



PAZAR ANALİZİ ÇALIŞMALARI (1. Tur)

PLATFORMA BAĞLI POSTA HİZMETLERİ PAZARI

Kamuoyu Görüşü Alınmasına İlişkin Doküman

BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU

Eylül 2026, ANKARA

Ref: 2026.M1.1

İÇİNDEKİLER

1 GİRİŞ.....	1
2 RAPOR KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLEN HİZMETLER.....	1
2.1 Genel Olarak Posta Hizmetleri Pazarı	1
2.2 Platform ve Platforma Bağlı Posta Hizmetleri Pazarı	5
3 İLGİLİ PAZAR TANIMI.....	11
3.1 İlgili Ürün/Hizmet Pazarı	11
3.2 İlgili Coğrafi Pazar	13
4 İLGİLİ PAZARDA DÜZENLEME GEREKSİNİMİ	15
4.1 Birinci Kriter.....	16
4.2 İkinci Kriter	16
4.3 Üçüncü Kriter	22
5 REKABET SEVİYESİ ANALİZİ.....	24
5.1 Pazar Payı	25
5.2 Dengeleyici Alıcı Gücünün Düşüklüğü veya Olmaması.....	32
5.3 Finansal Kaynaklara veya Sermaye Piyasalarına Kolay ve Ayrıcalıklı Erişim İmkânı .	33
5.4 Ölçek Ekonomisi	34
5.5 Dikey Bütünleşme	35
5.6 Potansiyel Rekabetin Olmaması	37
5.7 Genişleme Önündeki Engeller.....	38
6 ETKİN PİYASA GÜCÜNE SAHİP HİZMET SAĞLAYICILARIN BELİRLENMESİ	40
7 EPG'YE SAHİP HİZMET SAĞLAYICILARA GETİRİLECEK YÜKÜMLÜLÜKLER.....	41
7.1 Şeffaflık Yükümlülüğü	43
7.2 Tarife Kontrolüne Tabi Olma Yükümlülüğü.....	44
7.3 Veri Erişiminin Yasaklanması Yükümlülüğü.....	44
8. SONUÇ	45
EK-1: VERİ TALEPLERİNE YANIT VEREN HİZMET SAĞLAYICILAR LİSTESİ (2025)	46
EK-2: VERİ TALEPLERİNE YANIT VEREN HİZMET SAĞLAYICILAR LİSTESİ (2026)	47
EK-3: SORU FORMU	49

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Posta Kolisi/Kargosu Gönderi Adetleri (2021-2025)	3
Şekil 2: Posta Gönderisi Gelirleri (milyar TL) (2021-2025).....	3
Şekil 3: E-ticaret Platformlarının Gönderi Adetlerine Göre Pazar Payları (2025).....	7
Şekil 4: E-ticaret Platformlarının Gönderi Gelirlerine Göre Pazar Payları (2025)	8
Şekil 5: PHS'lerin Toplam Gönderileri İçerisinde E-ticaret Gönderilerinin Oranı	9
Şekil 6: PHS'lerin Toplam Gönderi Gelirleri İçerisinde E-ticaret Gönderisi Gelirlerinin Oranı	9
Şekil 7: E-ticaret Gönderilerinin Taşınmasında PHS'lerin Pazar Payları	10
Şekil 8: PHS'lerin Kendi Toplam Gönderileri İçerisindeki E-ticaret Gönderisi Oranı (Adet)	18
Şekil 9: PHS'lerin Kendi Toplam Posta Gelirleri İçerisindeki E-ticaret Gönderisi Geliri Oranı	19
Şekil 10: PHS'lerin E-ticaret Gönderilerinin Ağırlığa Göre Dağılımı (2025).....	25
Şekil 11: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Adetlerine Göre Pazar Payları (0-2 KG)	27
Şekil 12: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Gelirlerine Göre Pazar Payları (0-2 KG)	28
Şekil 13: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Adetlerine Göre Pazar Payları (2-20 KG)	29
Şekil 14: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Gelirlerine Göre Pazar Payları (2-20 KG)	29
Şekil 15: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Adetlerine Göre Pazar Payları (20-30 kg)	30
Şekil 16: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Gelirlerine Göre Pazar Payları (20-30 kg).....	31
Şekil 17: PHS'lerin Toplam E-ticaret Gönderilerinde Trendyol Platformunun Oranı (2025).	33
Şekil 18: 2025 yılı Trendyol E-ticaret Platformu Gönderilerinin PHS'lere Dağılımı	36

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Posta Kolisi/Kargosu Gönderi Adetlerine Göre PHS'lerin Dönemlere Göre Pazar Payları.....	4
Tablo 2: Posta Kolisi/Kargosu Gönderisi Gelirlerine Göre PHS'lerin Dönemlere Göre Pazar Payları.....	5

1 GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler, nüfus artışı ve değişen tüketici alışkanlıkları; diğer tüm sektörlerde olduğu gibi posta sektöründe de hizmet kalitesi, kullanıcı memnuniyeti ve operasyonel verimlilik unsurlarının önem kazanmasını sağlamıştır. Bu dönüşüm, ülkemiz posta sektöründeki hizmet sağlayıcıların kullanıcı istek ve ihtiyaçlarını hızlı ve doğru bir şekilde karşılayan, aynı zamanda etkin ve kaliteli hizmet sunumuna odaklanan bir anlayışı benimsemeye yöneltmiştir.

Pandemi sürecinin ivme kazandırdığı dijitalleşme ve artan internet kullanımı neticesinde tüketiciler, ihtiyaçlarını mobil cihazlar ve bilgisayarlar aracılığıyla dijital platformlar üzerinden karşılayabilmekte; buna bağlı olarak e-ticaret hacminin büyümesi, posta hizmet sağlayıcısı (PHS) olarak faaliyet gösteren şirketleri, e-ticaretteki tedarik zincirinin en kritik unsurlarından biri haline getirmektedir. Özellikle 2019 yılının Kasım ayında e-ticaret sitelerinin yürüttüğü kampanya döneminde artan talebin karşılanmasında yaşanan güçlükler ve akabinde COVID-19 salgınıyla ortaya çıkan kapasite sorunları, teslimat gecikmeleri ve hizmet aksaklıklarını beraberinde getirerek sektörde önemli bir değişim ihtiyacına işaret etmiştir. Bu kapsamda Kurumumuz düzenlemeleri ve yönlendirmeleriyle birlikte posta sektörü, gönderici odaklılıktan alıcı odaklılığa evrilmiş; sektörde kalite, hız ve dijital izlenebilirlik bakımından kayda değer bir standartlaşma sağlanmıştır.

Bu dönüşüm süreci, PHS'ler arasında hem maliyet azaltıcı hem de hizmet kalitesini artırıcı uygulamaların yaygınlaşmasını sağlamıştır. Sektörde yeni hizmet sağlayıcılarının faaliyete geçmesiyle şirket birleşme/devralma faaliyetleri artmış; özellikle e-ticaret aracı hizmet sağlayıcıları, posta hizmeti sunmak amacıyla kendi dağıtım ağlarını kurarak sektöre doğrudan dâhil olmuştur. Anılan aracı hizmet sağlayıcıları, sahip oldukları müşteri kitlesi, marka gücü ve teknolojik altyapıları sayesinde de kısa sürede posta sektöründeki pazar paylarını artırmışlardır.

Başka bir ifadeyle, ülkemizin önde gelen e-ticaret aracı hizmet sağlayıcıları tarafından, satışına aracılık edilen ürünler için, kargo/posta hizmetlerinin sunulmaya başlanmasıyla ülkemiz posta sektörü bir başka önemli yapısal değişim sürecine girmiştir. Bu süreç; sektörde rekabetin artmasına, hizmet kalitesinin yükselmesine ve kullanıcı deneyiminin iyileşmesine katkı sağlamıştır. Ancak e-ticaret aracı hizmet sağlayıcılarının, dikey bütünleşik şirketleri vasıtasıyla

posta pazarında faaliyet göstermeleri sebebiyle elde ettikleri ticaret kapasitesi, maliyet avantajı ve kullanıcı verisine erişim gücü gibi imkanlar, diğer PHS'ler açısından rekabet koşullarını etkileyebilecek potansiyel riskleri de beraberinde getirmiştir.

Bu çerçevede, Kurumumuz tarafından platforma bağlı posta hizmetleri pazarında oluşan yeni rekabet dinamiklerinin analiz edilmesi ve dikey ilişkilerin pazar yapısına etkilerinin değerlendirilmesi, gerekirse etkin rekabetin tesisi amacıyla düzenleyici tedbirlerin getirilmesi önem arz etmektedir.

Bu kapsamda 03.06.2014 tarihli ve 29019 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Posta Hizmetlerinin Sunulmasına İlişkin Yönetmelik'in "Rekabetin Sağlanması" başlıklı 5 inci maddesi;

"(1) Kurum, 7/12/1994 tarihli ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun hükümleri saklı kalmak kaydıyla, posta sektöründe rekabete aykırı davranış ve uygulamaları re'sen veya şikâyet üzerine incelemeye, soruşturmaya ve rekabetin tesisine yönelik gerekli gördüğü tedbirleri almaya, görev alanına giren konularda bilgi ve belgelerin sağlanmasını talep etmeye yetkilidir.

(2) İlgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip hizmet sağlayıcılarının tespitinde 27/11/2012 tarihli ve 28480 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Pazar Analizi Yönetmeliğinde yer verilen usul, esas ve ilkeler uygun olduğu ölçüde uygulanır.

..."

hükümünü havi olup Kurumumuz tarafından gerekli görülmesi halinde posta hizmetlerine ilişkin olarak yapılacak pazar analizi çalışmalarında Pazar Analizi Yönetmeliği'nde yer alan usul ve esaslar ile metodolojinin esas alınabileceği mümkün kılınmıştır. Bu çerçevede ülkemizde platforma bağlı posta hizmetleri pazarında son yıllarda yaşanan gelişmelerin rekabet üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesini teminen, anılan mevzuata uygun şekilde pazar analizinin gerçekleştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu itibarla ilk tur pazar analizi çerçevesinde hazırlanan işbu kamuoyu görüşü alınmasına ilişkin doküman ile, ülkemiz platforma bağlı posta hizmetleri pazarının analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla kamuoyu görüşünün alınmasına ilişkin işbu doküman kapsamında genel olarak platforma bağlı posta hizmetlerine yönelik olarak pazar tanımı yapılmakta, ilgili pazarda düzenleme gereksinimi incelenmekte ve bu pazarın rekabet düzeyi hakkında yapılan

değerlendirmeler neticesinde Etkin Piyasa Gücü (EPG)’ne sahip işletmecinin/işletmecilerin tespit edilmesi halinde söz konusu işletmeciye/işletmecilere getirilebilecek yükümlülöklere yer verilmektedir. Bu itibarla ilerleyen bölümlerde sırasıyla aşağıdaki konulara değinilmektedir:

- 2'nci bölümde; genel olarak Türkiye'deki posta hizmetleri pazarına ilişkin mevzuatta yer alan tanımlara değinilmesinin ardından derlenen pazar verilerinden hareketle platforma bağlı posta hizmetleri pazarının tanımı ile ilgili değerlendirmelere yer verilmektedir.
- 3'üncü bölümde; platforma bağlı posta hizmetlerine ilişkin olarak ilgili ürün/hizmet pazarı ve coğrafi pazarın tanımlanmasına yönelik bilgilere yer verilmekte olup konuya ilişkin talep ve arz yönlü değerlendirmeler yapılmaktadır.
- 4'üncü bölümde; platforma bağlı posta hizmetleri pazarında düzenlenme gereksinimi, ilgili mevzuat gereğince üçlü kriter testi kapsamında değerlendirilmektedir.
- 5'inci bölümde; düzenleme gereksinimi duyulan ilgili pazardaki rekabet seviyesinin analizi yapılmaktadır.
- 6'ncı bölümde; ilgili pazarda EPG'ye sahip olan işletmeci/işletmeciler belirlenmektedir.
- 7'nci bölümde; ilgili pazara ilişkin olarak yapılan analiz neticesinde EPG'ye sahip olduğu tespit edilen işletmeci/işletmecilere getirilen yükümlülöklere yer verilmektedir.
- Sonuç bölümünde ise; EPG'ye sahip işletmeci/işletmeciler ve getirilen yükümlölöklör özetlenmektedir.

Kamuoyu görüşünün alınmasına ilişkin süre 08.10.2026 tarihinde başlayacak olup, bu dokümanda yer alan değerlendirmelere yönelik yorumlar ve öneriler 08.11.2026 tarihine kadar yazılı olarak ve e-posta ile aşağıda belirtilen adreslere iletebilecektir.

Yapılan değerlendirmelerle ilgili olarak her türlü yorum ve öneriye açık olunmakla birlikte, pazar analizi çalışmalarında geri dönüşlerden azami şekilde istifade edilebilmesi için her bir yorumun veya önerinin dokümanda yer alan ilgili soru numarası referans gösterilerek yazılması gerekmektedir. Soruların cevaplanması aşamasında karşılaşılabilecek tereddütlerin açığa kavuşturulması için aşağıda irtibat bilgileri üzerinden iletişim kurulabilir.

Adres	Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Sektörel Rekabet Dairesi Başkanlığı Eskişehir Yolu 10. Km No:276 Çankaya/Ankara
E-posta	srdbilgi@btk.gov.tr
Telefon	0312 412 11 40

Alınan yorum ve önerilerin analiz edilmesini müteakip Kurumumuz, platforma bağlı posta hizmetleri pazarına ilişkin değerlendirmelerini gözden geçirecek ve kamuoyu görüşlerini de içeren bir doküman yayımlayacaktır. İdari işlemlerin şeffaflığı gereği, söz konusu dokümanda görüş gönderen tarafların isimleri de yer alacaktır. Bu bakımdan, gönderilecek cevaplarda tarafların gizli kalmasını istedikleri ticari sır niteliğindeki kısımların belirtilmesinde fayda görülmektedir.

2 RAPOR KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLEN HİZMETLER

Bu bölümde platforma bağlı posta hizmetleri pazarı hakkında bilgi vermeden önce genel olarak posta hizmetleri pazarına ilişkin temel tanımlara değinilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Bu çerçevede öncelikle posta mevzuatında yer alan tanımlara, posta sektörünün genel durumuna ve sektöre yönelik pazar verilerine yer verilmektedir. Akabinde ise platformlar ile platforma bağlı posta hizmetleri pazarına ilişkin değerlendirmelerde bulunmaktadır.

2.1 Genel Olarak Posta Hizmetleri Pazarı

23.05.2013 tarihli ve 28655 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanunu (6475 sayılı Kanun)’nun “Tanımlar” başlıklı 3 üncü maddesinde;

Posta gönderisi: Göndericinin bizzat kendisi veya talimatıyla, üzerinde belirtilen yer ve adrese, gönderi türüne ve özel hizmetine göre teslim edilen haberleşme gönderileri ile kitap, katalog, gazete ve süreli yayınları, görme engellilere özgü yazıları, ticari değeri olsun veya olmasın eşya içeren en fazla beş kilogram ağırlığa veya elli desimetreküp hacme sahip posta maddesi ile posta kolisi veya kargosunu,

Posta kolisi veya kargosu: Hizmet sağlayıcısı aracılığıyla yollanan ve kapsamında haberleşme niteliği taşıyan yazılar bulunmayan en fazla otuz kilogram ağırlığa veya üç yüz desimetreküp hacme sahip her türlü maddeyi,

Hizmet sağlayıcısı: Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketi’ni (PTT) ve bu Kanun hükümlerine göre posta sektöründe faaliyet göstermek üzere yetkilendirilmiş 13/1/2011 tarihli ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu’nun 124 üncü maddesinin ikinci fıkrasında sayılan sermaye şirketlerini,

Yetki belgesi: Posta hizmetlerinin tamamının veya bir kısmının sunulması veya yürütülmesi için gerekli olan altyapının sağlanması ve işletilmesine yetki tanıyan, posta hizmetlerine özel, belirli hak ve yükümlülükleri içeren ve Kurul tarafından belirlenen bedel karşılığında verilen belgeyi,

ifade etmektedir.

Aynı Kanun'un 9 uncu maddesinin birinci fıkrasında yer alan; *"Posta hizmeti verilebilmesi veya bunun için gerekli altyapının kurulup işletilebilmesi için Kurum tarafından bu hususta yetkilendirilmiş olmak gerekir."* hükmü ile yukarıda belirtilen hükümler doğrultusunda hem posta hizmeti kapsamına giren gönderilere ilişkin sınırlar belirlenmiş, hem de söz konusu hizmetin ancak Kurumumuzdan alınacak yetki belgesiyle yürütülebileceği düzenlenmiştir.

Bu itibarla ülkemizde 2026 yılının Ağustos ayı itibarıyla Kurumumuz tarafından yetkilendirilmiş olan toplam 53 adet PHS sektörde faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu PHS'lerden Trendyol Lojistik Anonim Şirketi (Trendyol Express), D Fast Dağıtım Hizmetleri ve Lojistik Anonim Şirketi (Hepsijet) ve Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketi (PTT), sırasıyla DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret Anonim Şirketi (Trendyol), D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret Anonim Şirketi (Hepsiburada) ve PTTEM Teknoloji ve Elektronik Hizmetler A.Ş. (E-PTT AVM) platformlarının iştirakleri olarak dikey bütünleşik bir yapıda hizmet sunmaktadır. Bu çerçevede Trendyol Express, 2018 yılı, Hepsijet 2017 yılı itibarıyla hizmet sunmaya başlamıştır. PTT ise E-PTT AVM'yi 2012 yılında hizmete açarak e-ticaret alanında da faaliyet göstermeye başlamıştır.

