**Btk evrak no: 539**

**T.C.**

**BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM** Tarih : 05.01.2015

**KURUMU** Sayı : 15-001

YETKİLENDİRME DAİRESİ BAŞKANLIĞI

**Konu :** Sualname

İlgi: 02.12.2014 tarihli ve 98966759-151.99/76131 saylı yazınız

Derneğimiz üyelerinden SMŞH yetkilendirmesine sahip işletmecilere iletilen ilgide kayıtlı yazınızda, 5809 sayılı Kanun kapsamında Kurumunuza tevdi edilen görevlere yönelik çeşitli çalışmalar yapıldığından bahisle, Kurumunuz bünyesinde SMŞH uygulamaları ile ilgili bir tez çalışması kapsamında istifade edilmek üzere aşağıda yer alan sualnamenin hazırlanmış olduğu ifade edilerek, tarafların görüşleri talep edilmiştir.

*“Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMSH) Uygulamaları ile ilgili;*

*1) Kurumumuzdan aldığınız SMŞH Yetkilendirmesi kapsamında uyguladığınız iş modelini ayrıntılı bir şekilde açıklayınız.*

*2) SMŞH yetkilendirmeniz kapsamında sunduğunuz hizmetleri açıklayınız.*

*3) SMŞH sunumunda ve/veya piyasaya girişte karşılaşılan engeller ve/veya zorluklar ve varsa bunlara ilişkin çözüm önerilerinizi belirtiniz.*

*4) SMŞH sunumunda dünya uygulamalarını da dikkate alarak ülkemiz için uygulanabilir gördüğünüz iş modelleri hakkında bilgi veriniz.*

*5) SMŞH için piyasaya girişte ve hizmet sunumunda yaşanan zorluklara ilişkin dünya uygulamalarında ülkemiz için uygulanabilir gördüğünüz çözüm önerileri hakkında bilgi veriniz.*

*6) Ülkemizdeki SMŞH sunumuna ilişkin mevcut düzenlemeler mobil elektronik haberleşme piyasası açısında sizce yeterli midir? (Lütfen olumlu veya olumsuz cevabınızın gerekçelerini açıklayınız) Geliştirilebilmesi adına neler yapılabilir?*

*7) Varsa, eklemek istediğiniz diğer hususlar nelerdir?”*

Derneğimiz üyeleri arasında çok sayıda SMŞH yetkilendirmesine sahip işletmeci bulunması ve konunun sektörümüz açısından önemli olması sebebi ile görüşlerimizi Kurumunuza iletme ihtiyacımız doğmuştur. Ancak, Derneğimizin, elektronik haberleşme hizmeti sunan bir işletmeci olmaması sebebi ile ilk iki soruya yönelik görüşümüz bulunmamaktadır. Sualname kapsamındaki 3, 4, 5, 6, 7. sorulara ilişkin cevaplarımızda da SMŞH konusunda mevcut durumda yaşanan sorunlar, dünya örnekleri ve Türkiye için çözüm önerilerine yer verilmiştir. Söz konusu görüşlerimiz ekte bilgilerinize sunulmaktadır.

Saygılarımızla,

Rıdvan UĞURLU Yusuf Ata ARIAK

 Genel Sekreter Yönetim Kurulu Başkanı

TELKODER

Serbest Telekomünikasyon İşletmecileri Derneği

EK: Mobil Pazara ve Sanal Mobil Şebeke Hizmeti İşletmecilerinin Piyasaya Giriş Engellerine Yönelik Görüş ve Değerlendirmeler

**MOBİL PAZARA VE SANAL MOBİL ŞEBEKE HİZMETİ İŞLETMECİLERİNİN PİYASAYA GİRİŞ ENGELLERİNE YÖNELİK GÖRÜŞ VE DEĞERLENDİRMELER**

Ülkemiz telekom sektörünün 2015 yılı gündeminin en önemli maddelerinden birisinin 4G ihalesinin olacağı gerek Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı (UDHB) ve gerekse de Kurumunuz tarafından basına yapılan açıklamalardan anlaşılmaktadır. Söz konusu açıklamalarda, 4G ihalesinin hükümet programına alındığına, 2015 yılında yapılabileceğine ve 4G ihalesinde 2G ve 3G’deki ağır şartların göz önüne alınarak, işletmecilere daha fazla yük getirmeyecek bir modelin hazırlanacağına vurgu yapılmaktadır.

