

PERAKENDE SABİT TELEFON ŞEBEKESİNE ERIŞİM PAZARI ANKETİ

TELKODER GÖRÜŞLERİ

16.03.2018

SORU FORMU

- 1- İlgili pazarda ele alınması gerektiğini düşündüğünüz hizmetlere yönelik değerlendirmelerinizi teknik ve ekonomik avantaj/dezavantajları içerecek şekilde gerekçeleri ile birlikte açıklayınız.
- 2- İlgili pazarın tanımlanmasına ilişkin olarak dikkate alınması gerektiğini düşündüğünüz hususlara yönelik değerlendirmelerinizi gerekçeleri ile birlikte açıklayınız.
- 3- İlgili pazarda değerlendirilen hizmetler arası talep ikamelerine ilişkin olarak dikkate alınması gerektiğini düşündüğünüz hususlara yönelik değerlendirmelerinizi gerekçeleri ile birlikte açıklayınız.
- 4- İlgili pazarda değerlendirilen hizmetler arası arz ikamesine ilişkin olarak dikkate alınması gerektiğini düşündüğünüz hususlara yönelik değerlendirmelerinizi gerekçeleri ile birlikte açıklayınız.

İlk dört soru kapsamındaki görüş ve değerlendirmelerimize aşağıda yer verilmektedir.

Elektronik Haberleşme Kanunu'nun 3. Maddesinde "İlgili Pazar", "ülkenin tümünde veya bir bölümünde sunulmakta olan belirli bir elektronik haberleşme hizmeti ve onunla yüksek derecede ikame edilebilen diğer elektronik haberleşme hizmetlerinden oluşan pazar" olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda, Perakende Sabit Telefon Şebekesine Erişim pazarında ele alınması gereken hizmetlere yönelik talep ve arz ikame edilebilirliğin incelenmesi yerinde olacaktır. Bu çerçevede ilgili Pazar kapsamında yer alması gerektiğini düşündüğümüz hizmetlere yönelik değerlendirmelerimize aşağıda yer verilmektedir;

➤ **Sabit Erişim ve Sabit Ses (arama) Hizmetleri Ayrı Pazarlarda ele alınmalıdır**

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu'nun 16.12.2009 tarih ve 2009/DK – 10/659 sayılı Kararı ile yürürlüğe alınan "Sabit Telefon Şebekesine Erişim Pazarı Hakkındaki Piyasa Analizi"nde de belirtildiği üzere, arama hizmeti, son kullanıcıya yalnızca görüşme yapabilme imkânı sağlarken, erişim hizmeti işletmecinin kendi şebekesi üzerinden abonesine arama hizmetinin yanı sıra internet, faks vb. hizmetlerin de sunulmasını içermektedir. Ayrıca, ses hizmeti, çağrı bazında taşıyıcı seçimi ve taşıyıcı ön seçimi yöntemlerinin yanı sıra, arama kartları ve numarator (auto-dialer vb.) cihazları da kullanılabilmesi suretiyle yerleşik işletmeciye rakip diğer işletmeciler

tarafından da gerçekleştirilebilirken erişim hizmeti sadece yerleşik işletmeci tarafından verilebilmektedir. Dolayısıyla rekabet şartları ve kullanıcıların farklı işletmeciler arasında geçiş yapabilme imkânı açısından erişim ve arama hizmetleri arasında önemli bir farklılık bulunmaktadır. Bu nedenle, sabit erişim ve sabit ses (arama) hizmetlerinin ayrı pazarlar kapsamında ele alınması gerektiği değerlendirilmektedir.

➤ **Sabit Erişim ve Mobil Erişim Hizmetleri ayrı pazarlarda ele alınmalıdır**

Kurumunuz tarafından hazırlanan olan Pazar analizi çalışmalarında ve süreçlerinde Pazar analizi raporları içerisinde yapılan alıntılar ve referanslardan da anlaşıldığı şekilde AB mevzuatının esas alındığı görülmektedir. Bu çerçevede görüşlerimizi yine AB mevzuatı ile ülkemiz koşullarının birlikte değerlendirilmesi sonucunda oluşturulacaktır.