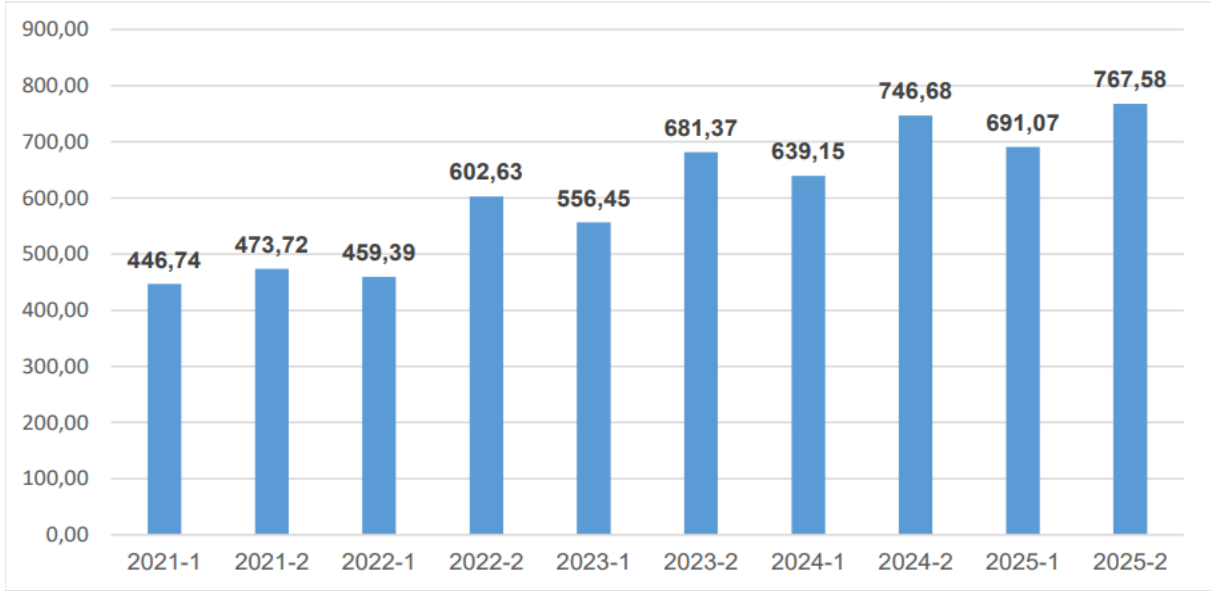
Ülkemizde 2025 yılının ikinci yarısında haberleşme gönderisi trafiği 113 milyon adet olarak gerçekleşirken, yükseliş trendini koruyan posta kolisi/kargosu gönderileri 767 milyon adedi aşmış; söz konusu gönderilerin yaklaşık %82,39'unu şehirler arası taşımalar oluşturmuştur. Yaşanan yükseliş trendinin de etkisiyle, sektör gelirleri bir önceki yılın aynı dönemine göre yaklaşık %18 oranında artış göstererek 90,72 milyar ₺ seviyesine ulaşmıştır. Toplam gelirin 75,52 milyar ₺'lik kısmı posta kolisi/kargosu gönderilerinden elde edilirken, 8 milyar 726 milyon ₺ tutarında yatırımın gerçekleştiği sektörde toplam istihdam sayısı 118 bini aşmıştır.¹

Pazarın genel yapısını göstermek amacıyla posta kolisi/kargosu gönderilerinin 2021 ila 2025 yılları arasındaki gönderi adedi ve gelirine ilişkin dağılıma Şekil 1 ve Şekil 2'de yer verilmektedir. Bu kapsamda gönderi adetlerine ilişkin mevsimsel dalgalanmalar yaşansa da kümülatif olarak gönderi sayılarının yıl bazlı arttığı gözlemlenmektedir. Diğer taraftan gelir

¹ Söz konusu veriler BTK 2025/2 altı aylık Posta Pazar Verileri Raporundan alınmıştır.

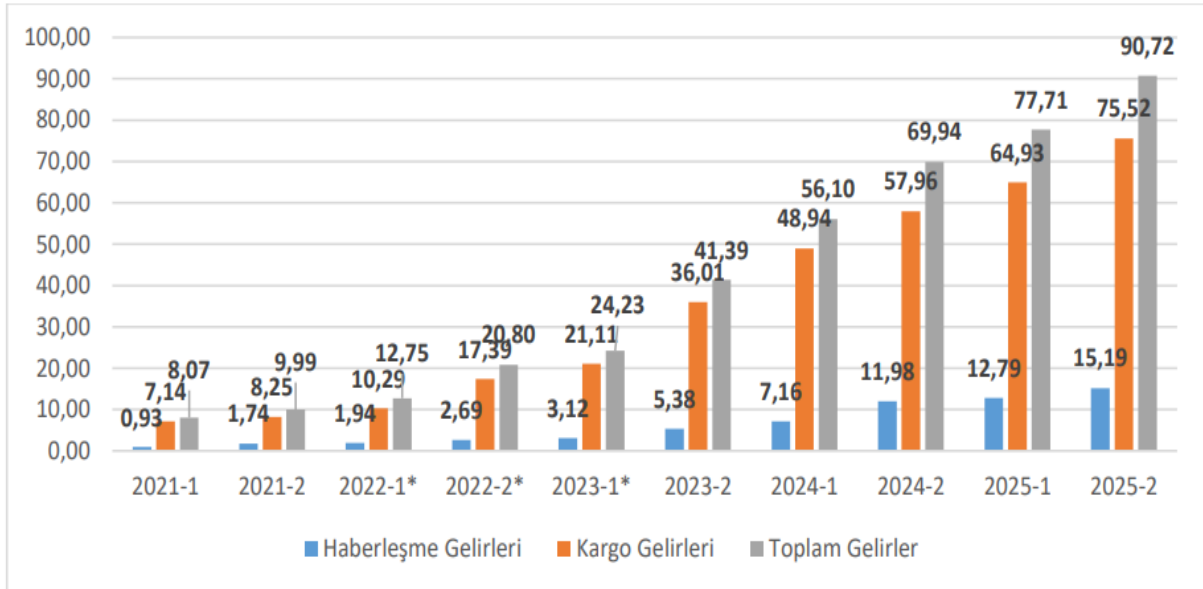
dağılımı incelendiğinde posta hizmetleri pazarından elde edilen gelirlerin söz konusu süreçte ivmelenerek arttığı gözlemlenmiştir.

Şekil 1: Posta Kolisi/Kargosu Gönderi Adetleri (2021-2025)



Kaynak: BTK Posta Sektörü Pazar Verileri Raporu (2025-2)

Şekil 2: Posta Gönderisi Gelirleri (milyar TL) (2021-2025)



Kaynak: BTK Posta Sektörü Pazar Verileri Raporu (2025-2)

Tablo 1 ve Tablo 2’de ise PHS’lerin posta kolisi/kargosu gönderi adetlerine ve gelirlerine göre pazar paylarına yer verilmektedir. Özellikle e-ticaret hacminin ivme kazandığı son on yıllık periyotta ve COVID-19 pandemisinin de etkisiyle, bazı e-ticaret aracı hizmet sağlayıcıları kendi lojistik ve dağıtım ağlarını tesis etmiş; bunun sonucunda posta pazarında, e-ticaret platformları ile dikey entegre çalışan PHS’ler de hizmet sunmaya başlamıştır. Bu kapsamda Trendyol Express ilk sırada olmak üzere, onu takiben Hepsijet ve PTT şirketleri de yüksek pazar payına sahip PHS’ler arasında yer almaktadır. Söz konusu şirketler, e-ticaret platformlarıyla kurdukları dikey entegrasyon yapıları sayesinde elde ettikleri maliyet avantajları ve operasyonel verimlilik artışlarıyla, e-ticaretin büyümesiyle eş zamanlı olarak posta pazarında kısa sürede önemli pazar payları edinmiştir.²

Tablo 1: Posta Kolisi/Kargosu Gönderi Adetlerine Göre PHS'lerin Dönemlere Göre Pazar Payları

2021		2022*		2023*		2024-1		2024-2		2025-1		2025-2	
Yurtiçi	25,54%	Trendyol	22,33%	Trendyol	27,30%	Trendyol	28,06%	Trendyol	29,26%	Trendyol	29,87%	Trendyol	31,55%
Aras	23,70%	Aras	21,23%	Aras	15,22%	Aras	13,69%	Aras	12,95%	Aras	12,39%	Aras	11,62%
MNG	13,84%	Yurtiçi	17,22%	Yurtiçi	14,87%	Yurtiçi	13,39%	Yurtiçi	12,28%	Yurtiçi	11,92%	Yurtiçi	11,53%
Port	11,07%	MNG	9,18%	MNG	9,14%	MNG	9,36%	MNG	9,36%	MNG	9,91%	D Fast	10,29%
PTT	9,41%	PTT	8,95%	PTT	7,77%	D fast	8,00%	D Fast	8,62%	D Fast	8,50%	MNG	10,12%
D Fast	7,12%	Port	7,45%	Port	6,91%	PTT	7,27%	Port	7,22%	PTT	7,23%	PTT	7,72%
UPS	4,54%	D Fast	6,41%	D Fast	6,87%	Port	6,62%	PTT	6,90%	Port	6,94%	Port	7,65%
						Kolay				Kolay		Kolay	
Kuryenet	2,89%	UPS	2,63%	UPS	2,00%	Gelsin	2,13%	Sendeo	4,47%	Gelsin	4,52%	Gelsin	5,66%
Diğer	1,88%	Diğer	4,61%	Diğer	9,92%	Diğer	11,49%	Diğer	8,94%	Diğer	8,72%	Diğer	3,86%

Kaynak: BTK Posta Sektörü Pazar Verileri Raporu (2025-2)

Bu çerçevede Tablo 1’e göre PHS’lerin pazar payları incelendiğinde; Trendyol Express’in pazar payında zaman içinde belirgin bir artış gözlemlenmekte olup, Trendyol Express’in 2025 yılının ikinci yarısı itibarıyla genel posta kolisi/kargosu gönderi adedi bazında elde ettiği %31,55 oranındaki pazar payı ile ilk sıraya yerleştiği görülmektedir. Trendyol Express’i %11,62’lik pazar payıyla Aras Kargo Yurt İçi Yurt Dışı Taşımacılık Anonim Şirketi (Aras Kargo)’nin, %11,53’lük pazar payı ile de Yurtiçi Kargo Servisi Anonim Şirketi (Yurtiçi

² Trendyol Express’in 2021 yılında ulusal çapta posta hizmeti sunmak üzere yetki belgesi alması sebebiyle pazar paylarına ilişkin verileri 2022 yılı itibarıyla tablolara eklenmiştir.

Kargo)’nin takip ettiği; 2025 yılının ikinci yarısı itibarıyla Trendyol Express’in en yakın rakibi ile arasında 3 kata yakın fark bulunduğu görülmektedir.

Tablo 2: Posta Kolisi/Kargosu Gönderisi Gelirlerine Göre PHS'lerin Dönemlere Göre Pazar Payları

2021		2022*		2023*		2024-1		2024-2		2025-1*		2025-2	
Yurtiçi	23,77%	Yurtiçi	19,43%	Yurtiçi	19,63%	Yurtiçi	18,02%	Trendyol	17,97%	Trendyol	20,38%	Trendyol	20,40%
Aras	18,47%	Aras	17,61%	Trendyol	16,30%	Trendyol	17,57%	Yurtiçi	17,12%	Yurtiçi	18,44%	Yurtiçi	17,50%
MNG	11,79%	Trendyol	11,83%	Aras	14,98%	Aras	14,21%	Aras	12,44%	Aras	13,16%	Aras	12,00%
DHL	10,46%	DHL	9,43%	MNG	9,23%	MNG	9,12%	MNG	9,48%	MNG	10,32%	MNG	10,30%
UPS	9,72%	MNG	8,63%	DHL	6,51%	Port	6,50%	Port	7,67%	Port	7,13%	Port	7,51%
PTT	7,74%	UPS	7,39%	Port	6,47%	PTT	5,85%	PTT	6,60%	PTT	6,45%	D Fast	7,41%
Sürat	7,43%	PTT	6,74%	PTT	6,24%	DHL	5,05%	Aramex	5,85%	D Fast	6,06%	PTT	6,86%
Fedex	4,15%	Port	6,47%	UPS	4,83%	D Fast	4,97%	D Fast	5,58%	DHL	4,38%	Kolay	4,64%
D Fast	3,42%	Fedex	4,07%	D Fast	4,31%	Aramex	4,53%	DHL	4,58%	Kolay	4,02%	DHL	4,48%
Kuryenet	1,60%	D Fast	3,65%	Fedex	2,53%	UPS	3,52%	Sendeo	2,93%	UPS	3,54%	UPS	4,00%
Diğer	1,40%	Diğer	4,75%	Diğer	8,96%	Diğer	10,67%	Diğer	9,76%	Diğer	6,13%	Diğer	4,9%

Kaynak: BTK Posta Sektörü Pazar Verileri Raporu (2025-2)

Tablo 2’de yer alan posta kolisi/kargosu gönderi gelirleri incelendiğinde de, 2025 yılının ikinci yarısı itibarıyla Trendyol Express’in gelir bazındaki payının %20,4 seviyesinde olduğu ve gelir açısından da en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Aynı dönemde Trendyol Express’i sırasıyla %17,5 ile Yurtiçi Kargo, %12 oranıyla da Aras Kargo takip etmektedir. Trendyol Express ile en yakın rakipleri arasında gönderi adedi bazında söz konusu olan farkın gelir bazında olmaması, Trendyol Express’in gönderi başına elde ettiği gelirin diğer PHS’lere nazaran göreceli olarak daha düşük olduğu kanaatini uyandırmaktadır.

Diğer taraftan 2025 yılının ikinci yarısı itibarıyla bir başka e-ticaret platformu iştiraki olan Hepsijet’in pazar payları adet ve gelir bazında sırasıyla yaklaşık %10,29 ve %7,41 iken, PTT’nin pazar payları ise sırasıyla %7,72 ve %6,86 olarak gerçekleşmiştir.

2.2 Platform ve Platforma Bağlı Posta Hizmetleri Pazarı

Platform ve platforma bağlı posta hizmetleri, 03.06.2014 tarihli ve 29019 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Posta Sektörüne İlişkin Yetkilendirme Yönetmeliği

(PSİYY)'nin 4 üncü maddesine 8 Mart 2025 tarihli ve 32835 sayılı Resmî Gazete’de yapılan değişiklikle eklenerek aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır:

- **Platform:** Mal veya hizmetlerin satıldığı veya satışına aracılık edildiği internet sitesi, mobil site veya mobil uygulama gibi dijital ortam.
- **Platforma bağlı posta hizmeti:** Platformda satılan veya satışına aracılık edilen ürünlerin kabul, toplama, işleme, sevk, dağıtım ve teslim süreçlerinin platform tarafından veya platform adına planlandığı, yürütüldüğü veya koordine edildiği posta hizmeti.

Başka bir ifadeyle, platforma bağlı posta hizmetleri, elektronik bir platform üzerinden yürütülen, kullanıcıların dijital ortamda gönderi oluşturma, gönderi yönetimi ve teslimat takibi vb. işlemleri gerçekleştirdiği ve fiziksel dağıtım süreciyle entegre edilen hizmetleri kapsamaktadır. Bu bağlamda, söz konusu hizmetler aşağıdaki temel işlevleri içermektedir:

- Platformda satılan ya da satışına aracılık edilen ürünlerin kabul, toplama, işleme, sevk, dağıtım ve teslim süreçleri,
- Bu hizmetlerin platform tarafından ya da platform adına planlanması, yürütülmesi veya koordine edilmesi, elektronik ortamda gönderi oluşturulması (örn. mobil uygulama veya web arayüzü),
- Fiziksel teslimatın e-ticaret alanındaki platform üzerinden yönetilmesi,
- E-ticaret aracı hizmet sağlayıcısı, gönderici, alıcı ve dağıtım altyapısının çevrim içi bütünleşmesi.

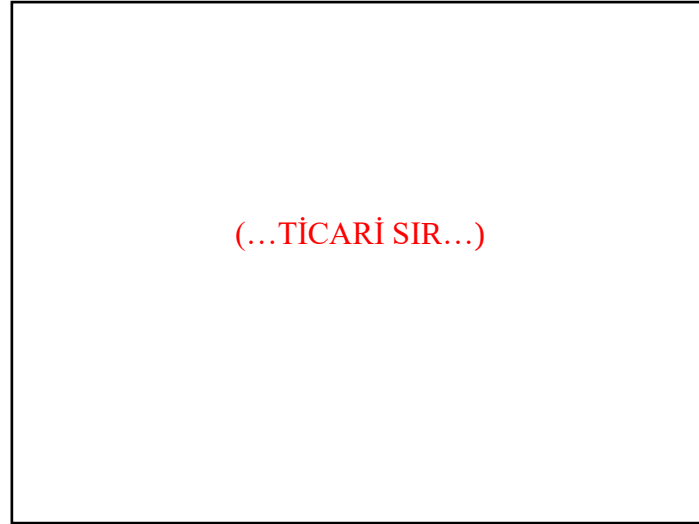
Söz konusu tanımlar çerçevesinde platformda satılan veya satışına aracılık edilen ürünlerin kabul, toplama, işleme, sevk, dağıtım ve teslim süreçlerinin platform tarafından veya platform adına planlandığı, yürütüldüğü veya koordine edildiği hizmetler posta hizmeti kabul edilerek Kurumumuz yetkilendirmesi kapsamına alınmıştır. Böylelikle, e-ticaret alanındaki dijital platformlar aracılığıyla yürütülen bu tür faaliyetlerin ilgili mevzuat kapsamında ele alınmasıyla posta kolisi veya kargosu tanımı sınırlarında kalan platforma bağlı posta hizmetleri, genel posta kolisi/kargosu pazarının bir alt pazarı olarak değerlendirilebilecektir. Bu yaklaşım ile platformda satılan veya satışına aracılık edilen ürünlerin kabul, toplama, işleme, sevk, dağıtım

ve teslim süreçlerine ilişkin olarak etkin rekabetin sağlanması, kullanıcı haklarının korunması ve hizmet kalitesinin artırılması hedeflenmektedir.