Mobil telekom hizmetleri pazarında gelişmeleri takip etmek ve olası etkilerini öngörebilmek adına, Dünya’da mobil pazarda yaşanan gelişmeler ile düzenleyici otoritelerin yaklaşımları incelenmiş, bu kapsamda alternatif bir işletmecinin mobil pazarda varlık gösterebilmesi için Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH/MVNO) yetkilendirmesine yönelik görüş ve öneriler oluşturulmuştur.

**MOBİL PAZARIN GELİŞİM TRENDİ**

2014 Kasım tarihli “Ericsson Mobility Report”’da yer alan aşağıdaki tabloda, mobil pazarın gelişimine yönelik mevcut verilerin yanı sıra, 2020 yılına ait tahminlere de yer verilmektedir.

|  |
| --- |
| **KEY FIGURES** |
| **Mobile subscription essentials**  | **2013** | **2014** | **2020 forecast** | **CAGR 2014–2020** |  **Unit** |
| Worldwide mobile subscriptions\* | 6,700 | 7,100 | 9,500 | 5% | million |
| Smartphone subscriptions  | 1,900 | 2,700 | 6,100 | 15% |  million |
| Mobile PC, tablet and mobile router subscriptions | 250 | 300 | 650 | 15% |  million |
| Mobile broadband subscriptions | 2,200 | 2,900 | 8,400 | 20% |  million |
| Mobile subscriptions, GSM/EDGE-only | 4,200 | 4,000 | 1,100 | -20% |  million |
| Mobile subscriptions, WCDMA/HSPA | 1,600 | 2,000 | 4,400 | 15% |  million |
| Mobile subscriptions, LTE | 200 | 400 | 3,500 | 45% |  million |
| **Traffic essentials\*\***  | **2013** | **2014** | **2020 forecast** | **CAGR 2014–2020** |  **Unit** |
| Monthly data traffic per smartphone\*\*\* | 700 | 900 | 3,500 | 25% | MB/month |
| Monthly data traffic per mobile PC\*\*\*  | 3,300 | 4,300 | 15,000 | 25% | MB/month |
| Monthly data traffic per tablet\*\*\* | 1,400 | 1,900 | 7,600 | 25% | MB/month |
| Total monthly mobile data traffic | 2 | 3,2 | 25 | 40% | EB/month |
| Total monthly fixed data traffic | 30 | 40 | 140 | 25% | EB/month |
| **Mobile traffic growth forecast** |   |   | **Multiplier 2014–2020** |   | **CAGR 2014–2020** |
| All mobile data |  |  | 8 |  | 40% |
| Smartphones  |  |  | 8 |  | 40% |
| Mobile PC |  |  | 3 |  | 20% |
| Tablets |  |  | 15 |  | 60% |
| \*Using active VLR subscriptions for India |  |  |  |  |  |
| \*\*Monthly data traffic volumes by year end |  |  |  |  |  |
| \*\*\*Active devices |  |  |  |  |  |

*Tablo 1: Mobil sektöre ilişkin veri ve tahminler*

Tablodaki veriler ile rapordaki diğer konular incelendiğinde görülmektedir ki;

* 2014 3. çeyrekte mobil abone sayısı 6,9 Milyar iken, 2020 yılında yıllık %5 büyüme ile abone sayısının 9,5 Milyara ulaşması beklenmektedir.
* Bugün mobil abonelerin çoğunluğu temel niteliklere sahip telefonları kullanırken, bu durum hızla değişmektedir. 2020 yılında akıllı telefon kullanan abone sayısının 6,1 Milyara ulaşması beklenmektedir.
* Akıllı telefon sahipliği mobil veri trafiğini arttıran en önemli etkendir.
* Video, mobil veri trafiği içinde en hızlı ve en yüksek büyüme hacmine sahip uygulamadır.

2014 yılında mobil veri trafiğinin %45’i video kaynaklı iken, 2020’de bu oranın %55’e ulaşması beklenmektedir.

*Şekil 1: Uygulama bazlı mobil veri trafiği*

Görüldüğü üzere mobil pazar tüm dünyada yenilikçi hizmetlerin geliştirilmesine de katkı sağlayacak şekilde hızla gelişmektedir. Uygulama ve son kullanıcı ekipmanlarındaki yenilikler ve yaratıcı uygulamalar, mobil veri ihtiyacını da tetiklemektedir.

