Bu algoritmik müdahale, tüm acentelerin fiyat indirimlerini otomatik olarak aynı seviyede sınırlandırmış ve rekabetin doğal işleyişini bozmuştur. Litvanya Rekabet Konseyi (LRKT), bu durumun rekabeti kısıtlayıcı uyumlu eylem teşkil ettiğine ve algoritmanın rakipler arasında zımni bir koordinasyonu kolaylaştırdığına karar vermiştir. ABAD, söz konusu davranışın TFEU'nun 101. maddesi kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini belirlemiş ve açık bir anlaşma olmasa dahi, teşebbüslerin bu uygulamayı bilerek sistemde kalmalarının örtülü katılım anlamına geldiğine hükmetmiştir. Bu karar, dijital ortamda gerçekleşen eylemlerin de klasik kartel yasakları kapsamında değerlendirilebileceğini ortaya koymuştur.

Birleşik Krallık Rekabet ve Pazar Otoritesi (CMA), Trod Ltd. ve GB Eye Ltd. adlı iki çevrim içi perakendecinin, Amazon Birleşik Krallık pazaryerinde satılan lisanslı poster ve çerçevelerde iyat rekabetini ortadan kaldıracak şekilde anlaştıklarını tespit etmiştir. Taraflar, birbirinin fiyatının altına satış yapmama kararını, otomatik fiyatlandırma (repricing) algoritmaları aracılığıyla uygulamıştır. Bu algoritmalar, rakiplerin fiyatlarını izleyip kendi fiyatlarını buna göre güncellemekte hatta şirketler algoritmalarını birbirlerinin fiyatlarını düşürmeyecek biçimde ayarlayarak sistemlerinde birbirlerini "ihmal listesine" eklemiş ve algoritmaların normalde uygulayacağı fiyat indirim mekanizmasını devre dışı bırakmıştır.

CMA, algoritmaların kasıtlı olarak fiyat sabitleme amacıyla kullanıldığını belirleyerek eylemi rekabeti amaç bakımından kısıtlayıcı bir anlaşma (kartel) olarak değerlendirmiştir. Soruşturma sonucunda Trod Ltd. £163.371 tutarında para cezasına çarptırılmış, GB Eye Ltd. ise olayı ilk bildiren taraf olduğu için pişmanlık programı kapsamında cezadan muaf tutulmuştur.

IV. Sonuç

Dijitalleşmenin hız kazandığı günümüzde artık fiyatlama, sıralama ve veri kullanımı gibi süreçler algoritmalar aracılığıyla yürütülmekte, bu da rekabet otoriteleri açısından yeni denetim alanları doğurmaktadır. Türkiye ve Avrupa Birliği kararları, dijital platformların pazar gücünü artırdığı ölçüde rekabeti bozma riskinin de yükseldiğini göstermektedir. Bu nedenle dijital pazarlarda adil, şeffaf ve denetlenebilir bir rekabet ortamının sağlanması yalnızca tüketici refahının korunması için değil, aynı zamanda piyasa dengesinin ve yenilikçiliğin sürdürülebilmesi açısından da temel bir gereklilik hâline gelmiştir.

Digital Markets and Algorithmic Competition Violations

I. Digitalization and the Role of Algorithms

Today, with the rapid increase of digitalization, competition law is no longer limited to traditional market dynamics but also encompasses the effects of algorithms, which have become one of the fundamental elements of the digital economy, on the market.

An algorithm is a digital tool designed step-by-step to solve a specific problem or achieve a specific goal, which produces outputs by executing a systematic process over specific inputs, thereby automating decision-making. Algorithms can operate in different categories such as data monitoring and collection, personalization, transactions based on consumer data, and pricing. In the context of competition law, they possess the power to shape the market behaviors of undertakings through pricing, ranking, data analysis, or personalized recommendation systems. This situation, especially when combined with the data power possessed by large digital platforms, increases the risk of algorithms being used in a manner restrictive of competition.