İşbu çalışma kapsamında, ülkemiz posta sektörünün yukarıda yer verilen son yıllardaki gelişmelerinden yola çıkılarak özellikle platforma bağlı posta hizmetleri pazarının, platformların iştirakleri ile birlikte posta sektörü üzerindeki etkilerine yönelik analiz yapılmasını teminen, Kurumumuzun 20.03.2025 tarihli ve 15975 sayılı yazı ve 05.03.2026 tarihli ve 11113 sayılı yazıları ile Kurumumuzca yetkilendirilmiş tüm PHS'lerden veri talebinde bulunulmuştur. İşbu pazar analizi dokümanın genelinde, Kurumumuza iletilen PHS verilerinden³ hareketle platformlar ve platformlara bağlı posta hizmetleri pazarına ilişkin değerlendirmeler yapılmaktadır.

Bu kapsamda söz konusu PHS'lerden elde edilen bilgiler doğrultusunda ülkemizdeki platforma bağlı koli/kargo gönderi adet ve gelirlerine göre derlenen platformların pazar paylarına sırasıyla Şekil 3 ve Şekil 4'te yer verilmektedir.

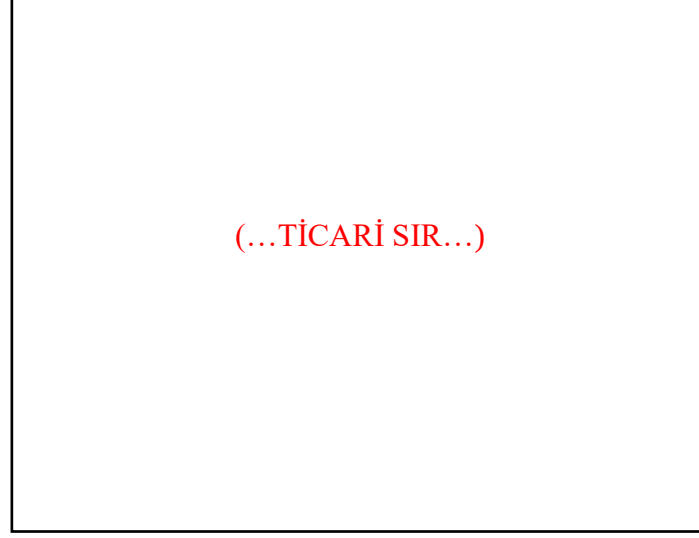
Şekil 3: E-ticaret Platformlarının Gönderi Adetlerine Göre Pazar Payları (2025)



Kaynak: BTK

³ Kurumumuza veri ileten PHS bilgilerine EK-1 ve EK-2'de yer verilmektedir.

Şekil 4: E-ticaret Platformlarının Gönderi Gelirlerine Göre Pazar Payları (2025)

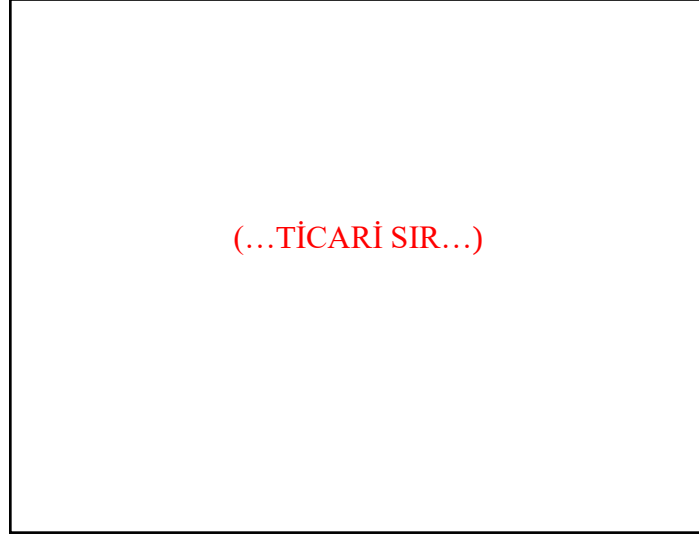


Kaynak: BTK

Bu itibarla, Trendyol'un platform olarak, diğer platformlara göre hem adet hem de gelir bazında sırasıyla (...) ve (...) oranları ile önemli bir pazar payına sahip olduğu görülmektedir. En yakın rakibi olan Hepsiburada'nın ise (...) ve (...) ile oldukça sınırlı bir paya sahip olması, PHS verilerinden hareketle Trendyol'un ülkemizdeki en büyük e-ticaret platformu olduğunu göstermektedir.

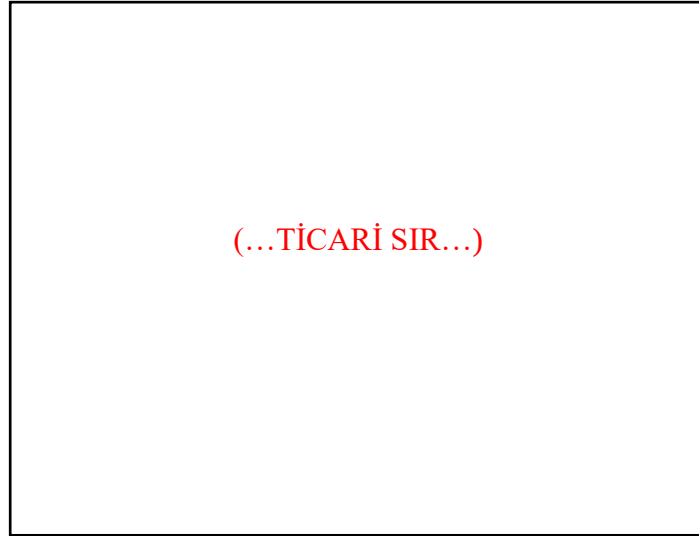
Şekil 5 ve Şekil 6'da PHS'lerin toplam gönderileri içerisinde e-ticaret gönderi adetlerinin ve gelirlerinin oranına yer verilmektedir. Buna göre, ülkemizdeki PHS'lerin gönderi adet ve gelirleri önemli ölçüde e-ticaret platformlarından kaynaklanmaktadır. Şöyle ki; PHS'lerin toplam gönderileri içerisindeki e-ticaret gönderi adetlerinin 2022 yılında (...) olan oranı, 2025 yılında (...)’ye yükselmiştir. PHS'lerin toplam gönderi gelirindeki e-ticaret gönderisi geliri oranları da 2022 yılında (...) iken 2025 yılı itibarıyla (...)’ya yükselmiştir. Dolayısıyla, PHS'lerin gerek gönderi adetleri gerekse de gönderi gelirleri içerisinde platformlar üzerinden gerçekleşen e-ticaret gönderilerinin önemli bir yer tuttuğu söylenebilecektir.

Şekil 5: PHS’lerin Toplam Gönderileri İçerisinde E-ticaret Gönderilerinin Oranı



Kaynak: BTK

Şekil 6: PHS’lerin Toplam Gönderi Gelirleri İçerisinde E-ticaret Gönderisi Gelirlerinin Oranı

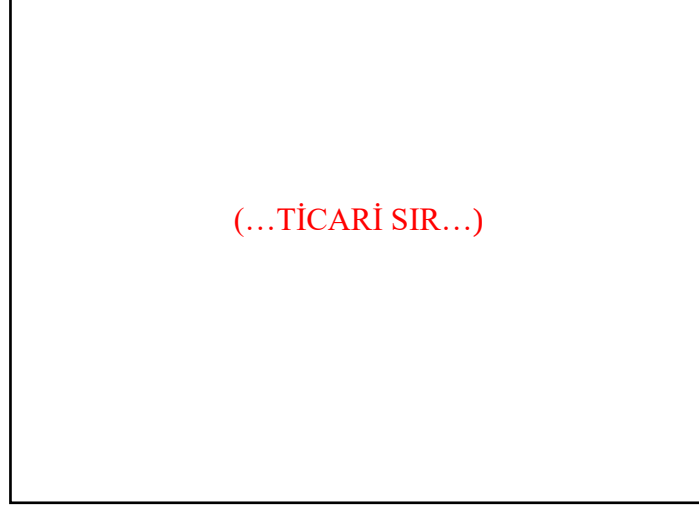


Kaynak: BTK

PHS'lerin yıllara göre toplam e-ticaret gönderi adetleri içerisindeki pazar paylarına yer verilen Şekil 7'ye göre, 2025 yılı itibarıyla Trendyol Express'in toplam e-ticaret gönderilerinin yaklaşık (...)’ini taşıyarak pazar payı bakımından son yıllarda istikrarla ilk sırada yer aldığı,

onu sırasıyla (...) ile Hepsijet'in (...) ile Aras Kargo'nun, (...) ile MNG Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık Anonim Şirketi (MNG Kargo⁴)'nin izlediği görülmektedir.

Şekil 7: E-ticaret Gönderilerinin Taşınmasında PHS'lerin Pazar Payları



Kaynak: BTK

Netice itibarıyla, ülkemizde artan e-ticaret hacmiyle birlikte PHS'nin faaliyetlerinin büyük ölçüde e-ticaret platformları üzerinden gerçekleştirildiği, 2025 yılındaki toplam e-ticaret gönderilerinin ise (...) oranıyla öncelikli olarak ülkemizdeki en büyük e-ticaret platformu olan Trendyol'un kendi dikey bütünleşik PHS'si olan Trendyol Express tarafından taşındığı; bu durumun ise platformların davranışlarının ve platformlar ile dikey bütünleşik yapıda posta hizmetleri pazarında faaliyet gösteren iştirakleri arasındaki ilişkinin posta sektörü üzerinde önemli olabileceği değerlendirilmektedir.

Soru 1

İşbu bölüm kapsamında yapılan genel posta hizmetleri ile platformlar ve platforma bağlı posta hizmetlerine ilişkin yapılmış olan değerlendirmelere katılıyor musunuz? Görüşünüzü gerekçeleriyle birlikte detaylı şekilde ifade ediniz.

⁴ Ekim 2023 itibarıyla MNG Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık Anonim Şirketi, DHL Group tarafından devralınmış olup Şirket 22 Mayıs 2025 itibarıyla faaliyetlerine "DHL eCommerce" işletme adıyla devam etmektedir. Bununla birlikte işbu dokümanda karışıklığa mahal vermemek adına "MNG Kargo" kısaltması kullanılmaktadır.

3 İLGİLİ PAZAR TANIMI

İlgili pazarın tanımlanması, pazara ilişkin rekabetçi kısıtların sistematik biçimde ifade edilmesi ve pazar analizi sürecinde yer alan sonraki aşamalara temel teşkil etmesi açısından önem taşımaktadır.

6475 sayılı Kanun'un 3 üncü maddesinde "ilgili pazar" *"ülkenin tümünde veya bir bölümünde sunulmakta olan belirli bir posta hizmeti ve onunla yüksek derecede ikame edilebilen diğer posta hizmetlerinden oluşan pazar"* olarak ifade edilmektedir. İlgili pazar kapsamında ele alınacak ürün/hizmetlerin hem coğrafi boyut hem de söz konusu pazarı teşkil edebilecek ürün/hizmetlerin ikame edilebilirliği temelinde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bu kapsamda yukarıda da yer verildiği üzere, 6475 sayılı Kanun ile Kurumumuza verilen posta sektöründe etkin rekabetin sağlanması yetki ve sorumluluğu çerçevesinde, e-ticaret platformları (e-ticaret aracı hizmet sağlayıcıları) ve bu platformların dikey ilişki içerisinde oldukları kendi iştirakleri olan PHS'leri başta olmak üzere, e-ticaretin Türkiye posta hizmetleri sektörü üzerindeki rekabet temelli etkilerinin analiz edilmesini teminen öncelikli olarak ilgili ürün/hizmet pazarının çerçevesinin e-ticaret platformlarına bağlı gönderiler ile sınırlı tutulması gerektiği değerlendirilmektedir.

3.1 İlgili Ürün/Hizmet Pazarı

İlgili ürün/hizmet pazarı; fiyatları, kullanım amaçları ve işlevsel özellikleri ile rekabet koşulları veya arz-talep yapısı açısından birbirleriyle değiştirilebilir ya da ikame edilebilir ürün/hizmetleri ifade etmektedir. Bu kapsamda geleneksel anlamda, geçici olmayan küçük ama belirgin fiyat artışı (%5–10) testini geçen en küçük ürün grubu olarak tanımlanmıştır. Avrupa Komisyonu'nun benimsediği ve Kurumumuz mevzuatında yer alan ilgili ürün pazarı tanımında ise tüketiciler ya da hizmet sunan işletmeciler tarafından değiştirilebilir ya da ikame edilebilir olarak değerlendirilen tüm ürün ve hizmetlerin de ilgili ürün/hizmet pazarının içinde olduğu ve daha açıklayıcı bir tanımın kabul edildiği görülmektedir.

Bu itibarla, ilgili ürün/hizmet pazarının belirlenmesinde önem arz eden talep yönlü ikame, kullanıcıların geçici olmayan küçük fakat belirgin bir fiyat artışı sonrasında alternatif ürün veya

hizmetlere yönelme derecesi olarak tanımlanmakta olup, bu davranış ilgili pazarın sınırlarının tespitinde kullanılan temel ölçütlerden biridir. İkame ürünlerin aynı pazarda yer alabilmesi için birebir aynı olmaları gerekmemektedir. Kullanıcıların fiyat, hizmet kalitesi veya teslimat süresi gibi unsurlara verdiği tepkiler, talep yönlü ikamenin gücünü belirlemektedir. Başka bir ifadeyle, kullanıcıların belirli bir hizmet türünden diğerine yönelme eğiliminin, sağlanan hizmetin hızı, erişilebilir olması, kullanım kolaylığı gibi unsurlardan etkilenebileceği değerlendirilmektedir.

Platforma bağlı posta hizmetlerinde kullanıcıların PHS'ler arasında tercih yapabilmesi mümkün olmakla birlikte, platformun sınırlı sayıda, hatta sadece bir hizmet sağlayıcıyla çalışması bu tercih seçeneklerini daraltmakta ve dolayısıyla talep yönlü ikameyi önemli ölçüde kısıtlayabilmektedir.

Bir diğer önem arz eden kavram olan arz yönlü ikame ise, pazarda faaliyet gösteren bir hizmet sağlayıcının aynı veya benzer hizmeti sunabilme kapasitesine sahip olması durumunu ifade etmekte ve firmalar üzerinde rekabetçi bir baskı unsuru oluşturmaktadır. Ancak yetkilendirme şartları, altyapı gereklilikleri, ölçek ekonomileri ve dağıtım ağları arz yönlü ikameyi sınırlandırabilmektedir. Özellikle il/iller bazında yetkiye sahip olan hizmet sağlayıcılar açısından arz yönlü ikamenin ulusal çapta hizmet sunan hizmet sağlayıcılara göre sınırlı olduğu değerlendirilmektedir.

Bununla birlikte, yukarıdaki değerlendirmeler PHS'ler açısından yapılmış olmakla beraber, hizmet bazında yapılacak değerlendirmelerde platforma bağlı posta gönderileri şeklinde tanımlanan işbu ilgili pazar, herhangi bir ikame hizmeti içermeyecek şekilde küçük ya da dar belirlenmiştir.

Diğer taraftan, daha önce de ifade edildiği üzere PSİYY'de Mart 2025 tarihinde yapılan değişiklikle birlikte i platforma bağlı hizmetlerinin kapsamı Trendyol Go, Getir, Yemeksepeti gibi şirketlerin sunduğu market ve yemek teslimatlarını da içerecek şekilde tanımlanmış olsa da bu hizmetlerin gerek kurgulanan iş modelleri gerekse de hizmetin sunuluş amacı bakımından farklılaştığı değerlendirilmektedir. Özellikle teslimat yöntemleri açısından bakıldığında bu hizmetlerde anlık siparişe dayalı, kısa sürede teslimat, esnek zamanlı dağıtım gibi uygulamalar öne çıkarken e-ticaret platformlarına bağlı posta hizmetlerinde daha planlı, belirli dağıtım süreçlerine dayanan ve genellikle daha uzun teslimat sürelerini içeren bir yapı söz konusudur.

Bu çerçevede hızlı teslimat ve anlık siparişe dayalı dağıtım gibi unsurlar, bu hizmetleri e-ticaret platformlarına bağlı posta hizmetlerinden ayıştırmaktadır. Bu durum, müşteri talebinin de farklılaştığını ve söz konusu hizmetlerin farklı bir kullanım amacına hitap ettiğini göstermektedir.

Öte yandan uygulamada platforma bağlı posta hizmetleri kapsamındaki posta gönderileri 6475 sayılı Kanun ve ilgili mevzuat uyarınca 0-2 kilogram (kg)⁵, 2-20 kg⁶ ve 20-30 kg⁷ ayrımında gerçekleştirilmektedir. Kurumumuzca PHS'lerden alınan altı aylık veri formları kapsamında da posta gönderileri söz konusu kg sınırları doğrultusunda sınıflandırılmaktadır. 6475 sayılı Kanun ve ilgili sair mevzuata göre Kurumumuz 30 kg'a veya 300 desimetreküpe kadar olan gönderilerden sorumlu olup söz konusu sınırın üzerinde kalan gönderiler ise 08.01.2018 tarihli ve 30295 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Karayolu Taşıma Yönetmeliği ve ilgili sair mevzuat kapsamında Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığının görev ve sorumluluğunda yer almaktadır. İlgili hizmet sağlayıcılar arasında taşıma kapasitesi, hizmet kalitesi ya da yaygınlığı gibi hususlarda sınırlı bir arz ve talep ikamesinin olabileceği değerlendirilse de gerek mevzuat çerçevesinde gerekse de uygulamada gönderilerin kilo bazında ayrıştırılabiliyor olmaları nedeniyle, işbu platforma bağlı posta gönderileri pazarının, uygun olduğu ölçüde, 0-2 kg, 2-20 kg ve 20-30 kg şeklindeki alt pazarlar kırılımında değerlendirilmesinin uygun olacağı düşünülmektedir.

Soru 2

Yukarıda tanımlanan platforma bağlı posta hizmetleri için belirlenen ilgili ürün/hizmet pazarının 0-2 kg, 2-20 kg ve 20-30 kg ağırlık aralıklarına göre alt pazarlara ayrılarak değerlendirilmesine katılıyor musunuz? Cevabınızı gerekçeleriyle belirtiniz.