Hızla artan veri ihtiyacının gerektirdiği 3G ve 4G yatırımları, şebeke işletme maliyetleri ve ödenen lisans bedelleri ile orantılı şekilde artmayan mobil işletmeci gelirleri karşısında; mobil pazarda birleşme ve devralmalar, şebeke ve/veya tesis paylaşımları gündeme gelmiştir.

**DÜNYA MOBİL PAZAR YAPISINDAKİ DEĞİŞİMLER VE DÜZENLEYİCİ YAKLAŞIMLAR**

OECD tarafından yayımlanan Digital Economy serisinin “Wireless Market Structures and Network Sharing” raporunda mobil sektörde yaşanan birleşme ve devralmalar ile şebeke paylaşımlarının rekabete etkisi ve düzenleyici kuruluşların yaklaşımları incelenmektedir. OECD ülke örnekleri esas alınarak yapılan değerlendirmelerin sonucunda, SMŞH’lerin pazardaki rolüne dikkat çekilmektedir. Söz konusu raporda vurgulanan kritik hususlar şunlardır;

* Pazardaki mobil işletmeci sayısının çok olduğu ülkelerde, pazarın rekabet seviyesinin yüksekliği ile yenilikçi hizmetlerin sunulması daha olanak dahilindedir.
* Mobil işletmeci sayısının ikiden fazla olduğu ülkelerde, bir veya iki mobil işletmecinin hizmet sunduğu ülkelere göre, kapsama ve penetrasyon oranının daha yüksek olduğu gözlenmektedir.
* Birçok ülkede mobil işletmeciler altyapılarını SMŞH’lere açmışlardır. Dünyanın ilk SMŞH’si İngiltere’de 1999 yılında faaliyet başlayan Virgine Mobile’dır. İngiltere’de SMŞH’lerin Pazar payı %15, Fransa’da ise %11’dir.
* 2014 sonu itibarıyla, 17 OECD ülkesinde 3 Mobil işletmeci, 14 ülkede 4 Mobil işletmeci, 3 ülkede de 5 veya daha fazla mobil işletmeci bulunmaktadır. 2014’de Hollanda’da Tele 2, daha önce “full SMŞH” iken mobil işletmeci olacaktır.
* Mobil işletmeci ve SMŞH’lerin sayısının çokluğundan kaynaklanan rekabet ortamı, işletmecileri, hizmet çeşitliliğini, hizmet kalitesini ve fiyat tekliflerini geliştirmeye teşvik etmektedir.
* SMŞH’lerin, tüketicilere anlamlı bir seçenek sunabilmesi için teknik ve ticari olarak mobil işletmecilerden bağımsız hareket edebilmeleri gerekmektedir. Bu durumda bile, eğer toptan pazarda rekabetçi bir ortam yok ise, SMŞH’lerin pazarda rekabetçi bir rol oynayabilmeleri kuşkulu hale gelmektedir.
* Pazar analizleri sonucunda, işletmeci sayısının sürdürülebilir olmaması durumunda, birleşme/devralma yerine gönüllü yapılacak şebeke paylaşım anlaşmaları değerlendirilmelidir.
* SMŞH, tam olarak Mobil işletmeciler arasında gerçekleştirilen şebeke paylaşım modeli gibi olmasa da, bir şebeke paylaşım modeli olarak değerlendirilmektedir. SMŞH’ler frekans tahsisi yapılmamış mobil şebeke operatörleridir. SMŞH’lerin pazarda önemli bir rol oynaması hedefleniyor ise “Full SMŞH” modelinin teşvik edilmesi düşünülmelidir.

**Raporun SMŞH’lere ayrılmış bölümünde ise detaylı olarak karşılaşılan sorunlar ve düzenleyici yaklaşımları irdelenmiştir. Bu bölümde ele alınan hususlar aşağıda dikkate sunulmaktadır.**