- 2002/C 165/03 sayılı ve 11.07.2002 tarihli Avrupa Komisyonu Kılavuz Dokümanı (Piyasa Analizi ve EPG'nin belirlenmesi konularında Avrupa Komisyonu Kılavuz Dokümanı)
- 2014/710/EU sayılı 9 Ekim 2014 sayılı Avrupa Komisyonu Tavsiye Kararı (Elektronik Haberleşme Sektöründe Öncül Düzenlemeye Tabi İlgili Ürün ve Hizmet Piyasaları Konulu Tavsiye Kararı)

Yukarıda yer alan Tavsiye Kararı ve Kılavuz Dokümanda belirtildiği şekilde ilgili piyasadaki işletmecilerin davranışlarının belirlenmesinde ve rekabetçi baskının tespit edilmesinde **talep ve arz yönlü ikame ile birlikte potansiyel rekabet değerlendirmesine gidilmektedir**. Potansiyel rekabet, ilgili piyasanın etkin rekabet seviyesine ulaşip ulaşmadığının, diğer bir deyişle piyasada EPG'nin bulunup bulunmadığının tespitini içermektedir:

- ✓ İkame ürün/veya hizmetin belirlenmesine ilişkin metodoloji, Kılavuz Dokümanda net bir şekilde ortaya konmaktadır. Buna göre; gerek talep gerekse de arz ikamesinin tespitinde "Varsayımsal Tekel Testi" kullanılmaktadır. Bu testte, düzenleyici kurum tarafından, diğer tüm ürün/hizmetlerin fiyatlarının sabit kalması şartı ile ilgili ürün/hizmette küçük ama önemli ölçüde bir fiyat artışına gidilmesi durumunda "*ne olur*" sorusunu sormasını gerekmektedir. Düzenleyici Kurum **fiyat artışlarının %5-%10 arasında yükseldiğini** farz etmelidir. Düzenleyici Kurum tarafından uygulanan teste göre; ilgili ürün/hizmetin fiyatında yapılan %5-%10 arasındaki artış bu ürün/hizmetin satışlarını düşürebilir. Ancak burada belirleyici olan nokta, satış kaybı maliyetinin, fiyattaki artış sonucunda firmanın elde ettiği gelir artışına denk olup olmadığıdır. **Çünkü ancak ve ancak, firmanın kayıp**

maliyetinin fiyat artışı sonucunda elde ettiği gelir artışından fazla olması durumunda ilgili ürün/hizmetin talep yönlü ikame edilebilir olduğu söylenebilmektedir.

- ✓ **Talep ikamesi** ürün/hizmet, tüketicilerin ilgili ürün/hizmetin fiyatındaki %5-%10 arasındaki bir artışa bağlı olarak kolaylıkla tercihlerini yönlendirdikleri ürün/hizmet olarak kabul edilmektedir. **Talep ikamesinin belirlenmesinde düzenleyici kurumlar öncelikli olarak tüketici alışkanlıklarının geçmiş dönemdeki, yani “gerçekleşmiş” trendini ortaya koyan kanıtları kullanmalıdır. Hatta ve hatta düzenleyici Kurumlar, potansiyel olarak ikame olabilecek ürün/hizmetlerin geçmiş dönemdeki fiyat değişikliklerini incelemelidir. Bu veriler ikame etkisinin belirlenmesinde temel ölçüt olarak kabul edilmektedir.** Bu incelemede düzenleyici kurum, tüketicilerin geçmiş dönemde ilgili ürün/hizmet fiyatlarında yaşanan artış karşılığında ikame olduğu düşünülen diğer ürün/hizmete tercihini yönlendirip yönlendirmediğini görecektir.
- ✓ Tüketicinin, bir ürün/hizmetin fiyatındaki artış nedeni ile ikame özelliği bulunan başka bir ürün/hizmete yönelmesi aynı zamanda, ürün/hizmet geçiş maliyetleri ile de ilişkilidir. İlgili ürün/hizmeti alabilmek için teknolojik yatırımlar yapmış olan bazı müşteriler, fiyatlarda artışa gidilmiş olmasına rağmen, ikame ürünü seçmeye yanaşmayabilmektedir. Bununla birlikte yine benzer bir şekilde, alınan hizmetin kapsamında tüketici tarafından imzalanmış bir taahhüt var ise fiyatlarda artış olmasına rağmen tüketici ikame olan hizmete geçiş yapmayabilmektedir. Bu kapsamda, Kılavuz Dokümanında, A ürününden B ürününe geçiş yapabilmek için önemli sayılabilecek miktarda geçiş maliyeti bulunması durumunda, bu iki ürün aynı piyasa tanımı içerisinde yer almamakta ve talep ikamesi bulunmadığı değerlendirildiği belirtilmektedir.
- ✓ İlgili Pazarda yer alan ikame ürün/hizmetlerin sadece özelliklerinin, tüketicilerin ihtiyaçlarının, kullanım amaçların ve ücretlerinin benzer olması yeterli görülmemektedir. Bu ürünler, aynı zamanda, kaliteleri, rekabet koşulları ve ilgili piyasadaki arz ve talep yapısı dikkate alınarak değerlendirilmelidir. Birbiri ile bir derece (yüksek ölçüde değil) ikame edilebilir olduğu düşünülen ürün/hizmetlerin aynı pazarda yer almaması gerekmektedir.