3.2 İlgili Coğrafi Pazar

Ürün veya hizmetlerle ilgili tarafların arz ve taleplerinin gerçekleştiği, rekabet şartlarının yeterince homojen olduğu ve komşu alanlardaki söz konusu şartların yeterli derecede farklı olması nedeni ile ayırt edilebilir nitelikte olduğu coğrafi alana, ilgili coğrafi pazar

⁵ Bu alt pazar 0-2 kg özelinde küçük e-ticaret gönderilerini kapsamaktadır.

⁶ Bu alt pazar 2-20 kg özelinde orta ölçekli e-ticaret gönderilerini kapsamaktadır.

⁷ Bu alt pazar ise, 20-30 kg özelinde nispeten büyük ancak oransal olarak az sayıda olan e-ticaret gönderilerini kapsamaktadır.

denilmektedir. Bir başka deyişle, ilgili ürünün/hizmetin ikame imkânının olduğu ve pazar yapısının birbirine benzer olduğu bölgeler ilgili pazarın coğrafi sınırlarını oluşturmaktadır. Tüketicilerin herhangi bir yerde faaliyet gösteren işletmeciden kolay bir şekilde ilgili ürünü/hizmeti alabilmesi veya diğer işletmecilerin bu bölge içinde kolay bir şekilde aynı/ikame ürünü/ürünleri sunabilmesi durumunda söz konusu bölgeler ilgili coğrafi pazar içinde yer almaktadır.

Ülkemizde, 2026 yılı Ağustos ayı itibarıyla yetkilendirilen toplam 53 adet PHS sektörde faaliyetlerini sürdürmektedir. Söz konusu hizmet sağlayıcılar arasında il bazında hizmet sunumu ile sınırlı yetkilendirilenler olsa dahi, e-ticaret platformlarının hizmet sundukları/yetkilendirildikleri coğrafi bölge kapsamında herhangi bir ayırımın olmaması, ülke genelini kapsayan satış ağları ve mevzuatta platform gönderilerinin taşınmasına ilişkin genel kriterler dışında ilave kısıtlayıcı düzenlemelerin yer almaması, bu ayrımı ortadan kaldırmaktadır.

Bu itibarla, platformların hizmet sunduğu ülkemiz sınırlarının işbu platforma bağlı posta gönderileri pazarının coğrafi boyutunu oluşturacağı değerlendirilmektedir.

Soru 3

Platforma bağlı posta hizmetleri için ilgili coğrafi pazarın ülke genelinin olduğu görüşüne katılıyor musunuz? Cevabınızı gerekçeleriyle yazınız.

4 İLGİLİ PAZARDA DÜZENLEME GEREKSİNİMİ

Avrupa Komisyonu’nun haberleşme sektörüne yönelik olarak almış olduğu Tavsiye Kararlarında aşağıda sıralanan kriterlerin hepsini birlikte sağlayan pazarların öncül düzenlemelere tabi olabileceği, pazarlar düzenlenirken bu üç kriterin tek tek değerlendirilmesi ve bu üç kriterden biri karşılanmıyorsa ilgili pazarda öncül düzenlemelerin yapılmaması gerektiği ifade edilmektedir.

27.11.2012 tarihli ve 28480 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Pazar Analizi Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi kapsamında da ilgili pazarlardaki düzenleme gereksiniminin değerlendirilmesi aşamasında esas alınan söz konusu kriterler şunlardır:

- Piyasaya giriş önünde yüksek ve geçici olmayan engel veya engellerin olması,
- İlgili piyasada, pazar yapısının belirli bir dönem içinde kendiliğinden rekabetçi yapıya kavuşacağının beklenmemesi ve
- Rekabet kurallarının tek başına uygulanmasının piyasa yapısının bozukluğunu gidermede yetersiz olması

2007/879/EC sayılı Tavsiye Kararı’nda belirtildiği üzere; birinci ve ikinci kritere ilişkin yapılacak değerlendirmeler, rekabet düzeyinin tespitine ilişkin analizlerinde yer alan batık maliyetleri içerecek şekilde giriş engelleri, pazar payları, eğilimler, alternatif şebekelerin varlığı gibi pazar yapısı ve dinamiklerine ilişkin ileriye dönük bir yaklaşımla yapılan değerlendirmelere dayanmaktadır. Yani Avrupa Birliği (AB) düzenlemeleri çerçevesinde “üçlü kriter testi” ile EPG tespitinde kullanılacak kriterler arasında yakınsama öngörülmektedir.

Bu çerçevede; platforma bağlı posta hizmetleri pazarındaki düzenleme gereksinimine ilişkin giriş engelleri ile ilgili pazardaki rekabetçi yapı ve pazar koşullarının mevcut rekabet hukuku normlarının ötesinde, sektörel bir ‘ex-ante’ (öncül) düzenleme ihtiyacı doğurup doğurmadığına ilişkin analitik değerlendirmelere işbu bölümde yer verilmektedir.

4.1 Birinci Kriter

Üçlü kriter testinin ilk aşaması, “*piyasaya giriş önünde yüksek ve geçici olmayan bir engelin olması*”dır. Pazara giriş engelleri yapısal ya da hukuki olabilmektedir. Hukuki ya da düzenleyici giriş engelleri, pazardaki oyuncuların pozisyonlarını doğrudan etkileyen hukuki, idari ya da diğer devlet yaptırımlarını ifade etmektedir. Söz gelimi, ilgili pazarda hizmet sunacak işletmecilerin sayılarını sınırlayan bir yetkilendirme rejimi, pazara giriş önünde hukuki ve idari bir giriş engeli niteliğindedir.

Bu kapsamda genel olarak platforma bağlı gönderilerin alıcılara ulaştırılması için gerekli olan posta hizmetleri pazarında yetkilendirme şartı olarak ülke geneline ya da il düzeyinde yaygın bir dağıtım ağını sağlayacak yüksek başlangıç maliyetlerini gerektirmektedir. Genel olarak mevzuatta öngörülen asgari ödenmiş sermaye (ulusal düzeyde 5 milyon ₺, il düzeyinde 1 milyon ₺) ve asgari özmal taşıt şartları (ulusal düzeyde 42 motorlu taşıt, il düzeyinde 5 motorlu taşıt) da pazara girişin önünde doğal olarak yapısal bir engel oluşturmaktadır. Bu yükümlülükler ancak yüksek yatırım ve operasyonel kapasiteyle aşılması ile mümkün olabilecek bariyerlerdir. Başka bir ifadeyle, ulusal çapta faaliyet gösterebilmek için yüksek sabit maliyetler, yaygın lojistik altyapı yatırımları ve belirli hizmet kalitesi standartlarının sağlanması gerekmektedir. Platforma bağlı posta hizmetlerinde dijital gönderi yönetim sistemlerinin geliştirilmesi, platform ve PHS altyapılarına entegre edilmesi ile birlikte gerekli olan AR-GE ve teknoloji yatırımları da önemli maliyet kalemleri olarak ortaya çıkmaktadır.

Yapılan bu değerlendirmeler ışığında, işbu platforma bağlı posta gönderileri pazarının birinci kriteri sağladığı değerlendirilmektedir.

4.2 İkinci Kriter

Bir pazarda öncül düzenleme yapılabilmesi için gerekli ikinci koşul ilgili pazarda, pazara özgü yapısal etkenlerin veya pazar dinamiklerinin belirli bir dönem içinde kendiliğinden rekabetçi yapıya yönelme eğiliminde olmamasıdır. Bu kriterin incelenmesinin ileriye dönük bakış açısı ilkesi çerçevesinde yapılması gerekmektedir. Bu kriterin değerlendirilmesinde, Avrupa Düzenleyiciler Grubunun (The European Regulators Group-ERG) üçlü kriter testine ilişkin raporunda da belirtildiği üzere, işletmecilerin pazar payı, fiyatlama eğilimi, kolayca

tekrarlanamayan altyapıların kontrolü gibi hususların göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu unsurlar içerisinde pazar payı, ilgili pazarın kendiliğinden rekabetçi bir duruma gelip gelemeyeceğine ilişkin yapılacak değerlendirmelerde ilk ölçüt olarak kullanılmaktadır. İşbu pazarda pazar payları, gönderi sayısı (adet) ya da gelir bilgilerine göre hesaplanabilmektedir.

Şekil 7’de yer verilen ülkemizdeki PHS’lerin e-ticaret gönderi adetleri içerisindeki pazar paylarının burada da tekrar değerlendirilmesinde fayda görülmektedir. Bu kapsamda 2025 yılı itibarıyla Türkiye’deki toplam e-ticaret gönderilerinin yaklaşık (...)’ının Trendyol Express tarafından taşındığı ve böylece şirketin pazarda en yüksek paya sahip olduğu tekrarlanabilecektir. Ayrıca Trendyol Express’in pazar payının 2022–2025 döneminde yaklaşık (...) oranında arttığı dikkate alındığında, söz konusu yükseliş eğiliminin önümüzdeki dönemde de devam etmesinin muhtemel olduğu değerlendirilmektedir. Aynı dönemde pazar payını yaklaşık (...) artırarak (...)’den (...)’ye yükselten ikinci PHS’nin bir diğer dikey bütünleşik platform iştiraki olan Hepsijet olduğu; PTT’nin ise, 2022-2024 yılları arasında düşmekte olan payını 2025 yılı itibarıyla büyük ölçüde toparladığı görülmektedir. Anılan platform iştiraklerinin dışında sadece MNG Kargo’da (...)’ten (...) seviyesine çıkan istikrarlı bir artış söz konusu olmuştur.

Şekil 8 ve Şekil 9’da ise PHS’lerin kendi toplam posta gönderi adetlerinin ve gelirlerinin içerisindeki e-ticaret gönderi adetlerinin ve gelirlerinin paylarına yer verilmektedir. Söz konusu şekillerden de anlaşılabacağı üzere Trendyol Express sadece Trendyol’un e-ticaret gönderilerini taşımakta ve bu nedenle de gelirlerinin tamamını Trendyol’dan elde etmektedir. Nitekim, 23.10.2014 tarihli ve 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (6563 sayılı Kanun)’un Ek 2 nci maddesinin ikinci fıkrasının (c) bendi⁸ gereğince Trendyol Express’in hizmet alanı Trendyol platformu ile sınırlandırılmıştır.

⁸ “c) Aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerindeki satışlar, kendisinin elektronik ticaret hizmet sağlayıcı olarak yaptığı satışları ile elektronik ticaret dışındaki satışları hariç olmak üzere, 10/7/2003 tarihli ve 4925 sayılı Karayolu Taşıma Kanunu kapsamında eşya taşımacılığı, 26/9/2011 tarihli ve 655 sayılı Ulaştırma ve Altyapı Alanına İlişkin Bazı Düzenlemeler Hakkında Kanun Hükmünde Kararname kapsamında taşıma işleri organizatörlüğü ve 9/5/2013 tarihli ve 6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanunu kapsamında posta hizmet sağlayıcılığı faaliyetlerinde bulunamaz.”

Hepsijet ise, net satış gelirleri anılan Kanun’da belirlenen asgari sınırın altında olması nedeniyle, bu kapsama girmemiştir.⁹ Bu itibarla Trendyol Express’ten farklı olarak Hepsijet üçüncü taraf platformlara da hizmet sunabilmektedir. Ancak, taşımacılığını gerçekleştirdiği gönderilerin tamamı e-ticaret gönderilerinden oluşmaktadır. Dolayısıyla Hepsijet’in de kendi toplam gönderi adetleri ve gelirleri içerisindeki e-ticaret gönderi adet ve gelirinin oranı %100’dür.

Bir başka platform iştiraki olan PTT için ise, Trendyol Express ve Hepsijet’ten farklı olarak kendi toplam gönderileri içerisinde e-ticaret gönderilerinin sınırlı olduğu söylenebilecektir (Şekil 8 ve Şekil 9).

Şekil 8: PHS’lerin Kendi Toplam Gönderileri İçerisindeki E-ticaret Gönderisi Oranı (Adet)¹⁰



Kaynak: BTK

⁹ Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik’in 6 ncı maddesinin birinci fıkrasına göre “(1) Çok büyük ölçekli ETAHS, aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerindeki satışlar, kendisinin ETHS olarak yaptığı satışları ile elektronik ticaret dışındaki satışları hariç olmak üzere, 10/7/2003 tarihli ve 4925 sayılı Karayolu Taşıma Kanunu kapsamında eşya taşımacılığı, 26/9/2011 tarihli ve 655 sayılı Ulaştırma ve Altyapı Alanına İlişkin Bazı Düzenlemeler Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile 27/8/2022 tarihli ve 31936 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Taşıma İşleri Organizatörlüğü Yönetmeliği kapsamında taşıma işleri organizatörlüğü ve 9/5/2013 tarihli ve 6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanunu kapsamında posta hizmet sağlayıcılığı faaliyetlerinde bulunamaz.”

¹⁰ Bu bölümdeki şekillerde, gönderi adedi ve geliri bakımından en yüksek orana sahip PHS’ler esas alınmıştır.

Bu itibarla Şekil 8’e göre Trendyol Express ve Hepsijet’ten sonra kendi gönderileri içerisinde (...) düzeyinde e-ticaret gönderisi taşıyan PHS’ler Sürat Kargo, Aras Kargo ve MNG Kargo olurken; Şekil 9’a göre e-ticaret gönderi gelirlerinin özellikle Sürat Kargo, Aras Kargo ve MNG Kargo için (...) seviyesinde gerçekleştiği söylenebilecektir. Özellikle gelirleri yüksek oranlarla e-ticaret gönderilerinden elde ettiği görülen söz konusu PHS’ler için platformlar üzerinden gerçekleşen e-ticaret gönderilerine bağlı bir iş modelinin geliştiği söylenebilecektir. Ayrıca, anılan PHS’lerin platform dışı posta hizmetlerine kıyasla platformlardan kaynaklanan gönderiler için daha düşük bir ücret aldığı sonucuna varılabilecektir. Bu durum ise, gönderi adedinin miktarına bağlı olarak platformların sahip olduğu pazarlık gücü ya da sağladığı barem desteği¹¹ gibi hususlardan kaynaklı olabilmekle beraber, işbu pazar üzerindeki platformların etkisini göstermesi açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Şekil 9: PHS’lerin Kendi Toplam Posta Gelirleri İçerisindeki E-ticaret Gönderisi Geliri Oranı



Kaynak: BTK

Bu noktada daha açık bir şekilde ifade edilirse, platformların belirli posta hizmet sağlayıcılarını kayırması, münhasır anlaşmalar yoluyla pazara erişimin kısıtlanması, küçük ve orta ölçekli hizmet sağlayıcıların dışlanması, fiyatlama davranışları üzerinden rekabetin zayıflatılması ve veri avantajına dayalı rekabet üstünlüğü sağlanması gibi olası platformlardan kaynaklı imkanlar

¹¹ E-ticaret platformları tarafından uygulanan “barem desteği” mekanizması, PHS tarafından belirlenen kargo tarifelerinde meydana gelen maliyet artışlarının, gönderinin desî ağırlığına bağlı olarak platform bütçesinden kısmen karşılanmasını ifade etmektedir.

dahilinde oluşabilecek rekabet ihlalleri, PHS'lerin e-ticaret taşımalarının genel posta gönderileri içerisindeki payının artmasıyla birlikte daha belirgin hale gelebilmekte ve rekabetçi kaygıları artırabilmektedir.

Tekrar olmakla birlikte, önceki bölümde yer verilen Şekil 5 ve Şekil 6'dan da görüldüğü üzere ülkemizdeki PHS'lerin gönderi adetleri ve gelirleri önemli ölçüde (...)’ların üzerinde) e-ticaret platformlarından kaynaklanmaktadır. PHS'lerin faaliyetlerinin büyük ölçüde e-ticaret platformları üzerinden gerçekleşmesi nedeniyle, platformların davranışlarının ve platformlar ile dikey bütünleşik yapıda posta pazarında faaliyet gösteren iştirakleri arasındaki ilişkinin ülkemizdeki posta hizmetleri sektörü üzerindeki rekabetçi etkilerinin direkt hissedilebilir olduğu bir pazar ortamının söz konusu olduğu söylenebilecektir.

Bu durum, ilgili pazarda etkin rekabetin kendi kendine gelişmesini zorlaştırmakta ve zamanla pazarın bu yapısı etkin rekabetçi girişlere de engel olabilmektedir. Küçük veya platformdan bağımsız PHS'ler ise platformların oluşturduğu kural ya da kriterlere uyum sağlamakta güçlük çekebilmekte ve dezavantajlı bir konuma düşebilmektedir. Genel olarak posta hizmetleri pazarında her ne kadar dinamik bir yapı olsa da işbu ilgili pazarda bu tür hususlar rekabetin kendiliğinden ve sürdürülebilir biçimde oluşmasını kısıtlayabilmektedir.

Yukarıda yapılan değerlendirmeler özetlenecek olursa:

- E-ticaret hacminin artmasıyla birlikte 2025 yılı itibarıyla gerek adet gerekse de gelir açısından işbu pazarın konusunu oluşturan platforma bağlı posta gönderisi adetlerinin ve gelirlerinin payı, toplam posta gönderileri içerisinde artarak (...) ve (...)’ya ulaşmıştır (Şekil 5). PHS'lerin platform dışı gönderi oranları ise yıllar içerisinde azalmaktadır.
- Ülkemizde e-ticaret alanındaki en büyük dijital platform Trendyol’dur ve Trendyol’un dikey bütünleşik iştiraki olan Trendyol Express, tamamen Trendyol için çalışmaktadır. Önceki yıllarda görülen istikrarlı artışların bir sonucu olarak 2025 yılının sonu itibarıyla ülkemizdeki toplam posta kolisi/kargosu gönderi adet ve gelirlerine göre pazar payı hesaplamalarında sırasıyla (...) ve (...) ile ilk sırada yer almaktadır (Tablo 1 ve Tablo 2).
- Trendyol Express’in ülkemizde toplam e-ticaret gönderilerinin taşınmasındaki adet bazlı yüksek payı da artış eğiliminde olup 2025 yılı itibarıyla (...) olarak gerçekleşmiştir

(Şekil 7). Önümüzdeki dönemde söz konusu artışın devam ederek (...) seviyesine yükselmesi beklenmektedir. En yakın rakibinin payı (...) ile sınırlı kalmıştır.