SMŞH, mobil işletmeciler arasındaki şebeke paylaşımı şeklinde olmasa da, bir tür şebeke paylaşımını temsil etmektedir. Değişik SMŞH modellerinden “Reseller Service Provider”, en temel sanal işletmeci modeli olup, mobil işletmeciden temin edilen arama dakikalarının SMŞH işletmecisi tarafından kendi abonelerine ve kendi markası ile satışından ibarettir. Bir adım ötesinde “Service Provider” modelinde ise, faturalama ve müşteri hizmetleri fonksiyonları da SMŞH işletmecisi tarafından üstlenilmektedir. Yine bir adım daha ilerlediğimizde “Enhanced Service Provider” modelinde veri ve ses çağrılarının yönlendirilmesini de SMŞH işletmecisi yapabilmektedir. SMŞH modelleri içinde yatırım merdiveninin son aşamasında ise “full SMŞH” yer almaktadır ki; neredeyse radyo frekansına ilişkin şebeke kiralamasının dışındaki tüm fonksiyonlar SMŞH işletmecisi tarafından gerçekleştirilmektedir.

Bazı SMŞH örnekleri;

* Virgin Mobile: Virgin Mobile markası ile 8 ülkede hizmet sunmaktadır. Her bir SMŞH işletmecisi, birbirinden bağımsız olmakla birlikte, genellikle genç nüfusa odaklanmışlardır. Örneğin Fransa’da faaliyet gösteren, gençlerin ilgi göstereceği şekilde ilk limitsiz SMS hizmeti sunan işletmecidir.
* Lycamobile en az 9 ülkede “full SMŞH” modeliyle hizmet vermekte olup, özellikle göçmenleri hedef müşteri kitlesi olarak belirlemiştir ve uluslararası çağrılarda avantajlar sağlamaktadır.

Düzenleyici otoriteler ve politika belirleyiciler, SMŞH işletmecilerinin, pazarın rekabet seviyesinin artmasına katkı sağlamasını hedefliyorlar ise, “full SMŞH” modelinin desteklenmesi çok önemlidir. “Full SMŞH” modelinde, ağırlanan mobil işletmeciden bağımsız davranabilme seviyesi diğer modellere göre çok daha yüksek olduğundan, işletmecilerin hizmet çeşitliliği yaratması ve farklı fiyat politikaları izlemesi mümkün olabilmektedir. Ancak OECD ülkelerinin hala yarısında “full SMŞH” modeli ile hizmet sunan işletmeci bulunmamaktadır. 2013 ITU verilerine göre bunlar, Kanada, Çek Cumhuriyeti, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, İtalya, Japonya, Meksika gibi Türkiye’nin da aralarında bulunduğu ülkelerdir.

“Full SMŞH” modelinin yaygınlaşamama nedenlerinden en önemlileri;

* Mobil işletmecilerin “full SMŞH” işletmecilerini ağırlamaya yönelik daha az istekli olmaları,
* Roaming konusunda yaşanan sorunlar,
* Numara tahsisine yönelik kısıtlar,
* Mobil işletmecilerin yeni teknolojileri (3G ve/veya 4G) SMŞH işletmecilerine açmamasıdır.

SMŞH işletmecileri, bazı pazarlarda doğal bir gelişim alanı bulmuş iken, bazılarında ise pazarda yapılan düzenlemeler ile gelişebilmişlerdir. Yaşanan deneyimler göstermiştir ki; işletmecilerin birbirleri ile yoğun rekabet halinde olduğu pazarlarda, SMŞH modeliyle, ağırlayan mobil işletmecinin şebekesinden daha çok tüketicinin hizmet almasına olanak sağlandığı için SMŞH’ler, mobil işletmeciler tarafından tercih edilerek gönüllü olarak ağırlanmışlardır.

**Düzenleyici kuruluşlar SMŞH’leri pazarda rekabetin sağlanması için önemli bir araç olarak görmektedirler. SMŞH’lerin pazara girişini teşvik edebilmek üzere tercih edilen düzenleme seçenekleri şunlardır.**

* **Birleşme/devralmalarda SMŞH’lerin pazara girişini sağlayacak hususların ön koşul olarak öne sürülmesi.**
* **3G ve/veya 4G frekans ihalelerinde SMŞH’lerin pazara girişinin sağlanması için özel şartlar konulması.**
* **Hâkim durumdaki işletmecilere pazar analizleri (Market 15) kapsamında yükümlülük getirilmesi.**

Bu çerçevede yaşanan deneyimler şunlardır;

Avusturya’da gerçekleşen Hutchison-Orange birleşmesinde, birleşen yeni kuruluşun anlaşılan şartlar çerçevesinde, önümüzdeki on yıl içinde şebeke kapasitesinin %30’una kadarını, 16 SMŞH işletmecisine ayıracağı taahhüt edilmiştir. Bunun da ötesinde, H3G, Orange’ı satın almadan önce bir SMŞH ile toptan erişim sözleşmesi imzalayacağını taahhüt etmiştir.