- ✓ İkame etkisinin değerlendirilmesinde kullanılacak bulgu/delillere yönelik olarak, Komisyonun yaklaşımı, deneysel bulgu yönteminin kullanılması olmakla birlikte ikame etkisinin tespit edilmesinde birden fazla ve karmaşık birçok verinin değerlendirilmesini tavsiye etmektedir. Bu çerçevede Komisyon, ilgili pazarda yer alan müşteri ve firmalar ile bağlantıya geçerek, **gerçekleşmiş verileri temin etmektedir**. Komisyonun bahsi geçen ilgililere yazılı olarak bilgi ve veri talebinde bulunmakta ve/veya denetimlerde bulunmaktadır. **Komisyon ikame etkisini değerlendirirken zaman zaman ilgili müşteri ve firmaların görüşlerine de başvurmaktadır, fakat bu görüşler ancak ve ancak yeterli seviyede gerçeklere dayalı bulgu ve delillerle desteklenir ise dikkate alınmaktadır.**

Tüm bu değerlendirmeler ışığında Avrupa Komisyonu mobil ve sabit erişim hizmetlerinin birbiri ile ikame edilemeyeceğini ve bu nedenle ayrı Pazar tanımları içerisinde yer alması gerektiğini belirtmektedir.

Yukarıda detaylıca bahsedildiği üzere, AB mevzuatı incelendiğinde, **pazardaki rekabetçi etkinin tespit edilmesinde, gerçekleşmiş verilerin değerlendirilmesi önceliklidir. Bununla birlikte bir pazardaki düzenlemelerin kaldırılmasına yönelik en önemli kriter de o pazardaki rekabet yapısı ve gelişimidir.** Bu bilgiler ışığında aşağıda Türkiye'deki sabit ve mobil ses pazarları incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşmak mümkündür;

- **Abone Sayıları:** Aşağıda yer alan Tablo-1'den de görüleceği üzere sabit telefon abone sayısında 2008 yılından itibaren önemli bir düşüş yaşanmıştır. 2011 yılına kadar azalan düşüş hızının 2012 yılı içerisinde önemli ölçüde arttığı görülmektedir. Tablo-2'de ise mobil abone sayısının yıllar bazındaki değişimine yer verilmektedir. Tablo-1 ve Tablo-2 karşılaştırıldığında;
 - 2009 ve 2010 yıllarında hem sabit hem de mobil abone sayılarının azaldığını görüyoruz. Dolayısı ile sabit hattını iptal eden abonelerin mobile doğru geçiş yaptıklarını söylemek mümkün değildir.
 - 2011 yılında sabit telefon abone sayısındaki düşüş azalmış görünmektedir, oysaki mobil abone sayısının en fazla artmış olduğu yıl 2011 yılıdır. Sabit azalış ve mobil artış trendi birbiri ile uyumlu görünmemektedir.
 - 2012 yılı sabit telefon abone sayısında en yüksek düşüşün (%13,16) yaşandığı, buna karşılık mobil abone sayısındaki artışın azalmaya (%2,8) başladığı bir yıldır. Mobil artış sabit düşüşü karşılamamaktadır. Dolayısı ile sabit hattını iptal eden abonelerin mobile doğru geçiş yaptıklarını söylemek mümkün değildir.