In this context, algorithmic competition violations are centered at the heart of new-generation competition problems evaluated within the scope of anti-competitive agreements regulated under Article 4 of the Law on the Protection of Competition (Act No. 4054) and the prohibition of abuse of dominant position in Article 6. Within this framework, the Competition Authority is closely examining the effects of algorithms on competition, especially in digital markets.

II. Examples of Violations in Turkey

The Competition Authority found that Trendyol, one of Turkey's leading online shopping platforms, intervened in its algorithms and coding systems to provide an unfair advantage to its private label products in its own retail activities. It was determined that Trendyol manipulated its ranking and scoring algorithms by using the data of third-party sellers on its marketplace, thereby making its own products more visible and advantageous compared to competing products; that these actions were of a nature that hindered the activities of its competitors (or were exclusionary in nature); and it was decided by the Competition Board's decision (numbered 21-44/650-M) to impose an administrative fine of 61,342,000 TL for Abuse of Dominant Position.

The Competition Board examined whether the automatic pricing mechanism (or automated repricing) offered by Hepsiburada in the multi-category e-marketplace market violated Article 4 of Act No. 4054. The "Match Buybox Price" option within the mechanism is a function that allows the seller to automatically adjust their price to the most advantageous offer price on the platform, instead of the price they set themselves, and it has the potential to create indirect coordination among sellers.

While this mechanism is active, it can lead to a weakening of competition, as sellers' prices are determined directly through this reference price. During the investigation process, Hepsiburada committed to making changes that would prevent the automatic matching of prices. Accordingly, the "Match Buybox Price" option will be removed, and a modification will be made to offer sellers only the "Stay Below Buybox Price" and "Stay Above Buybox Price" options. The Competition Board accepted the commitments as binding with its decision dated 03.10.2024 and numbered 24-40/951-410, thereby terminating the investigation.

III. European Union Regulation and Examples

In the European Union, algorithmic competition violations are addressed under Articles 101 and 102

of the Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU). Article 101 prohibits anti-competitive agreements, decisions, and actions between undertakings among member states, while Article 102 prohibits the abuse of a dominant position by one or more undertakings, to the extent that it affects trade between member states.

Eturas, operating as an online travel booking platform in Lithuania, notified agencies connected to its system via a message that the discount rate for sales made through the platform could not exceed 3% and integrated this limitation into the software code. This algorithmic intervention automatically limited the price discounts of all agencies to the same level and distorted the natural functioning of competition. The Lithuanian Competition Council (LRKT) decided that this situation constituted an anti-competitive concerted practice and that the algorithm facilitated tacit coordination among competitors.

The CJEU (Court of Justice of the European Union) determined that the conduct in question should be evaluated under Article 101 of the TFEU and ruled that even without an explicit agreement, the undertakings' knowingly remaining in the system constituted tacit participation (or acquiescence). This decision demonstrated that actions taking place in the digital environment can also be evaluated under traditional cartel prohibitions.

The UK Competition and Markets Authority (CMA) found that two online retailers, Trod Ltd. and GB Eye Ltd., had agreed to eliminate price competition for licensed posters and frames sold on the Amazon UK marketplace. The parties implemented their decision not to sell below each other's prices by means of automated pricing (repricing) algorithms. These algorithms monitored competitors' prices and updated their own prices accordingly; the companies even adjusted their algorithms not to undercut each other's prices, added each other to an "ignore list" in their systems, and disabled the price reduction mechanism their algorithms would normally apply.

The CMA determined that the algorithms were intentionally used for price-fixing and assessed the action as an agreement restrictive of competition by object (a cartel). As a result of the investigation, Trod Ltd. was fined £163,371, while GB Eye Ltd. was granted immunity from fines under the leniency program as it was the first party to report the incident.

IV. Conclusion

In today's world where digitalization is gaining momentum, processes such as pricing, ranking, and data usage are now carried out by algorithms, which creates new areas of oversight for competition authorities. The decisions in Turkey and the European Union show that as digital platforms increase their market power, the risk of distorting competition also rises. Therefore, ensuring a fair, transparent, and auditable competitive environment in digital markets has become a fundamental requirement not only for the protection of consumer welfare but also for the sustainability of market balance and innovation.