2013’de Almanya ve İrlanda’da birleşmeler yaşanmıştır. İrlanda’da Telefonica iştiraki O2 Ireland’ı Hutchison 3-UK’e satmayı teklif etmiştir ki, bu durum İrlanda’daki oyuncu sayısını üçe düşürmektedir. Almanya’da Telefonica Germany KPN’den e-Plus’ı satın almayı hedeflemiştir. Her iki satın alma da, SMŞH’ler ve yeni pazara giren oyuncular için kapasite ayrılması taahhüdü ile 2014 Mayıs ve Haziran aylarında onaylanmıştır.

Bazı ülkelerde de, SMŞH’lerin ağırlanma koşulu frekans ihalelerinin bir parçası olarak ele alınmıştır. İrlanda’daki 3G lisans ihalesinde bir frekans bloğu, SMŞH’lerin ağırlanması yükümlülüğü ile ihale edilmiştir.

Fransa’da gerçekleştirilen 4G ihalesinde, SMŞH’leri ağırlama konusundaki gönüllülük, lisans alma şansını arttıran bir faktör olmuştur. Bunun yanı sıra, eğer bir mobil işletmeci şebekesinde bir “full SMŞH” ağırlamayı önerirse, o işletmecinin lisans ihalesindeki teklifi belirli bir çarpan ile yükseltilerek, rakiplerine göre rekabet şansını arttıracağı belirtilmiştir. Bu durumda, 4G İhalesini kazanan üç mobil işletmeci de şebekelerinde “full SMŞH”’yi ağırlamayı teklif etmişlerdir.

İrlanda’da, üç mobil işletmecinin katıldığı frekans ihalesi de, 800 ve 900 MHz bantlarında ayrımcılık gözetmeksizin şebekenin erişime açılması yükümlülüğü ile gerçekleştirilmiştir ki; bu mobil işletmecinin SMŞH’lerin şebekelerinde ağırlanmasına ilişkin talep ettikleri erişim sözleşmelerini iyi niyetle müzakere etmeleri anlamını taşımaktadır.

Bazı ülkelerde ise, SMŞH’lerin pazara girişini sağlamak üzere düzenleyiciler pazar analizleri ile müdahalede bulunmuşlardır. AB ülkelerinde, AB 2003 Regulatory Framework Market 15 “Call access and origination in public mobile telefone networks” kapsamında pazarın SMŞH’lere açılmasına yönelik müdahalede bulunmak mümkündü. Bu kapsamda İspanya, Fransa ve İrlanda’da da müdahale örnekleri görülmüştür. İspanya’da 2006’da pazar analizleri sonucunda üç mobil işletmecinin de hâkim konumda olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde Fransa’da da ARCEP tarafından mobil işletmecilerin pazardaki hâkim durumu tespit edilmiştir. Ancak karar alınana kadar, mobil işletmeciler şebekelerini SMŞH’lere erişime açmaya başlaması nedeniyle, ARCEP kararını askıya almıştır. İrlanda’da da düzenleyici kurum, iki mobil işletmeciyi etkin piyasa gücüne sahip işletmeci olarak belirlemiştir. 2007’de Framework Directive’de ilgili pazarlara ilişkin listede yapılan değişikliğin ardından pazara müdahale hala mümkün olmakla birlikte, daha yüksek ispat yükümlülüğü gerektirir bir hale gelmiştir.

Görüleceği üzere; mobil pazarda yaşanan birleşme/devralmalarda ve 4G lisans ihalelerinde SMŞH’lerin pazara girişlerinin sağlanması ön koşul olarak öne sürülmektedir ki, bu Avrupa Elektronik Haberleşme Düzenleyicileri Kurumu ("BEREC") tarafından yayımlanan “Berec Strategy 2015-2017” belgesinde belirlenen öncelikler ile de uyumlu bir yaklaşımdır.