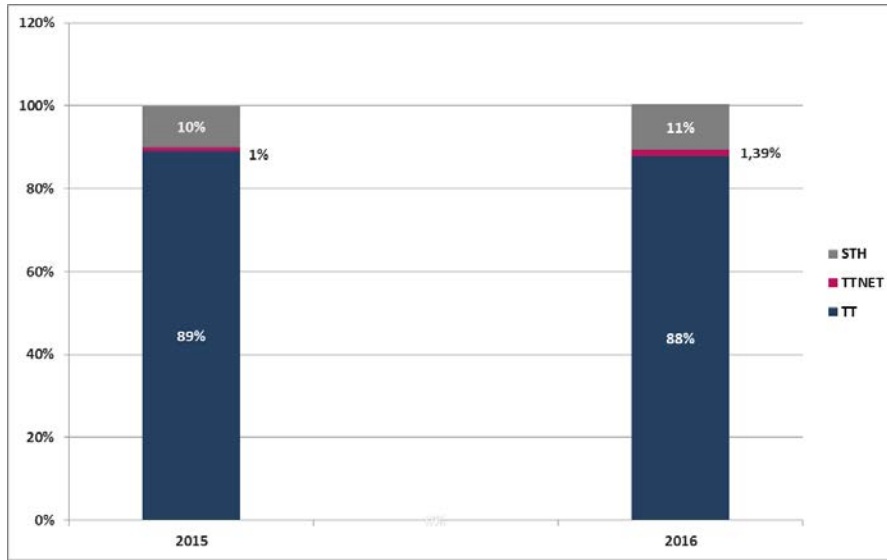
- 2014 ve 2015 yıllarında sabit abone sayısındaki düşüş oranı giderek artarken, mobil abone sayısı artış oranının düşmeye başladığı görülmektedir. Yine bu durum da, mobil artışı sabit düşüşü karşılayamamaktadır. Dolayısı ile sabit hattını iptal eden abonelerin mobile doğru geçiş yaptıklarını söylemek mümkün değildir.

Tablolar incelendiğinde yukarıdaki çıkarımlarla birlikte, **sabit abone sayısındaki düşüş ile mobil abone sayısındaki artış arasında önemli ölçüde bir korelasyon bulunmadığı açıktır.**

TABLO 1									
SABİT TELEFON ABONE SAYISI									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Abone Sayısı	17,49	16,53	16,2	15,96	13,86	13,55	12,53	11,49	11,08
Düşüş Oranı	-	-5,49%	-2,00%	-1,48%	-13,16%	-2,24%	-7,53%	-8,30%	-3,57%

TABLO 2									
MOBİL TELEFON ABONE SAYISI									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Abone Sayısı	65,8	62,8	61,8	64,3	66,1	67,6	69,3	70,4	71,1
Düşüş Oranı	-	-4,56%	-1,59%	4,05%	2,80%	2,27%	2,51%	1,59%	0,99%

➤ Rekabet:



Yukarıdaki tabloda pazardaki rekabet şartları açıkça ortaya konmaktadır. Pazardaki rekabet şartlarının belirlenmesi için alternatif işletmeciler ile yerleşik işletmeci ayrımının doğru bir şekilde

yapılması gerekmektedir. Alternatif işletmecilerin Pazar payı hesaplanırken TTNET verileri mutlak suretle ayrıştırılmalıdır. TTNET'in ayrıştırılması ile elde edilen verilere bakıldığında alternatif işletmecilerin Pazar payının 2016 sonunda %11 seviyesinde olduğu görülmektedir. **Dolayısı ile Sabit ses pazarında henüz etkin rekabet olmadığı aşıkardır.**