- Yine bir başka platform ile dikey bütünleşik yapıda hizmet sunan Hepsijet, pazar payını artıran diğer bir PHS olmuştur (Şekil 7). Bu dönemde Hepsijet payını (...)’den (...)’ye çıkarmıştır. Aynı kapsamda hizmet sunan PTT’nin ise 2022-2024 yılları arasında yaşadığı pazar kaybını 2025 yılında toparlayarak (...)’e ulaştığı görülmektedir.
- Toplu olarak PHS’lerin kendi taşımaları içerisinde e-ticaret gönderilerinin oranları artarken; başka bir ifadeyle, yıllar itibarıyla oransal olarak daha fazla e-ticaret gönderisi taşırken (Şekil 5 ve Şekil 6), bireysel bazda Trendyol Express ve Hepsijet dışındaki PHS’lerin¹² e-ticaret gönderi pazarındaki payları azalmaktadır (Şekil 7). Bu durum e-ticaret gönderilerinin taşınmasının daha büyük oranda platformlar üzerinden gerçekleştiğini gösterirken, işletmeciler bazındaki paylarda görülen düşüşün temel nedeninin ise platform gönderilerinin artan bir oranda platformlar ile dikey bütünleşik PHS’ler tarafından (özellikle Trendyol Express) taşınmasından kaynaklandığı anlamına gelmektedir.

Bu değerlendirmeler ışığında, işbu pazarın, yıllar içerisinde platformların baskın olduğu bir yapıya evrilerek platformlar tarafından domine edilmeye açık hale geldiği görülmektedir.

Bunun yanı sıra ülkemizde platforma bağlı posta hizmetleri pazarına etki eden belirgin yapısal özelliklerden biri olarak söz konusu platformların kendi PHS’leri ile birlikte oluşturdukları dikey bütünleşme modeli çerçevesinde platformların hem talebi yaratan taraf, hem de bu talebin önemli bir kısmını taşıyan PHS’nin sahibi olması nedeniyle, ilgili pazarda rekabetçi koşulların diğer PHS’lerin aleyhine bozulmakta olduğu; dolayısıyla öncül düzenleme yapılmaksızın ilgili pazarın kendiliğinden rekabetçi bir konuma ulaşmasının beklenmediği sonucuna varılmaktadır.

Sonuç olarak platforma bağlı posta hizmetleri pazarının kendiliğinden rekabetçi yapıya kavuşması beklenmemekte olup üçlü kriter testinin ikinci kriterinin de sağlandığı değerlendirilmektedir.

¹² MNG Kargo hariç.

4.3 Üçüncü Kriter

Üçlü kriter testinin üçüncü koşulunu ise “rekabet kurallarının tek başına uygulanmasının piyasa yapısının bozukluğunu gidermede yetersiz olması” oluşturmaktadır. Bu kapsamda, üçlü kriter testinin ilk iki koşulunun birlikte sağlanması durumunda oluşabilecek pazar aksaklıklarının giderilmesine yönelik ardıl (*ex-post*) rekabet kurallarının tek başına yeterli olamayacağının değerlendirilmesi gerekmektedir. Pazar aksaklıklarından kaynaklanan etkinsizliklerin giderilmesine yönelik olarak müdahalelerin tam zamanında ve gecikmeksizin yapılmasının vazgeçilemez olduğu durumlarda rekabet hukuku kurallarının tek başına yetersiz kalacağı söylenebilmektedir.

Genel olarak rekabet hukuku kuralları pazarlara yönelik *ex-post* müdahaleyi esas alırken; posta sektörüne ilişkin düzenleyici mevzuatın ağırlıklı olarak *ex-ante* (öncül) düzenleme mekanizmalarına dayandığı söylenebilecektir. Platforma bağlı posta hizmetleri kapsamında ortaya çıkabilecek transfer fiyatlandırması, dikey ilişkili pazardaki fiyat sıkıştırması, veri erişimi ve platform tarafsızlığı (kendini kayırma) gibi dinamik sorunların, çoğu zaman önceden belirlenen kurallar çerçevesinde ele alınmasını gerektirdiği değerlendirilmektedir.

Ayrıca, Avrupa Komisyonu Tavsiye Kararında, yaygın ve belli bir süre içerisinde tekrarlanabilen piyasa başarısızlıkları ve rekabet karşıtı davranışlara karşı “*rekabet hukukuna göre yapılan ardıl müdahale maliyetlerinin yüksek; söz konusu davranışların fazla sıklıkta tekrarlanabiliyor olmasının öncül müdahaleyi ise kaçınılmaz kılacağı*” ifade edilmektedir.

Dolayısıyla, sektörün dijital altyapıya dayalı yapısı, hızlı teknolojik dönüşüm dinamikleri ve platform ekonomisine özgü gelişmeler, rekabet ihlallerinin etkilerinin kısa sürede derinleşmesine yol açabilmektedir. Bu durum, yalnızca *ex post* müdahalelere dayalı bir düzenleyici yaklaşımın, pazardaki rekabet sorunlarına zamanında ve etkili şekilde müdahale edilmesi açısından yetersiz kalabileceğine işaret etmektedir. Bu itibarla; ilgili pazar yapısındaki bozuklukların öncül düzenleme olmaksızın sadece rekabet hukuku kurallarının uygulanması ile giderilebilmesinin mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak işbu Platforma Bağlı Posta Hizmetleri Pazarında üçlü kriter testi kapsamındaki her bir kriterin sağlandığı görülmekte olup, yukarıdaki açıklamalar göz önünde bulundurulduğunda ilgili pazarın öncül olarak düzenlenmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

Soru 4

Platforma bağlı posta hizmetlerine ilişkin yapılan üçlü kriter testine yönelik değerlendirmelere katılıyor musunuz? Görüşünüzü gerekçeleriyle birlikte detaylı şekilde ifade ediniz.

5 REKABET SEVİYESİ ANALİZİ

İlgili pazara ilişkin rekabet seviyesinin analizi söz konusu pazarda EPG'ye sahip işletmecinin olup olmadığını tespit etmeye yöneliktir. Zira yapılan analiz sonucunda; ilgili pazarda EPG'ye sahip işletmecinin bulunmaması söz konusu pazarın rekabetçi olduğunu, ilgili pazarda EPG'ye sahip işletmeci veya işletmecilerin varlığı ise söz konusu pazarın rekabetçi olmadığını göstermektedir.

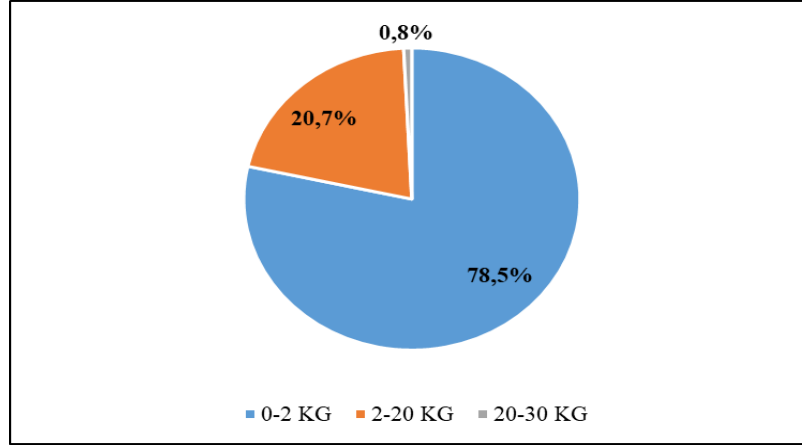
6475 sayılı Kanun'un 3 üncü maddesinde 'etkin piyasa gücü' (EPG), *"Hizmet sağlayıcısının, ilgili pazarda, tek başına ya da diğer hizmet sağlayıcılarla birlikte, rakiplerinden ve kullanıcılarından fark edilir bir şekilde bağımsız olarak hareket edebilmesine imkân sağlayan ekonomik gücü"* ifade etmektedir. Ayrıca Pazar Analizi Yönetmeliği'nde de aynı ifade yer almakta olup Anılan Yönetmelik'in 9 uncu maddesinde *"İlgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip işletmecilerin belirlenmesinde, işletmecilerin sahip olduğu pazar payları öncelikli kriter olarak kullanılır. Pazar paylarının tespitinde ilgili pazarın özelliklerine göre; gelir, abone sayısı, kullanıcı sayısı, trafik miktarı, iletim kapasitesi, iletim hattı sayısı gibi veriler uygun ve mevcut olduğu ölçüde kullanılır."* hükmü yer almaktadır.

Ayrıca, anılan Yönetmelik çerçevesinde ilgili pazarda EPG'ye sahip işletmecilerin bulunup bulunmadığının tespiti için başta pazar payı olmak üzere; kolayca tekrarlanamayan altyapıların kontrolü, teknolojik avantajlar veya teknolojik üstünlük, dengeleyici alıcı gücünün düşüklüğü veya olmaması, finansal kaynaklara veya sermaye piyasalarına kolay ve ayrıcalıklı erişim imkânı, ürün veya hizmet çeşitliliği, ölçek ekonomisi, kapsam ekonomisi, dikey bütünleşme, potansiyel rekabetin olmaması ve genişleme önündeki engeller gibi çeşitli kriterler de göz önünde bulundurulmaktadır.

Bu kapsamda işbu pazar analizi dokümanında pazar payı öncelikli kriter olmakla birlikte benimsenen ileriye dönük bir bakış açısıyla platforma bağlı posta hizmetleri pazarının yapısı, özellikleri ve dinamiklerine uygun olduğu ölçüde potansiyel rekabetin olmaması, dikey bütünleşme, ölçek ekonomisi, genişleme önündeki engeller, finansal kaynaklara veya sermaye piyasalarına kolay ve ayrıcalıklı erişim imkanı ve dengeleyici alıcı gücünün düşüklüğü veya olmaması gibi kriterlerin de değerlendirilmesinin uygun olacağı düşünülmektedir.

İlgili ürün/hizmet pazarı belirlenirken, ülkemizde taşınan e-ticaret gönderilerinin 0-2 kg, 2-20 kg ve 20-30 kg kırılımındaki alt pazarlara ayrılabilceğı değerdendirmesinden hareketle, işbu bölümdeki rekabet seviyesi analizi, uygun olabildiğı ölçüde, söz konusu kg aralıkları için yapılmaktadır. Bu kapsamda öncelikle Şekil 10'da söz konusu kg kırılımlarının toplam içerisindeki dağılımlarına yer verilmektedir.

Şekil 10: PHS'lerin E-ticaret Gönderilerinin Ağırlığa Göre Dağılımı (2025)



Kaynak: BTK

Buna göre e-ticaret gönderilerinin %78,5'i 0-2 kg aralığında olup en çok bu ağırlık aralığındaki gönderilerin taşındığı ve pazarın büyük çoğunluğunu oluşturması sebebiyle bu alt pazardaki rekabetçi koşulların pazarın genelini etkileyebilecek seviyede olabileceğı değerlendirilmektedir.

5.1 Pazar Payı

Pazarda EPG'ye sahip bir işletmecinin olup olmadığı değerdendirilirken temel alınan husus, ilgili işletmecinin tek başına ya da başka bir işletmeciyile birlikte pazardaki ekonomik parametreleri belirleyebilme gücüdür. Bununla birlikte, istisnai durumlar hariç genellikle yüksek orandaki (%50'nin üzerindeki) pazar payına sahip bir işletmecinin bulunması durumunda söz konusu işletmeci EPG'ye sahip işletmeci olarak belirlenmektedir.

Avrupa Komisyonu uygulamalarında %25'in üzerinde pazar payı olmayan işletmecilerin söz konusu pazarda (tek başına) EPG'ye sahip olması genellikle olasılık dışı görülmektedir. Tek

başına EPG'nin genellikle işletmecilerin %40'ın üzerinde pazar payına sahip olduğu durumlarda ortaya çıktığı kabul edilmekle birlikte, daha düşük pazar paylarında da EPG'nin bulunabileceği ifade edilmektedir. %50'nin üzerindeki pazar payı ise EPG'nin varlığına işaret eden güçlü bir karine olarak dikkate alınmaktadır¹³.

2014 yılında Rekabet Kurumu tarafından yayımlanan “Hâkim Durumdaki İşletmelerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz”¹⁴ göre de uygulamada %40'ın altındaki pazar payına sahip teşebbüsün hâkim durumda olması ihtimali çok düşüktür. %40 üzerinde ise daha detaylı bir inceleme yapılmaktadır. Bu noktada, incelenen teşebbüsün pazar payının yıllara göre istikrarı, rakip sayısı ve rakiplerin payları dikkate alınır. İncelemeye konu teşebbüsün pazar payı ne kadar büyük ve istikrarlıysa ve ayrıca rakiplerin pazar payı ile arasındaki fark ne kadar büyükse mevcut rakiplerin incelenen teşebbüs üzerinde rekabetçi baskı uygulaması o kadar olanaksızlaşacaktır. Söz konusu Kılavuz'a göre pazar payı haricinde pazara giriş engelleri, alıcıların pazarlık gücü ve dikey bütünleşik yapılar da hâkim durumun belirlenmesinde temel göstergeler arasındadır.

Bu kapsamda, bir önceki bölümde PHS'lerin platforma bağlı gönderi adetleri ve gelirleri esas alınarak hesaplanan pazar paylarına yer verilmiştir. Söz konusu değerlendirmelere göre, ülkemizde 2025 yılı itibarıyla PHS'ler bakımından toplam hacmin önemli kısmını oluşturan e-ticaret gönderilerinin (...)’lik kısmının Trendyol iştiraki Trendyol Express tarafından taşındığı tespit edilmiştir. İleriye dönük projeksiyonlarda ise bu oranın artış eğilimini sürdürerek (...) seviyelerinin üzerine çıkması beklenmektedir.

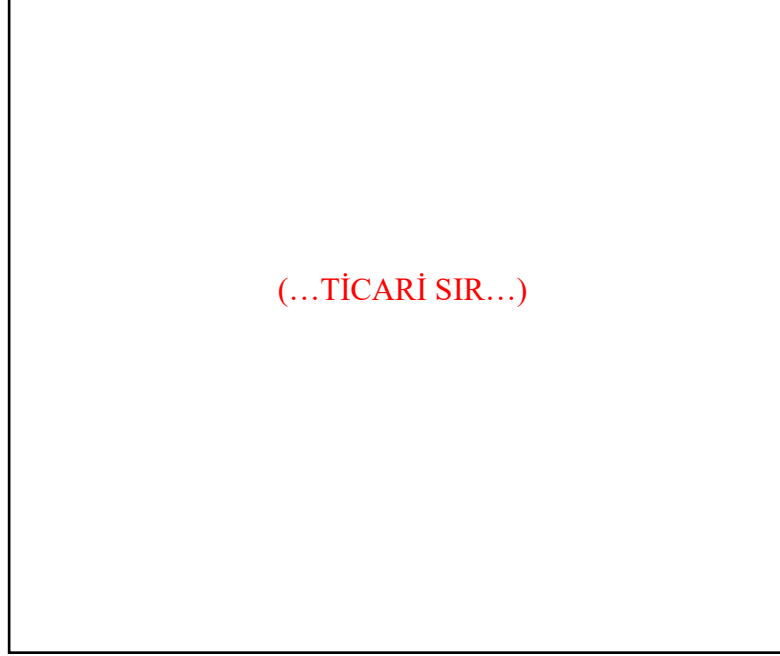
Şekil 11 ve Şekil 12’de ise PHS'lerin “0-2 kg Arasındaki Platforma Bağlı Posta Hizmetleri” alt pazarında 2022-2025 yılları arasına ilişkin gönderi adetlerine ve gelirlerine göre pazar paylarına yer verilmektedir. Bu itibarla, 0-2 kg aralığındaki toplam e-ticaret gönderilerinin taşınmasında Trendyol Express’in 2022 yılında (...) olan pazar payını 2025 yılında (...)’e yükselterek sektörde önemli bir güce sahip olduğu; en yakın rakibi olan Aras Kargo’nun 2022 yılında (...) olan pazar payının 2025’te (...)’e düştüğü; Trendyol Express’in pazardaki rakiplerinin

¹³ Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services, 2002, prg. 75.

¹⁴ <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/kilavuzlar/hakim-durumdaki-tesebbuslerin-dislayici-davranislarina-iliskin-kilavuz1.pdf>

toplamından fazla olan pazar payını 2025 yılında bir düşüş yaşasa dahi istikrarlı bir şekilde koruduğu görülmektedir (Şekil 11).

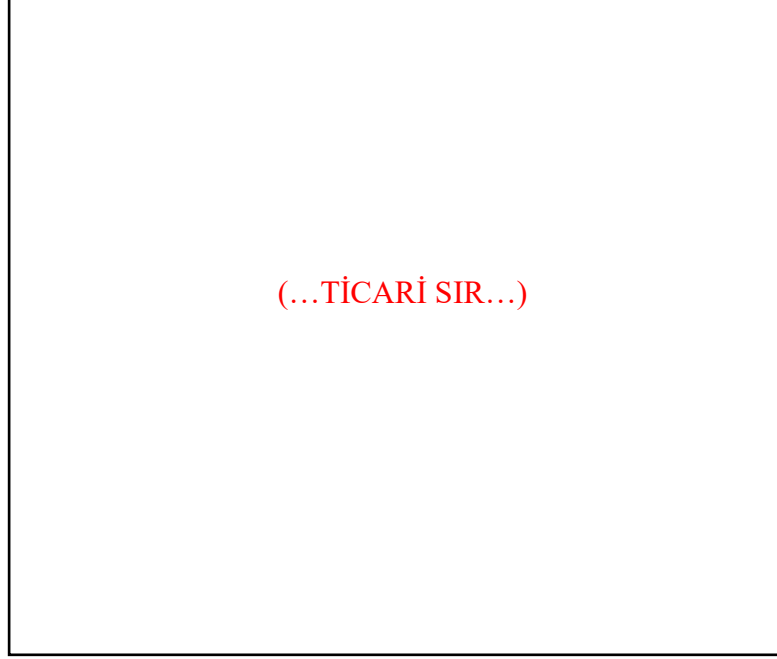
Şekil 11: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Adetlerine Göre Pazar Payları (0-2 KG)



Kaynak: BTK

Benzer değerlendirmeler gönderi gelirlerine göre pazar payları için de yapılabilmektedir (Şekil 12). Bu itibarla 0-2 kg e-ticaret gönderileri gelirindeki paylarına bakıldığında yine Trendyol Express'in 2022 yılında (...) olan payını 2025 yılında (...)’e çıkardığı, en yakın rakibi olan Aras Kargo ile arasında yaklaşık (...) fark olduğu, Trendyol Express'in pazardaki diğer oyuncuların toplamından fazla olan pazar payını 2025 yılında bir düşüş yaşasa dahi koruduğu görülmektedir.