“Berec Strategy 2015-2017” belgesindeki üç öncelikten birisinin “Rekabetin ve yatırımın teşvik edilmesi” olduğunu görmekteyiz ki; SMŞH’lerin pazara girişinin desteklenmesi ile rekabet ortamının gelişimine katkı sağlanması hedeflenmektedir. Ayrıca belirlenen diğer bir öncelik de son kullanıcıların seçme özgürlüğünün, hizmetlere erişim kolaylığının ve makul fiyatlarla hizmet alabilmelerinin sağlanarak tüketicinin korunması olup, yine SMŞH ‘lerin pazara girişi bu hedefe ulaşılmasını sağlayacak bir araçtır.

**ÜLKEMİZDE MOBİL PAZARA SMŞH/MVNO’LARIN GİRİŞİNE İLİŞKİN DÜZENLEMELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Bilindiği üzere; SMŞH yetkilendirmesine yönelik düzenlemenin 2009 yılında yapılmasının ardından halen hiç bir işletmeci faaliyete geçememiştir. SMŞH işletmecilerinin pazara girişinin önündeki engelleri doğru bir biçimde analiz edebilmek adına gerek SMŞH ile doğrudan ilintili gerekse de mobil pazara ilişkin ilgili düzenlemelerin doğru bir biçimde analiz edilmesi gerekir. Bu çerçevede dikkate alınması gereken kritik hususlar şunlardır;

* Pazar analizleri neticesinde ‘Mobil Şebekelere Erişim ve Çağrı Başlatma Piyasası’nda Etkin Piyasa Gücüne (EPG) sahip işletmeci olarak belirlenen ve “referans erişim ve arabağlantı teklifleri hazırlama ve yayımlama” yükümlülüğü getirilen Turkcell İletişim Hizmetleri AŞ (Turkcell) tarafından hazırlanan Referans Erişim Teklifi onaylanarak yürürlüğe girmiştir. Turkcell şu anda BTK tarafından SMŞH hizmetine ilişkin yetkilendirilen işletmecilerle anlaşma yapmaya zorunlu tek mobil işletmecidir. Ancak **Turkcell’e getirilen yükümlülük kapsamında SMŞH Tip2 ve SMŞH Tip3 modelleri için maliyet esaslı tarifelendirme yükümlülüğü getirilmesine karşın, özellikle pazara ilk girişte SMŞH işletmecilerince tercih edilebilecek SMŞH Tip 1 modeli tamamen ticari anlaşmaya bırakılmıştır.**
* Her ne kadar Turkcell Referans Erişim Teklifi yürürlükte olsa da 17.06.2013 tarihli ve 2013/DK-ETD/359 sayılı Kurul Kararı ile onaylanan Teklif “*Çağrı Başlatma hizmeti ve SMŞH Abonelerinde ve/veya sistemlerinde bu hizmetle ilintili Çağrı Sonlandırma ve Erişim hizmeti, İşletmecilerin talepleri doğrultusunda asgari olarak aşağıdaki Çağrı kategorileri bazında verilecektir; Ses, Görüntülü Çağrı, SMS, MMS, GPRS / EDGE ve 3G Data, USSD*” hükümlerini kapsasa da Teklif’de belirlenen ücretler aşağıda görüleceği üzere yalnızca ses, SMS ve görüntülü çağrılara yöneliktir. **Yenilikçiliğin teşvik edilmesi ve pazara giriş engellerinin kaldırılması noktasında teknoloji bağımsız bir yaklaşımla 3G veri hizmetleri dahil, genel anlamda 2G, 3G veya 4G ayrımı olmaksızın veri hizmetleri için de toptan ücretin belirlenmesi elzemdir.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Başlatma Ücreti | Sonlandırma Ücreti | On-Net Ücret |
| Ses [2N (GSM) /3N (UMTS) Ayrımı Gözetmeksizin]  | 2,50 Kr/dk  | 2,50 Kr/dk  | 4,28 Kr/dk  |
| SMS [2N (GSM) /3N (UMTS) Ayrımı Gözetmeksizin]  | 0,43 Kr/adet  | 0,43 Kr/adet  | 0,73 Kr/adet  |
| Görüntülü Çağrılar [sadece 3N (UMTS) Şebekelerde]  | 7,75 Kr/dk  | 7,75 Kr/dk  | 13,25 Kr/dk  |

* SMŞH işletmecilerini yakından ilgilendiren diğer bir konu da Turkcell’e tarifeler konusunda getirilen yükümlülüklerdir.