Şekil 12: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Gelirlerine Göre Pazar Payları (0-2 KG)

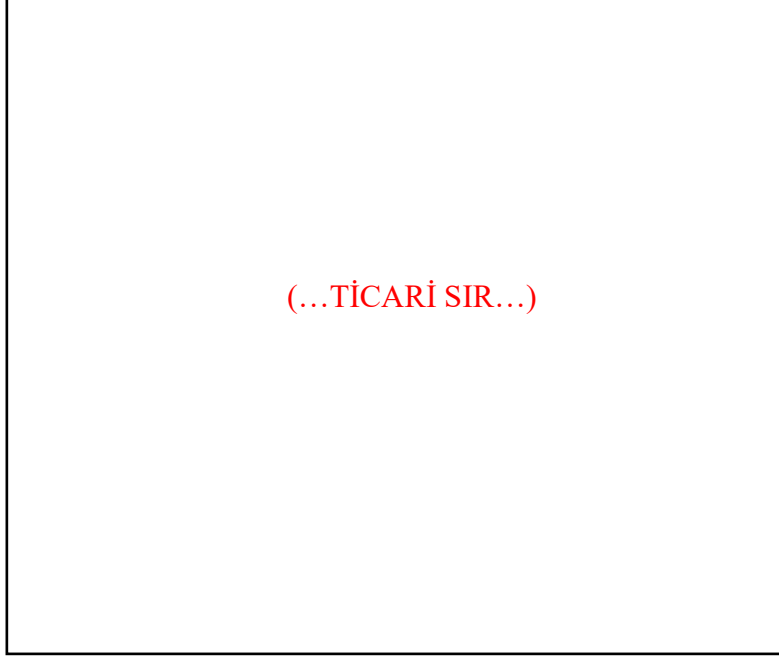


Kaynak: BTK

Bu itibarla, e-ticaret posta kolisi/kargosu pazarında 0-2 kg aralığındaki gönderiler özelinde Trendyol Express'in adet ve gelir bazında diğer PHS'lerden gözle görünür önemli bir farkla, (...)’i geçen bir pazar payına sahip olduğu; 2022’de yaklaşık (...) olan pazar payını 2025’te yaklaşık (...) seviyesine çıkardığı görülmektedir. Trendyol Express’in son yıllarda istikrarlı bir şekilde sahip olduğu (...) ve üzerindeki pazar payını koruyarak 2025 yılında (...)’i aşan paya ulaşmasının yanı sıra en yakın rakibi ile arasındaki büyük fark, 0-2 kg arasındaki platforma bağlı gönderilere ilişkin işbu alt pazarda Trendyol Express’in rakiplerinden fark edilir bir şekilde bağımsız olarak hareket edebilmesine imkân sağlayan bir güce sahip olduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle rakip PHS’lerin işbu alt pazarda Trendyol Express üzerinde rekabetçi baskı uygulaması mümkün görülmemektedir.

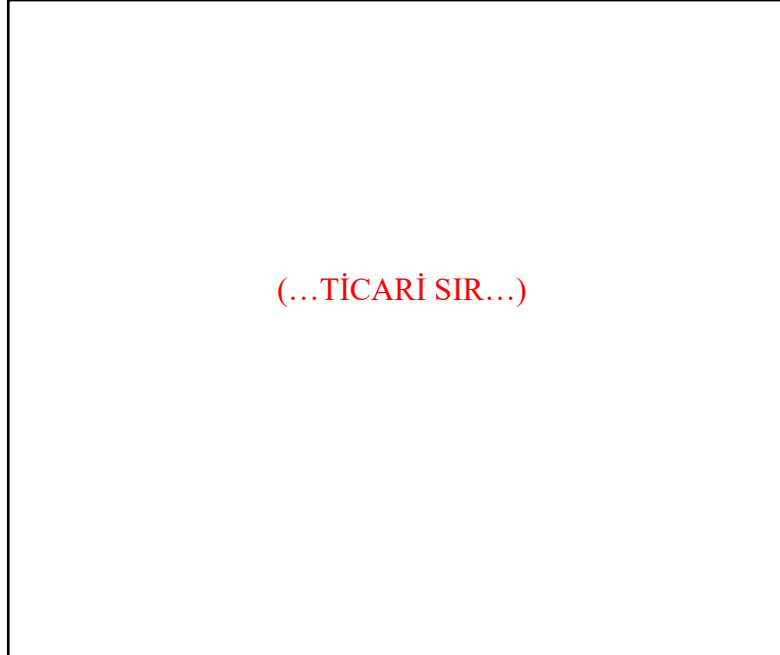
Bir diğer ağırlık kısıtlımı olan “2-20 kg Arasındaki Platforma Bağlı Posta Hizmetleri” alt pazarına ilişkin olarak, PHS’lerin 2022-2025 yılları arasındaki gönderi adetlerine ve gelirlerine göre pazar paylarına ise sırasıyla Şekil 13 ve Şekil 14’te yer verilmektedir.

Şekil 13: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Adetlerine Göre Pazar Payları (2-20 KG)



Kaynak: BTK

Şekil 14: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Gelirlerine Göre Pazar Payları (2-20 KG)



Kaynak: BTK

Bu kapsamda Şekil 13 ve Şekil 14 incelendiğinde; e-ticaret posta kolisi/kargosu pazarında 2-20 kg gönderiler özelinde PHS’lerin genel olarak dalgalı pazar paylarının olduğu, istikrarlı bir artışa ve yüksek paya sahip bir PHS’nin görülmediği söylenebilmektedir. Bu çerçevede Trendyol Express’in adet ve gelir bazında 2022’de sırasıyla yaklaşık (...) ve (...) bandında seyreden pazar payının 2025’te sırasıyla yaklaşık (...) ve (...) seviyesine düştüğü görülmektedir. 2022 yılında onu en yakından takip eden Hepsijet’in gelir ve adet bazında sırasıyla (...) ve (...) bandındaki pazar payı ise 2025’te (...) ve (...) bandına düşmüştür. Bu noktada hem Trendyol Express’in hem de Hepsijet’in yıllar içerisinde istikrarlı olmayan, oldukça dalgalı seyreden pazar paylarının olduğu görülmektedir. Neticede, söz konusu oranların, herhangi bir PHS’nin işbu alt pazarda rakiplerinden fark edilir bir şekilde bağımsız olarak hareket edebilmesine imkân sağlayan bir güce sahip olmadığını gösterdiği değerlendirilmektedir.

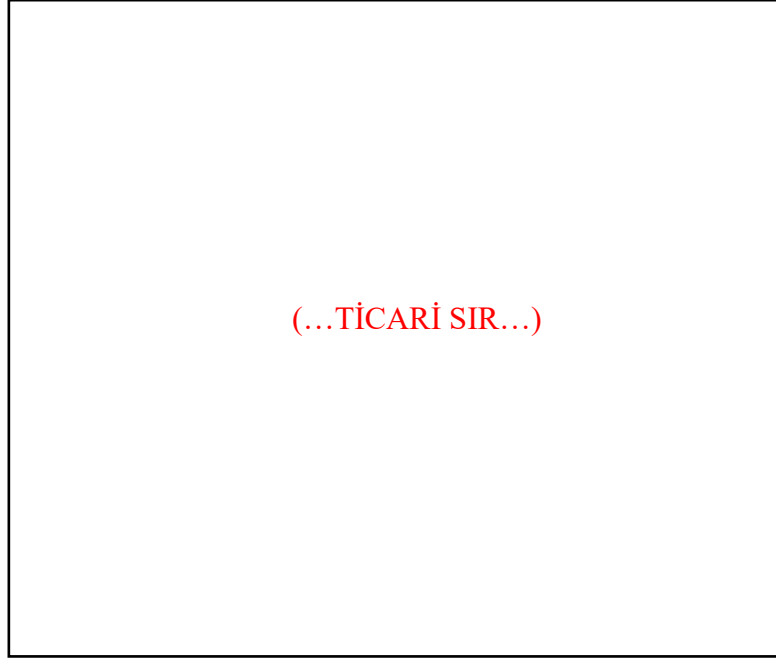
“20-30 kg Arasındaki Platforma Bağlı Posta Hizmetleri” alt pazarına ilişkin olarak ise, PHS’lerin 2023-2025 yılları arasındaki gönderi adetlerine ve gelirlerine göre pazar paylarına sırasıyla Şekil 15 ve Şekil 16’da yer verilmektedir.

Şekil 15: PHS’lerin E-ticaret Gönderi Adetlerine Göre Pazar Payları (20-30 kg)



Kaynak: BTK

Şekil 16: PHS'lerin E-ticaret Gönderi Gelirlerine Göre Pazar Payları (20-30 kg)



Kaynak: BTK

Şekil 15 ve Şekil 16 incelendiğinde; 2023-2025 yılları arasındaki 20-30 kg aralığında yer alan gönderi adetlerinde 2025 yılı için Hepsijet'in (...) oran ile ilk sırada yer aldığı, onu (...) ile Sürat Kargo'nun izlediği görülmektedir. Trendyol Express ise bu kg aralığında son derece düşük bir oran olan (...) oranına sahiptir. Gelirlere bakıldığında da 2025 yılında sıralama değişmemekte olup Hepsijet (...), Sürat Kargo (...)’lik oranlara sahipken Trendyol Express’in oranı (...) ile yine düşük seyretmektedir. Son dört yıl içerisinde her ne kadar Hepsijet ve Aras Kargo’nun pazar payları (...) seviyelerine çıksa da söz konusu payların istikrarlı olmaması, dalgalı bir seyir izlemesi ve 20-30 kg aralığındaki gönderilerin PHS’lerin e-ticaret gönderilerinin (...)’ini dahi teşkil etmemesi nedeniyle işbu alt pazar kırılımında herhangi bir pazar gücü tespiti için uygun koşulların bulunmadığı değerlendirilmektedir.

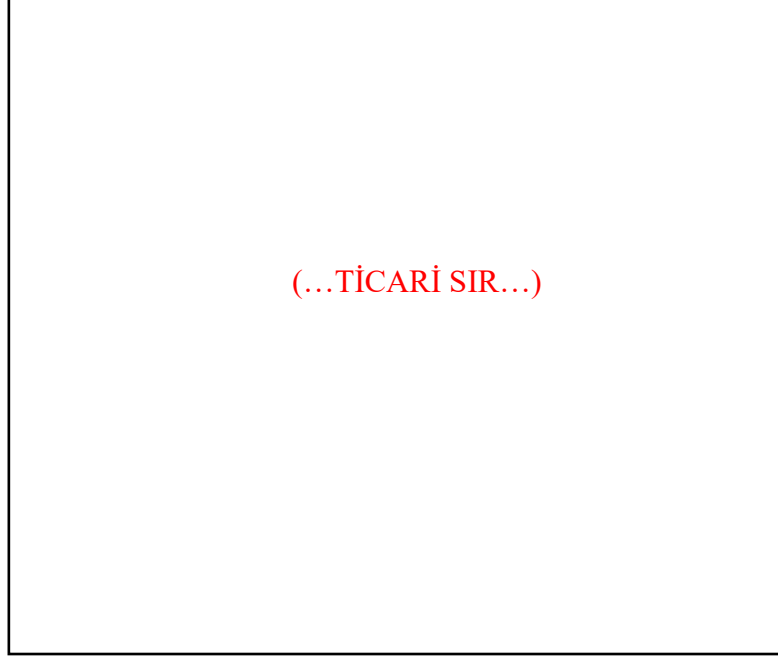
Netice itibarıyla, platforma bağlı posta hizmetleri pazarında 0-2 kg, 2-20 kg ve 20-30 kg aralığındaki gönderilere ilişkin pazar payları değerlendirildiğinde; Trendyol Express’in (...)’a varan istikrarlı ve yüksek pazar payları ile e-ticaret gönderilerinin en çok taşındığı 0-2 kg aralığındaki alt pazarı tek başına domine edebilmesine; başka bir ifadeyle, rakiplerinden fark edilir bir şekilde bağımsız olarak hareket edebilmesine ve rekabeti etkileyebilmesine imkân sağlayan önemli bir güce sahip olduğu söylenebilmektedir.

5.2 Dengeleyici Alıcı Gücünün Düşüklüğü veya Olmaması

İlgili pazarda faaliyet gösteren işletmecilerin müşterilerden bağımsız hareket edebilme gücüne sahip olması, söz konusu işletmecilerin pazar gücünü artırıcı bir sonuç doğurmaktadır. Tedarikçi tarafında tekel niteliğinde bir yapı söz konusu olsa dahi talep tarafında güçlü bir dengeleyici alıcı gücünün varlığı işletmecinin sahip olduğu pazar gücünü kullanabilme olasılığını önemli ölçüde azaltmaktadır. Başka bir ifadeyle, pazarda belirli bir seviyede pazarlık gücüne sahip müşterilerin bulunması, ilgili pazarda faaliyet gösteren işletmecilerin bağımsız şekilde hareket edebilme kabiliyetini kısıtlamaktadır. Söz konusu pazarlık gücü, müşterinin büyüklüğünden veya sunacağı avantajlardan (platform gönderileri için PHS'lere sağlanan barem destekleri gibi) kaynaklanabilmektedir. Dengeleyici alıcı gücünün varlığından söz edebilmek için bir fiyat artışı ya da fiyat artışı tehdidi oluştuğunda müşterilerin (makul bir zaman içerisinde) diğer alternatiflere geçebilme olanağına sahip olmaları gerekmektedir.

Bilindiği üzere Trendyol, (...) seviyesindeki pazar payı (Şekil 3 ve Şekil 4) ile Türkiye'deki en büyük e-ticaret platformu olması dolayısıyla, işbu pazarda PHS'ler açısından en önemli ve en büyük müşteri konumundadır. Nitekim, Şekil 17'de de PHS'lerin yıllar içerisinde artan ve kendi taşıma hacimlerinde önemli pay tutan e-ticaret platform gönderilerinin büyük kısmının Trendyol kaynaklı olduğu görülmektedir. Bu itibarla 2025 yılında Trendyol Express hariç ilk beş sırada yer alan PHS'nin kendi toplam e-ticaret gönderileri arasındaki Trendyol'un oranlarına bakıldığında; Sürat Kargo'nun adet bazında (...) oranı, PTT'nin gelir bazında (...) oranı ile birinci sırada olduğu; onu adet bazında (...) oranı ile PTT'nin gelir bazında (...) oranı ile Sürat Kargo'nun izlediği diğer PHS'ler için Trendyol gönderilerinin oranının ise (...)-(...) arasında değiştiği görülmektedir.

Şekil 17: PHS'lerin Toplam E-ticaret Gönderilerinde Trendyol Platformunun Oranı (2025)



Kaynak: BTK

Söz konusu veriler PHS'lerin Trendyol platformuna büyük ölçüde bağlı hale geldiğini bir kez daha desteklemekte; başka bir ifadeyle PHS'ler için işbu platforma bağlı posta hizmetleri pazarında Trendyol'un PHS'ler karşısındaki güçlü konumunun, PHS'nin pazarlık gücünü azaltıcı bir unsur olarak ortaya çıkabileceğini göstermektedir.

Bu pazar koşullarına, Trendyol'un sadece kendine hizmet sunan dikey bütünleşik iştiraki konumundaki bir PHS ve özellikle de 0-2 kg alt pazarında önemli bir güce sahip bir rakip olarak Trendyol Express vasıtasıyla ilgili pazarda yer aldığı hususu da eklendiğinde, diğer PHS'ler için oldukça düşük bir dengeleyici alıcı gücünün bulunduğu; başka bir ifadeyle, müşterileri statüsündeki platformlardan bağımsız hareket edebilme kabiliyetlerinin düşük olduğu söylenebilecektir.

5.3 Finansal Kaynaklara veya Sermaye Piyasalarına Kolay ve Ayrıcalıklı Erişim İmkânı

Trendyol Express'in, Türkiye'nin e-ticaret alanındaki en büyük dijital platformu konumundaki Trendyol bünyesinde faaliyet göstermesinin, finansal kaynaklara erişim bakımından yapısal bir avantaj sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer almanın

doğal sonucu olarak Trendyol Express'in sermaye desteğine, iç kaynak aktarımına ve grup içi finansman mekanizmalarına görece daha hızlı ve esnek şekilde erişebilmesi mümkündür. Bu durum, özellikle hızlı kapasite artışı gerektiren posta sektöründe yatırım finansmanı açısından dikkate değerdir.

Benzer şekilde, Hepsiburada çatısı altındaki Hepsijet'in de grup içi finansman ve sermaye desteği bakımından avantajlı konumda olduğu söylenebilmekle birlikte, platform ölçeği ve pazar gücü dikkate alındığında; başka bir ifadeyle Trendyol'un e-ticaret pazarındaki lider konumu ve işlem hacmi büyüklüğü dikkate alındığında, bu ölçeğin sağladığı nakit akışı kapasitesi ve yatırım gücünün Trendyol Express açısından görece daha güçlü ve sürdürülebilir olduğu değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak hem Trendyol Express hem de Hepsijet'in, grup şirketi olmaları nedeniyle finansal kaynaklara erişim bakımından platformdan bağımsız posta şirketlerine kıyasla avantajlı bir konumda oldukları değerlendirilebilmekle birlikte, Trendyol'un pazar liderliği, işlem hacmi ve finansal kapasitesi dikkate alındığında, bu yapının Trendyol Express lehine görece daha güçlü ve stratejik bir finansal konum oluşturduğu söylenebilmektedir.