Bilindiği üzere; 25/03/2009 tarihli ve 2009/DK–07/149 sayılı Kurul Karar ile Turkcell, diğer işletmecilere uyguladığı dakika başına ağırlıklı ortalama çağrı sonlandırma ücretinin (toptan ücretin), her bir abonelik paketi bazında kullanıma bağlı olarak ortaya çıkan dakika başına ortalama şebeke içi tarifeleri (perakende ücreti) geçmemesinin sağlanmasına yönelik tedbirleri almakla yükümlü kılınmıştır.

RET kapsamında da çağrı başlatma, çağrı sonlandırma ve on-net (şebeke içi) çağrılara ilişkin ücretlere yer verilmiştir. On-net çağrıların ücreti; çağrı başlatma hizmeti ile çağrı sonlandırma hizmetini içermektedir ki; on-net (şebeke içi) çağrıların maliyeti, çağrı sonlandırma maliyetinin 1,71 katı olarak hesaplanmıştır.

SMŞH işletmecileri dahil alternatif işletmecilerin pazara giriş yapabilmelerini teminen, 25/03/2009 tarihli ve 2009/DK–07/149 sayılı Kurul Kararı, 13.03.2013 tarih ve 2013/DK-ETD/142 sayılı kararı ile;

“*Turkcell’in diğer işletmecilere sunduğu on-net (şebeke içi) ses çağrıları için uyguladığı dakika başına ağırlıklı ortalama on-net çağrıların ücretinin (toptan ücretin), her bir abonelik paketi bazında kullanıma bağlı olarak ortaya çıkan dakika başına ortalama şebeke içi tarifeleri (perakende ücreti) geçmemesinin sağlanmasına yönelik tedbirlerin Turkcell tarafından alınmasının gerekli olduğu*,”

“*Turkcell’in bu maddenin (b) fıkrası kapsamında dakika başına ağırlıklı ortalama on-net çağrıların ücretini; yurt içinde diğer şebekelerde başlayıp kendi şebekesinde sonlanan çağrılardan elde ettiği aylık toplam gelirin, söz konusu çağrılara ilişkin aynı döneme ait trafiğe bölümü ile çarpmak suretiyle hesaplaması gerektiği*,”

“*Turkcell’in RET kapsamında diğer işletmecilere sunduğu on-net (şebeke içi) SMS çağrıları için uyguladığı SMS başına ağırlıklı ortalama on-net çağrı ücretinin (toptan ücretin), kullanıma bağlı olarak ortaya çıkan SMS başına ortalama şebeke içi tarifeyi (perakende ücreti) geçmemesinin sağlanmasına yönelik tedbirlerin Turkcell tarafından alınmasının gerekli olduğu; bu kapsamda Turkcell’in SMS başına ağırlıklı ortalama on-net çağrıların ücretini; yurt içinde diğer şebekelerde başlayıp kendi şebekesinde sonlanan SMS çağrılarından elde ettiği aylık toplam gelirin, söz konusu çağrılara ilişkin aynı döneme ait toplam SMS sayısına bölümü ile çarpmak suretiyle hesaplaması gerektiği ve kullanıma bağlı olarak ortaya çıkan SMS başına ortalama şebeke içi tarifeyi, toplam şebeke içi aylık SMS gelirini aynı döneme ilişkin toplam şebeke içi SMS sayısına bölerek hesaplaması gerektiği*,” hususlarını içerecek şekilde yeniden düzenlenmiştir.

**Bu karar, yeni piyasaya girecek SMŞH işletmecilerini korumaktaymış gibi görünse de, yükümlü işletmeci üzerinden belirlenen ücretlerle anlaşma yapan bir SMŞH’nin, Avea ve Vodafone’un perakende fiyatları ile rekabet edebilme şansını sorgulamak gerekir. Bu nedenle sadece Turkcell’in değil, Avea ve Vodafone dahil olmak üzere, tüm işletmecilerin şebekelerini SMŞH’lere açması esas olmalıdır.**

* SMŞH’nin rekabetçi fiyat seviyelerini yakalamasının önündeki en büyük engellerden birisi de Hazine Payı sorunudur. SMŞH işletmecileri, ağırlayan işletmeci konumundaki mobil işletmeciden aldıkları toptan hizmete dâhil olan %15 Hazine payının yanı sıra, bu toptan hizmeti tekrar aboneye sunmaları ile birlikte yeniden %15 Hazine payını ödemek durumunda bırakılmaktadırlar. **Diğer bir deyişle, söz konusu toptan ürün üzerinden 2 kez Hazine payı ödemesi yapılmaktadır ki,** y**eni bir yasa değişikliği ile Hazine Payı sorununun çözümü sağlanmalıdır.**

**SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER**

Ülkemizdeki mobil pazarın gelişimini de dikkatlerinize getirmek isteriz;

BTK 2014 3. Çeyrek Pazar Verileri Raporunda yer alan “Şekil 1-3 Toplam Yıllık Arama Trafik Miktarları, Milyar Dakika” şekilden de görüleceği üzere **yıllık toplam arama trafiğinin yalnızca %8’i sabit şebeke kaynaklıdır. Ayrıca** **39,8 Milyon internet abonesinin 29,8 Milyonu mobil cepten internet, 1,3 Milyonu da mobil bilgisayardan internet abonelerinden oluşmaktadır**. Mobil pazar SMŞH’lerin girişine açılmadığı sürece elektronik haberleşme pazarında etkin rekabetin tesisi mümkün değildir.

Gerek dünyada mobil pazarda yaşanan birleşme ve devralma süreçlerinde düzenleyici otoritelerin benimsediği yaklaşımlar ile 4G Lisans ihale süreçlerinde SMŞH’lerin pazara girişine yönelik ön sürülen koşullar gözetilerek, gerekse de ülkemizdeki mevcut düzenlemeler dikkate alınarak, pazara giriş engellerin kaldırılmasına ilişkin önerilerimiz aşağıda dikkatlerinize sunulmaktadır.

* **4G lisans ihalesi süreci, SMŞH işletmecileri için de pazardaki rekabetin tesisine katkı sağlayacak bir fırsata dönüştürülmelidir.**
* **SMŞH işletmecilerini ağırlama konusundaki gönüllülük, 4G lisans sahibi olabilmeyi kolaylaştırmalıdır.**
* **SMŞH İşletmecilerine kapasite ayrılması 4G lisansının bir ön koşulu olmalıdır.**
* **Özellikle belirli sayıda “Full SMŞH” modeline karşılık gelen Tip 3 SMŞH işletmecisini ağırlama yükümlülüğü getirilmelidir.**
* **“Teknoloji bağımsız” bir yaklaşım izlenmeli ve mobil işletmecilerin sunmakta olduğu tüm hizmetler SMŞH İşletmecisine de açılmalıdır.**
* **Turkcell Pazar analizleri sonucunda tek yükümlü işletmeci olarak belirlense de, Turkcell’in tabi olduğu tarife düzenlemeleri nedeniyle, Turkcell ile belirlenen ücretlerle anlaşma yapan bir SMŞH işletmecisinin, Avea ve Vodafone’un perakende fiyatları ile rekabet edebilme şansı çok zayıftır. Bu nedenle tüm işletmecilerin şebekelerini SMŞH İşletmecilerine açması esas olmalıdır.**
* **Toptan hizmetin bedelinin belirlenmesine yönelik genel yaklaşım, “full SMŞH” modelinde “maliyet-artı (cost-plus)”, diğer “Light SMŞH” modellerinde ise “perakende-eksi (retail-minus)” yönteminin benimsenmesi yönünde olmalıdır.**
* **Mobil işletmecinin ağırladığı SMŞH işletmecilerine fiyat sıkıştırması yapma olasılığını önlemek için, “Perakende-eksi” yöntemine esas olacak mobil işletmeci referans tarifeleri belirlenmelidir.**
* **Mobil işletmecinin de referans tarifelerin altında perakende fiyatlandırma yapmaması sağlanmalıdır.**
* **Toptan ücretler üzerinden çifte “Hazine Payı” ödenmesi sorununun çözümü bir yasa değişikliği ile sağlanmalıdır.**
* **Mobil Arama Kartı için kullanılabilen erişim numarası (812 ön kodlu) üzerindeki sınırlama kaldırılarak coğrafi, nomadik veya mobil numaraların kullanılması sağlanmalıdır.**
* **Sabit Telefon Hizmeti (STH) sunan işletmecilere sabit şebekelere ilaveten mobil internet bağlantısı kullanılarak mobil şebekelerden de çağrı başlatılmasına imkan verilmesi gerekmektedir.**