5.4 Ölçek Ekonomisi

Ölçek ekonomisi, çıktı miktarının artması ile ortalama maliyetlerin düştüğü bir yapıyı ifade etmektedir. Bu durum özellikle teknolojiye dayalı üretim yapılan ve değişken maliyetlere kıyasla sabit maliyetlerin çok yüksek olduğu pazarlarda görülmektedir. Posta sektörü özelinde platforma bağlı posta hizmetleri de ölçek ekonomisinin oluşmasına imkân tanıyan sektörlerden birisidir. Mevcut kurulu taşıma ağının sağladığı kapasitenin kullanım oranına/miktarına bağlı olarak sunulan hizmet başına düşen birim maliyet farklılaşabilmektedir. Örneğin gönderi hacmi arttıkça kapasite kullanımının artması sonucu sabit maliyetler değişmemekle birlikte, PHS'lerin sunduğu hizmetlerin ortalama birim maliyetlerinde düşüşler ortaya çıkabilmektedir. Bunun dışında ölçek ekonomisi neticesinde araç doluluk oranları yükselmekte, teknolojik yatırımların amortisman süresi kısalmakta, son etap dağıtımında rota optimizasyonu iyileşmekte, aktarma merkezlerinin sayısı ve otomasyon seviyesi artmakta, neticede teslimat süreleri kısalmakta ve

operasyonel maliyetler de optimize edilmektedir¹⁵. Dolayısıyla, ölçek ekonomisinin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan söz konusu maliyet avantajının, PHS’lerin operasyonel verimliliğini artırdığı ve rekabetçi güçleri üzerinde olumlu etkisi bulunduğu değerlendirilmektedir. Daha düşük hacimli rakiplerin birim maliyetlerinin görece yüksek kalmasıyla ölçek ekonomisi, pazardaki yoğunlaşmayı güçlendiren ve pazardaki konumun kalıcılığını artıran bir unsur haline gelmektedir.

Bu değerlendirmeler neticesinde Trendyol Express’in bilhassa 0-2 kg alt pazarında (...)’ı aşan paya ulaşması ve toplam e-ticaret gönderilerinde (...) seviyesinde pazar payına sahip olması nedeniyle, diğer PHS’lere nazaran daha yüksek ölçek avantajına sahip olduğu söylenebilmektedir. Ölçek ekonomisinden kaynaklanan bu avantaj, platformun toplam maliyet yapısını optimize etmesine ve Trendyol Express’in pazardaki fiyatlandırma stratejisinde avantaj elde etmesine de katkı sağlayabilmektedir. Dolayısıyla, Trendyol Express’in Trendyol platformu ile arasındaki ölçek ekonomisinden de faydalanan ilişkinin, yalnızca ortalama fiyat seviyesinde değil, rekabet stratejisi bağlamında da değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

5.5 Dikey Bütünleşme

İşbu doküman kapsamında yapılan değerlendirmeler çerçevesinde, dikey bütünleşme modelinin platforma bağlı posta hizmetleri pazarına etki eden belirgin yapısal özelliklerden biri olduğu söylenebilecektir. Platformun hem talebi yaratan taraf hem de bu talebin önemli bir kısmını taşıyan PHS’nin sahibi olması, klasik tedarikçi-alıcı ilişkisinden farklı bir yapıyı ortaya çıkarmaktadır. Daha önce de yer verildiği üzere işbu pazarda Trendyol Express, Hepsijet ve PTT kendi e-ticaret platformları ile dikey bütünleşik olarak hizmet sunmaktadır. Dikey bütünleşme, platformun;

- Kendi iştirakine hacim garantisi sağlayabilmesi, dağıtım tercihlerini belirleyebilmesi, kargo akışlarını yönlendirebilmesi,
- Talep dalgalanmalarını öncelikli olarak kendi iştiraki lehine yönetebilmesi,
- Kampanya ve teslimat seçeneklerini iştirakiyle koordineli şekilde tasarlayabilmesi,

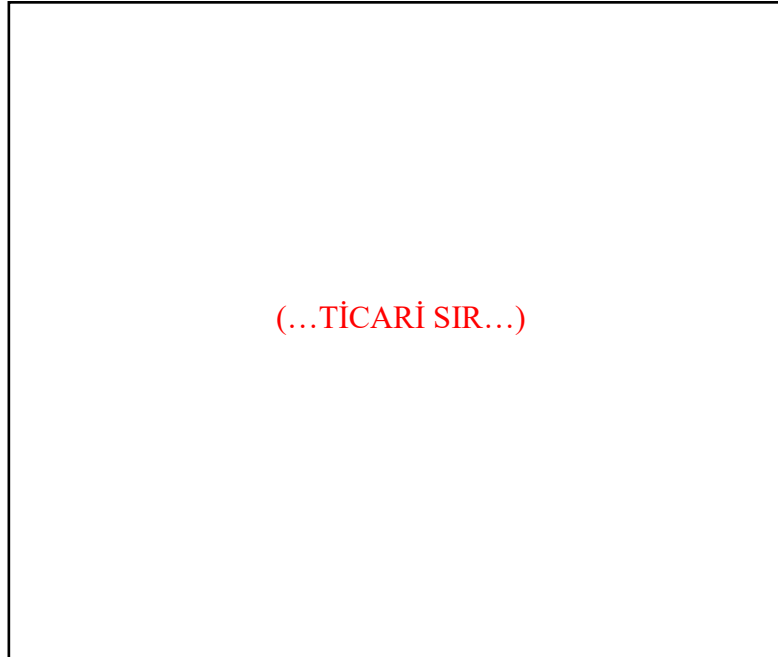
¹⁵ BÜYÜKTANIR M. Can (Posta Sektöründe Birleşme-Satın Almalar ve Posta Sektörüne Etkileri, BTK Bilişim Uzmanlık Tezi, 2022)

- Veri erişimi avantajlarıyla bu şekilde dolaylı yönlendirme yapabilmesi ve PHS'ler arasındaki gönderi dağılımını şekillendirebilmesine imkân sağlaması

gibi iştiraki lehine etkiler doğurabilmektedir¹⁶. Bu durum, özellikle platformdan bağımsız hareket eden (dikey bütünleşik olmayan) PHS'ler açısından rekabet baskısını artırmakta, orta ve uzun vadede oyuncuların pazar paylarının daralmasına yol açabilecek dinamik bir yapı ortaya çıkarmaktadır (Şekil 18).

Nitekim 2025 yılında Trendyol e-ticaret platformuna hizmet sunan PHS'lerin bu platformdaki adet ve gelire göre pazar paylarına yer verilen Şekil 18'e bakıldığında, Trendyol'un gönderilerinin (...)’ünün kendi dikey bütünleşik dağıtım ağı olan Trendyol Express tarafından taşındığı, bu hizmetin karşılığında ise tüm PHS'lerin elde ettiği gelirlerin yaklaşık (...)’ini Trendyol Express’in aldığı görülmektedir. Trendyol Express’i takip eden en yakın PHS ise önemli bir farkla, adet bazında (...) oranı ile gelir bazında ise (...) oranı ile Aras Kargo’dur.

Şekil 18: 2025 yılı Trendyol E-ticaret Platformu Gönderilerinin PHS'lere Dağılımı



Kaynak: BTK

¹⁶ BÜYÜKTANIR M. Can (Posta Sektöründe Birleşme-Satın Almalar ve Posta Sektörüne Etkileri, BTK Bilişim Uzmanlık Tezi, 2022)

Dolayısıyla, Trendyol platformunun e-ticaret pazarında (...)’in üzerinde paya sahip olması, bu platform üzerinden gerçekleştirilen gönderilerin önemli bir kısmının platformun dikey bütünleşik iştiraki olan Trendyol Express tarafından taşınması ve Trendyol Express’in işbu platforma bağlı posta hizmetleri pazarında kayda değer bir pazar payına ulaşmış olması gibi durumların, dikey bütünleşmenin ilgili pazarda yol açtığı dezavantajı gösterdiği değerlendirilmektedir.

5.6 Potansiyel Rekabetin Olmaması

Potansiyel rekabet, yeni işletmecilerin ilgili pazara giriş imkânını ifade etmektedir. Potansiyel rekabetin varlığı, mevcut rakiplerin sayısı etkin bir rekabete yol açacak seviyede olmasa dahi, tarife yapılarının rekabetçi bir seviyede belirlenmesine yol açabilmektedir. Dolayısıyla EPG’nin tespitinde pazara girişte karşılaşılan zorlukların düzeyi ve çeşidi önem kazanmaktadır.

Platformların, gönderilerini taşıyacak PHS’lere ilişkin belirli performans ve uygunluk kriterleri uygulamasının, pazara yeni girişleri sınırlayıcı bir etki oluşturma potansiyeli bulunduğu değerlendirilmektedir. Diğer bir ifadeyle, platformlara hizmet sunan PHS’lerin belli bir büyüklüğe ya da hizmet kalitesine sahip olmasının beklendiği, istenilen performans ve uygunluk kriterlerinin karşılanması anlamında yeni oyuncuların platforma bağlı posta hizmetleri pazarına girişinin zor olabileceği değerlendirilmektedir. Daha önce de yer verildiği üzere, platformlar ile dikey bütünleşik yapıda hizmet sunan PHS’lerin sahip olduğu avantajlar da göz önünde bulundurulduğunda, kısa ve orta vadede etkin potansiyel rekabetin sağlanması için gerekli kriterlerin karşılanmasının önemli olduğu değerlendirilmektedir.

İlgili pazarda etkin rekabet, pazardaki gelişmelerden kaynaklanan, direkt olmayan kısıtların EPG’ye sahip işletmeciler üzerinde yeterli rekabetçi baskı yarattığı durumlarda desteklenmiş olmaktadır. Özellikle de kullanıcıların Trendyol üzerinden bir ürün siparişi verdiğinde, PHS seçim hakkı olmaksızın ilgili platformun kendi inisiyatifiyle uygun hizmet sağlayıcısını ve özellikle de kendi iştiraki olan Trendyol Express’i yönlendirdiği durumlarda (özellikle 0-2 kg alt pazarındaki Trendyol Express’in yüksek pazar payı göz önünde bulundurulduğunda), ilgili alt pazarda potansiyel rekabet zafiyeti olabileceği söylenebilecektir.

5.7 Genişleme Önündeki Engeller

Platforma bağlı posta hizmetleri pazarında genişleme önündeki engeller hem yapısal hem de davranışsal unsurlar içerebilmektedir. Öncelikle, ulusal ölçekte yetkilendirme için gerekli olan asgari sermaye ve özmal elektrikli taşıt şartları, yeni girişler açısından başlangıç maliyetlerini yükseltmektedir. Bunun yanında dağıtım merkezi kurulumu, yazılım altyapısı geliştirilmesi ve insan kaynağı yatırımları ciddi maliyet kalemleri olarak ortaya çıkmaktadır.

Bunun ötesinde, platformların gönderi hacminin belirli PHS’lerde yoğunlaşması, yeni veya küçük ölçekli PHS’lerin yeterli hacme ulaşmasını güçleştirmektedir. Hacim olmaksızın maliyetlerin düşürülememesi, maliyetler düşürülemedikçe de rekabetçi fiyat sunulamaması şeklinde bir döngü ortaya çıkabilmektedir.

Nitekim, 6563 sayılı Kanun gereğince Trendyol Express’in; sadece Trendyol platformu üzerinden sipariş verilen ürünlerin alıcısına gönderilmesi için hizmet sunduğu, bununla birlikte 2025 yılı itibarıyla özellikle 0-2 kg alt pazarında adet olarak (...)’i gelir olarak (...)’ü bulan pazar paylarına ulaştığı, en yakın rakibiyle arasında büyük farkın olduğu (Şekil 11 ve Şekil 12) ve Trendyol platformu aracılığıyla oluşturulan gönderilerin ancak yaklaşık (...)’ının Trendyol Express dışındaki PHS’ler tarafından taşındığı göz önünde bulundurulduğunda, rekabetin bu sınırlı alanda diğer PHS’ler arasında yaşandığı; dolayısıyla bu anlamda işbu pazarın etkin rekabet koşullarını sağlayamamakla birlikte genişlemesi için gerekli olan, pazara potansiyel girişlerin ve rekabet baskısının da zayıf olduğu söylenebilmektedir.

İlgili pazardaki rekabet seviyesinin analiz edilmesini teminen ele alınan kriterlere ilişkin olarak yukarıda yapılan değerlendirmeler çerçevesinde, başta pazar payları olmak üzere dengeleyici alıcı gücünün düşüklüğü veya olmaması, ölçek ekonomisi, genişleme önündeki engeller, dikey bütünleşme, finansal kaynaklara veya sermaye piyasalarına kolay ve ayrıcalıklı erişim imkânı ve potansiyel rekabetin olmaması kriterleri birlikte değerlendirildiğinde; platforma bağlı posta hizmetleri pazarının özellikle 0-2 kg gönderilerinin yer aldığı alt pazar kırılımında Trendyol Express lehine yoğunlaşma eğiliminin olduğu ve bu yeni rekabet dinamiklerinin platform ilişkisi bulunmayan bağımsız PHS’ler aleyhine şekillenebileceği yönünde güçlü göstergeler bulunduğu değerlendirilmektedir.

Soru 5

Platforma bağlı posta hizmetleri pazarında başta pazar payı olmak üzere, dengeleyici alıcı gücünün düşüklüğü veya olmaması, ölçek ekonomisi, genişleme önündeki engeller, dikey bütünleşme, finansal kaynaklara veya sermaye piyasalarına kolay ve ayrıcalıklı erişim imkânı ve potansiyel rekabetin olmaması gibi kriterler kapsamında yapılan değerlendirmelere katılıyor musunuz? Görüşlerinizi gerekçeleriyle birlikte ifade ediniz.

6 ETKİN PİYASA GÜCÜNE SAHİP HİZMET SAĞLAYICILARIN BELİRLENMESİ

İşbu platforma bağlı posta hizmetleri pazarının özellikle 0-2 kg kırılımındaki alt pazarında başta sahip olduğu yüksek ve istikrarlı pazar payları olmak üzere Trendyol Express'in ekonomik güç ve yapısal avantajlar bakımından rakiplerine kıyasla daha avantajlı bir konumda bulunduğu, bu avantajların finansal kaynaklara veya sermaye piyasalarına kolay ve ayrıcalıklı erişim imkânı, ölçek ekonomisi, dikey bütünleşme, dengeleyici alıcı gücünün düşüklüğü veya olmaması, genişleme önündeki engeller, potansiyel rekabetin olmaması gibi diğer kriterlerle desteklendiği ve söz konusu unsurların işbu pazarın genişlemesi üzerinde belirli ölçüde bariyer etkisi yaratma potansiyeli taşıdığı değerlendirilmesi yapılabilecektir. Bununla birlikte, alternatif platformların mevcudiyeti ve PHS'lerin varlığını sürdürmesinin, işbu pazarda rekabet dinamiklerini tamamen ortadan kaldırmadığını; ancak Trendyol Express'in yapısal avantajlarının rekabet koşullarını önemli ölçüde etkileme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla yapılan analizler neticesinde platforma bağlı posta hizmetleri pazarında 0-2 kg gönderilerine yönelik alt pazarda Trendyol Express'in EPG'ye sahip hizmet sağlayıcı olarak belirlenmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

Soru 6

Platforma bağlı posta hizmetleri pazarında 0-2 kg gönderileri özelinde Trendyol Express'in EPG'ye sahip olduğu değerlendirmesine katılıyor musunuz? Görüşlerinizi gerekçeleriyle birlikte ifade ediniz.

7 EPG'YE SAHİP HİZMET SAĞLAYICILARA GETİRİLECEK YÜKÜMLÜLÜKLER

İlgili pazarda EPG'ye sahip işletmecinin tespit edilmesi, söz konusu pazarda etkin rekabetin bulunmadığının bir kanıtı olmakta ve yapılan pazar analizinde ulaşılan sonuçlara göre etkin rekabetin tesisi ve devamı açısından gerekli görülen tedbirlerin alınması gerekmektedir. Sonrasında ise EPG'ye sahip işletmecinin rekabeti bozucu uygulamalarının önüne geçilmesini hedefleyen orantılı tedbir ve yükümlülükler belirlenmektedir. Bu bağlamda, ilk olarak incelenen pazarda rekabet ihlaline yol açabilecek uygulamaların değerlendirilmesi, getirilecek düzenleyici tedbirlerin tespiti açısından önem arz etmektedir.

Rekabet politikaları çerçevesinde işletmecilerin rekabeti kısıtlayıcı uygulamaları temelde rakipleri dışlayan fiyat dışı uygulamalar (düşük kalitede hizmet sunma, olası erişim taleplerini reddetme ya da erteleme taktikleri uygulama gibi) ile fiyata dayalı uygulamaların yanı sıra son kullanıcıların aleyhine (aşırı fiyat belirleme, düşük kalite gibi) uygulamalar olarak da ortaya çıkabilmektedir.

İşbu platforma bağlı posta hizmetleri pazarına bakıldığında ise rekabetin sağlanmasına dair temel sorunların, ülkemizdeki e-ticaret alanındaki en büyük hacme sahip olan dijital platformun (Trendyol) dağıtım faaliyetlerinin (...) seviyesindeki büyük bir oranını kendi dikey bütünleşik iştiraki olan bir PHS'ye, Trendyol Express'e yönlendirmesi kaynaklı olarak ortaya çıkabileceği değerlendirilmektedir. Başka bir ifadeyle, Trendyol Express'in, Trendyol'un e-ticaret pazarındaki gücünü dikey ilişkili posta hizmetleri pazarındaki iştiraki vasfıyla çeşitli davranışlarla bozabilme potansiyeli, sahip olduğu pazar payları da dikkate alındığında, ilgili pazarı rekabet ihlallerine açık bir konuma getirmektedir. Bu çerçevede Trendyol Express'in, Trendyol'un e-ticaret pazarında sahip olduğu gücü kullanarak rakiplerini dışlayıcı ve/veya sömürücü politikalar izlemesi, işbu pazarı kapatma etkisine yol açabilecek davranışlarda bulunması muhtemeldir.

Artan e-ticaret hacminin de bir sonucu olarak PHS'lerin e-ticaret gönderilerinin platformlar üzerinden gerçekleşmesinin getirdiği rekabetçi hassasiyetler de göz önüne alındığında, platform tarafından diğer PHS'lere makul ve kabul edilebilir olmayan koşullar öne sürülmesi, iştiraki ile diğer PHS'ler arasında ayırım gözetmesi gibi yollarla ilgili pazara giriş engeli oluşturabileceği veya diğer PHS'lerin EPG'ye sahip hizmet sağlayıcısı ile rekabet edebilmelerinin

engellenebileceği düşünülmektedir. Nitekim Trendyol’un gönderilerinin yaklaşık (...)’ı Trendyol Express tarafından taşınırken, Trendyol Express dışındaki diğer tüm PHS’ler hizmet sunabilmek için (...)’lık bir dilim içinde rekabet etmektedir.

Bu noktada Trendyol ve Trendyol Express arasındaki gerek sözleşmesel gerekse de yapısal ilişkinin kapsamı ve ayrıntıları, işbu pazarda Trendyol ile diğer PHS’ler arasındaki ilişkinin adil rekabet ortamını sağlayacak ve en nihayetinde tüketici faydasına uygun olacak şekilde kurgulandığının teyit edilmesi için önemli görülmektedir.

Nitekim söz konusu e-ticaret platformları kaynaklı rekabet ihlalleri ve tüketici odaklı hususlar, söz konusu platformların AB’de de gerek Dijital Pazarlar Yasası (DMA) gerekse Dijital Hizmetler Yasası (DSA) düzenlemeleri kapsamında e-ticaret platformlarının öncül olarak düzenlemeye tabi tutulmalarının ardında yatan önemli motivasyonlardır. DMA’nın 6 ncı maddesi kapsamında “eşik bekçisi (*gatekeeper*)” olarak tanımlanan platformların kendi hizmetlerini üçüncü taraf hizmetlere kıyasla kayırması yasaklanmakta; ayrıca ticari kullanıcılardan elde edilen verilerin, bu kullanıcılarla rekabet edilen alanlarda kullanımı sınırlandırılmaktadır. DSA kapsamında ise, kargo seçeneklerinin sıralanmasında kullanılan kriterlerin açıklanması ve kullanıcı tercihlerini manipüle eden uygulamalardan kaçınılması önem arz etmektedir.

Bu çerçevede, platform ile dikey iştiraki arasında veri ve algoritma düzeyinde ayrışma sağlanması da sürdürülebilir rekabet açısından kritik görülmektedir. Nitekim, Trendyol Express’in Trendyol’un platform içerisinde sahip olduğu ve işlediği kullanıcı verisine erişmesi, bu bilgiyi yüksek hacimli e-ticaret hizmet sağlayıcılarına ulaşmasını kolaylaştırabilecek şekilde kullanarak anlaşma sağlaması ve/veya rakip PHS’lere kıyasla cazip teklifler sunabilmesi, Trendyol Express’e önemli bir rekabetçi avantaj sağlayacaktır.

Dolayısıyla, Trendyol’un e-ticaret alanındaki platformlar arasında sahip olduğu önemli pazar gücünü dikey olarak kendi iştiraki lehine aktarması durumunda Trendyol Express’in 0-2 kg alt pazar kırılımında rakiplerini dışlayıcı rekabet politikaları izlemesi ya da sebep olması ve Trendyol’un bu çerçevede diğer PHS’lere yüksek fiyatla ve/veya farklı koşullarda anlaşması, başka bir ifadeyle makul olmayan ya da ayrımcı şartlar öne sürmesi ya da iştirakini rekabet

ihlaline konu olacak şekilde destekleyerek kaynak aktarımı ya da çapraz sübvansiyon yapması gibi rekabeti kısıtlayıcı davranışlar söz konusu olabilecektir.

Nihayetinde bu tür platform davranışlarının posta hizmetleri pazarındaki diğer PHS'lerin maliyetlerinin artırılması, platform taşıma hacimlerinin kısıtlanması ve pazarın dışına itilmesi gibi çeşitli etkileri olabilecektir. Bu bağlamda, işbu platforma bağlı posta hizmetleri pazarında 0-2 kg aralığındaki gönderiler için rekabet sorunlarına yol açabilecek pazar koşullarının önüne geçilmesini teminen EPG'ye sahip olduğu tespit edilen Trendyol Express'e yönelik olarak yükümlülükler getirilmesi ve pazarda görülmesi muhtemel rekabet sorunları ile orantılı düzenleyici tedbirlerin belirlenmesi gerekmektedir.

Bu amaçla getirilmesi uygun görülen yükümlülükler ile söz konusu yükümlülüklerin ayrıntılarına aşağıda yer verilmektedir.

7.1 Şeffaflık Yükümlülüğü

Yukarıda yer verilen olası rekabet ihlalleri çerçevesinde özellikle Trendyol'un hizmet kalitesi ve performans ölçütlerini belirlerken Trendyol Express lehine ayrımcılık yapmaması, iştirakini kayırmaması ya da objektif kriterler çerçevesinde hareket etmesi büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla, işbu pazarda öngörülebilirliğin sağlanması ve adil rekabet ortamının temini için Trendyol ile Trendyol Express arasındaki ticari ilişkinin her boyutuyla şeffaf olması ve diğer PHS'lerin söz konusu ilişki hakkında şeffaf biçimde bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Bu itibarla Trendyol Express'in Trendyol ile arasında kurgulanan ticari iş modeline ilişkin işbu pazarda etkin rekabeti sağlamaya yönelik her türlü verinin ve sözleşme esaslarının şeffaf olması önem arz etmektedir. Bu kapsamda Trendyol Express'in;

- Trendyol ile arasındaki güncel fiyatlandırma esaslarını, hizmet seviyeleri taahhütlerini, gerçekleşen teslimat sürelerini, sözleşmeye dayalı cezai şartları ve performans kriterlerini açık, erişilebilir ve doğrulanabilir şekilde internet sayfasında yayımlaması,
- Bu unsurlarda yapılacak değişiklikleri en az 5 (beş) gün öncesinde Kuruma bildirmesi ve söz konusu bilgilendirmeleri internet sayfasında yayımlaması

gerekmektedir. Bu yükümlülüğün uygulanma esasları Kurum tarafından belirlenebilecektir.

7.2 Tarife Kontrolüne Tabi Olma Yükümlülüğü

Trendyol ile Trendyol Express arasındaki dikey bütünleşik yapının işbu posta hizmetleri pazarındaki faaliyetleri kapsamında rekabete aykırı olacak şekilde Trendyol tarafından Trendyol Express'e bir kaynak aktarımına, maliyet altı fiyatlandırmaya, çapraz sübvansiyona ya da yıkıcı fiyatlandırmaya imkân sağlayacak şekilde kurgulanmaması esas olmalıdır. Bu itibarla Trendyol Express'in;

- Trendyol ile arasındaki her bir hizmet bedelini (uygulanan tarifeleri) ya da Trendyol'dan tahsil edilen tüm bedelleri, ilgili alt hizmet ve maliyet kırılımlarını da içerecek şekilde kalemler halinde üçer aylık periyotlarla Kuruma göndermesi,
- Bu hususlarda yapılan değişiklikleri en az 5 (beş) gün öncesinde Kuruma bildirmesi gerekmektedir. Bu yükümlülüğün uygulanma esasları Kurum tarafından belirlenebilecektir.

7.3 Veri Erişiminin Yasaklanması Yükümlülüğü

Trendyol Express'in, Trendyol'un dikey bütünleşik iştiraki olarak, işbu pazarda rakip PHS'ler aleyhine rekabetçi avantaj elde etmesini sağlama ya da Trendyol'un iştirakini kayırma ihtimaline karşı getirilebilecek yükümlülükler çerçevesinde platform faaliyetleri kapsamında elde edilen müşteri davranış verileri, ticari hassas veriler ile posta hizmetlerine ilişkin operasyonel veriler de dahil olmak üzere her türlü veriyi kullanmaması esastır. Bu itibarla Trendyol Express'in,

- Trendyol'un platform faaliyetleri ile kendi posta hizmetleri faaliyetleri arasındaki etkin veri ayrıştırmasını sağlaması,
 - Bu hususta ortak personel çalıştırmaması da dahil olmak üzere alınan önlemleri Kuruma bildirmesi
- gerekmektedir. Bu yükümlülüğün uygulanma esasları Kurum tarafından belirlenebilecektir.

Soru 7

Platforma bağlı posta hizmetleri pazarında 0-2 kg gönderileri özelinde etkin rekabetin sağlanması amacıyla getirilmesi planlanan yükümlülüklerle ve ayrıntılarına katılıyor musunuz? Cevabınızı gerekçelendirerek açıklayınız.

8. SONUÇ

Platforma bağlı posta hizmetleri pazarına ilişkin olarak yapılan analiz ve değerlendirmeler neticesinde, 23.05.2013 tarihli ve 28655 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 6475 sayılı Posta Hizmetleri Kanunu ve ilgili diğer posta mevzuatı çerçevesinde;

- Trendyol Lojistik Anonim Şirketi’nin platforma bağlı posta hizmetleri pazarında 0-2 kg aralığındaki gönderiler için EPG’ye sahip olduğu tespit edilmiştir.
- Bu itibarla Trendyol Lojistik Anonim Şirketi’nin
 - Şeffaflık yükümlülüğüne,
 - Tarife kontrolüne tabi olma yükümlülüğüne
 - Veri erişiminin yasaklanması yükümlülüğüne

tabi olması gerekmektedir.

**EK-1: VERİ TALEPLERİNE YANIT VEREN HİZMET SAĞLAYICILAR LİSTESİ
(2025)¹⁷**

- Altur Turizm Servis ve Ticaret Limited Şirketi
- Aramex International Hava Kargo ve Kurye Anonim Şirketi
- Aras Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık A.Ş
- Asilkar Hızlı Kargo Taşımacılık Ticaret Anonim Şirketi
- Bi Bizim Online Kurye Hizmetleri Limited Şirketi
- D Fast Dağıtım Hizmetleri ve Lojistik Anonim Şirketi
- DHL Worldwide Express Taşımacılık ve Ticaret Anonim Şirketi
- Doğan Kurye Toplu Dağıtım Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi
- Eli Uluslararası Taşımacılık ve Turizm Ticaret Limited Şirketi
- Etkin Dağıtım Nakliyat ve Oto Kiralama Hizmetleri Pazarlama Ticaret Limited Şirketi
- Fedex Express Turkey Taşımacılık ve Ticaret Limited Şirketi
- İnter Global Kargo Lojistik ve Taşımacılık Ticaret Anonim Şirketi
- Jetizz Hızlı Taşımacılık Anonim Şirketi
- Kolay Gelsin Dağıtım Hizmetleri Anonim Şirketi
- Kurye Net Motorlu Kuryecilik ve Dağıtım Hizmetleri Anonim Şirketi
- MNG Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık A.Ş
- Paket Taşımacılık Sistemleri A.Ş
- Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketi
- Scotty Kargo Anonim Şirketi
- Port Kargo ve Lojistik Anonim Şirketi
- Turkuvaz Dağıtım Pazarlama Anonim Şirketi
- TR Lojistik Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi
- Trendyol Lojistik AŞ
- UPS Hızlı Kargo Taşımacılığı AŞ
- Yango Dağıtım Hizmetleri Limited Şirketi
- Yurtiçi Kargo Servisi A.Ş.

¹⁷ İşbu dokümanda 20.03.2025 tarihli ve 15975 sayılı ve 05.03.2026 tarihli ve 11113 sayılı Kurumumuz yazıları kapsamında gelen cevabi yazılar doğrultusunda derlenen PHS verileri kullanılmıştır.

**EK-2: VERİ TALEPLERİNE YANIT VEREN HİZMET SAĞLAYICILAR LİSTESİ
(2026)¹⁸**

- A Kurye Tekstil Turizm Temizlik ve Gıda Ticaret Limited Şirketi
- AGT Kurye Hizmetleri Anonim Şirketi
- Altur Turizm Servis ve Ticaret Limited Şirketi
- AN Kurye Kargo Taşımacılık Dağıtım Matbaacılık ve Yayıncılık Ticaret Limited Şirketi
- A Pamukkale Kargo Lojistik ve Taşımacılık Anonim Şirketi
- Aramex International Hava Kargo ve Kurye Anonim Şirketi
- Aras Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık A.Ş
- Bertizgroup Havacılık ve Kargo Taşımacılık Limited Şirketi
- Bi Bizim Online Kurye Hizmetleri Limited Şirketi
- Bir Günde Kargo Lojistik Anonim Şirketi
- Cargox Kargo Taşımacılık Anonim Şirketi (Eski Unvanı Scotty Kargo Anonim Şirketi)
- D Fast Dağıtım Hizmetleri ve Lojistik Anonim Şirketi
- Doğan Kurye Toplu Dağıtım Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi
- Eli Uluslararası Taşımacılık ve Turizm Ticaret Limited Şirketi
- Etkin Dağıtım Nakliyat ve Oto Kiralama Hizmetleri Pazarlama Ticaret Limited Şirketi
- Fedex Express Turkey Taşımacılık ve Ticaret Limited Şirketi
- Güniçi Kurye ve Taşımacılık Ticaret Limited Şirketi
- Hemengetir Teknoloji Limited Şirketi
- İnter Global Kargo Lojistik ve Taşımacılık Ticaret Anonim Şirketi
- Jetizz Hızlı Taşımacılık Anonim Şirketi
- Jetlogi Lojistik ve Pazarlama Ticaret Anonim Şirketi
- Kolay Gelsin Dağıtım Hizmetleri Anonim Şirketi
- Maya Kurye Posta Dağıtım ve Lojistik Hizmetleri Anonim Şirketi
- MNG Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık A.Ş
- Packupp Teknoloji Yazılım ve Lojistik Sanayi Anonim Şirketi
- Paket Taşımacılık Sistemleri A.Ş

- Posta ve Telgraf Teşkilatı Anonim Şirketi
- Port Kargo ve Lojistik Anonim Şirketi
- Sabay Lojistik Anonim Şirketi
- Tem Kuryecilik Kırtasiye Bilgisayar Gıda ve Taşımacılık Sanayi Ticaret Limited Şrketi
- Trendyol Lojistik AŞ
- Ucuz ve Hızlı Elektronik Ticaret Hizmeti Anonim Şirketi
- UPS Hızlı Kargo Taşımacılığı AŞ
- Uzman Dağıtım Kargo Taşımacılık Lojistik Ve İletişim Hizmetleri Limited Şirketi
- Yol Kargo Yurtiçi Yurtdışı Taşımacılık Anonim Şirketi
- Yurtiçi Kargo Servisi A.Ş.
- QS Mikro Dağıtım Anonim Şirketi

EK-3: SORU FORMU

Gönderilecek cevaplarda tarafların gizli kalmasını istedikleri ticari sır niteliğindeki kısımların belirtilmesinde fayda görülmektedir. Yapılan değerlendirmelerle ilgili olarak her türlü yorum ve öneriye açık olunmakla birlikte, pazar analizi çalışmalarında geri dönüşlerden azami şekilde istifade edilebilmesi için her bir yorumun veya önerinin dokümanda yer alan ilgili soru numarası referans gösterilerek yazılması gerekmektedir. Ayrıca, görüş ve önerilerin gerekçeli bir şekilde sunulması büyük önem arz etmekte olup, gerekçesiz olarak sunulan görüş veya önerilerin dikkate alınmaması söz konusu olabilecektir.

Soru 1

İşbu bölüm kapsamında yapılan genel posta hizmetleri ile platformlar ve platforma bağlı posta hizmetlerine ilişkin yapılmış olan değerlendirmelere katılıyor musunuz? Görüşünüz gerekçeleriyle birlikte detaylı şekilde ifade ediniz.

Soru 2

Yukarıda tanımlanan platforma bağlı posta hizmetleri için belirlenen ilgili ürün/hizmet pazarının 0-2 kg, 2-20 kg ve 20-30 kg ağırlık aralıklarına göre alt pazarlara ayrılarak değerlendirilmesine katılıyor musunuz? Cevabınızı gerekçeleriyle belirtiniz.

Soru 3

Platforma bağlı posta hizmetleri için ilgili coğrafi pazarın ülke genelinin olduğu görüşüne katılıyor musunuz? Cevabınızı gerekçeleriyle yazınız.

Soru 4

Platforma bağlı posta hizmetlerine ilişkin yapılan üçlü kriter testine yönelik değerlendirmelere katılıyor musunuz? Görüşünüzü gerekçeleriyle birlikte detaylı şekilde ifade ediniz.

Soru 5

Platforma bağlı posta hizmetleri pazarında başta pazar payı olmak üzere, dengeleyici alıcı gücünün düşüklüğü veya olmaması, ölçek ekonomisi, genişleme önündeki engeller, dikey bütünleşme, finansal kaynaklara veya sermaye piyasalarına kolay ve ayrıcalıklı erişim imkânı ve potansiyel rekabetin olmaması gibi kriterler kapsamında yapılan değerlendirmelere katılıyor musunuz? Görüşlerinizi gerekçeleriyle birlikte ifade ediniz.

Soru 6

Platforma bağlı posta hizmetleri pazarında 0-2 kg gönderileri özelinde Trendyol Express'in EPG'ye sahip olduğu değerlendirmesine katılıyor musunuz? Görüşlerinizi gerekçeleriyle birlikte ifade ediniz.

Soru 7

Platforma bağlı posta hizmetleri pazarında 0-2 kg gönderileri özelinde etkin rekabetin sağlanması amacıyla getirilmesi planlanan yükümlülüklerle ve ayrıntılarına katılıyor musunuz? Cevabınızı gerekçelendirerek açıklayınız.

İletişim Bilgileri

Adres : Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Eskişehir Yolu 10.km No:276
PK: 06530 Çankaya/Ankara
Tel : 0312 412 20 00
Faks : 0312 412 20 80
E-posta : srbilgi@btk.gov.tr