Tüm dünyada olduğu gibi Ülkemizde de genel bir trend olarak, sabit abone sayısının yıllar itibarı ile düşme eğilimi içerisinde iken mobil abone sayısının ise sürekli bir artış trendi içinde olduğu açıktır. Fakat bu durumun, sabit aramaları mobil aramaların ikame ettiğinin yahut mobil pazarın sabit pazarın üstünde bir rekabetçi baskısı olduğunun bir göstergesi olduğu düşünülemez. **Aksine, sabitteki erime sabit pazarın kendi içindeki rekabet sorunlarından kaynaklanmaktadır.**

Mobil pazarın sabit pazarın üstünde bir rekabetçi baskısı oluşturduğu yargısına varmadan evvel sabit pazarın rekabet seviyesinin değerlendirilmesi ve kendi içerisinde rekabetçi bir pazar yaratıldıktan sonra bu tip unsurların değerlendirmeye alınması daha uygun olacaktır. Kaldı ki, sabit pazarın küçülmesinde de yerleşik işletmecinin rolünün büyük olduğu düşünülmektedir. Çeşitli uygulamalarla Türk Telekom'un sabit pazarı küçültmek pahasına alternatif işletmecileri pazar dışına itmeye çalıştığı düşünülmekte olup bu konuda yukarıda bahsedilen pazar paylarından da anlaşılacağı üzere büyük ölçüde başarılı olduğu anlaşılmaktadır. Şayet Türk Telekom mobil pazar tarafından rekabetçi bir baskı hissediyor olsa idi, sabit pazarı küçültmek yerine aksine olabildiğince büyüterek ayakta tutmak gibi bir strateji izlerdi.

- **Türk Telekom'un Gelir ve Karlılığı:** Kurumunuz Pazar Verileri Raporlarından alınan aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere abonesi azalan Türk Telekom'un Mobil İşletmecilere göre karlılığı yüksek kalmaktadır. Bu sebeple bu fiyatlarda artış yapılsa bile, Türk Telekom'un abonesi azalmakla birlikte, karlılığında değişiklik yaşanmayacağını söylemek mümkündür. Dolayısıyla talep ve arz ikamesi olmayan mobil ve sabit erişim hizmetlerinin aynı piyasa da yer almaması gerektiği değerlendirilmektedir.

Çizelge 1-4 Türk Telekom ve Mobil İşletmecilerin Yıllık Net Kâr Değerleri,₺

	2012	2013	2014	2015	2016
Türk Telekom	2.995.771.673	1.277.576.133	2.483.731.826	1.302.398.865	1.311.506.776
Turkcell	2.421.010.843	2.365.193.056	2.300.631.352	1.730.528.891	510.219.661
Vodafone	-91.669.117	40.981.479	53.634.967	-132.072.305	-370.515.434
Avea	-752.521.475	-726.954.492	-793.497.469	-935.100.076	-1.806.545.456

Sabit arama ve mobil arama hizmetlerine ilişkin olarak yukarıda yapılan değerlendirmelere ek olarak bu hizmetlerin sabit ve mobil şebeke gibi farklı iki alt yapının kullanılması suretiyle sunulduğu, farklı alt yapının kullanılması nedeniyle iki hizmetin maliyetlerinde farklılıklar oluşabileceği, ayrıca AB uygulamalarında ve Komisyon tavsiyelerinde bu iki pazarın ayrı pazarlar olarak ele alınmasının gerektiği belirtildiğinden, **mobil ve sabit pazarların hâlihazırdaki durum itibarıyla iki ayrı pazar olarak ele alınmasının daha uygun olacağı düşünülmüştür.**

- **Kurumsal ve Bireysel Hizmetlere Yönelik Düzenleme Getirilmelidir:** Bilindiği üzere Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu'nun 16.12.2009 tarih ve 2009/DK – 10/659 sayılı Kararı ile yürürlüğe alınan *“Sabit Telefon Şebekesine Erişim Pazarı Hakkındaki Piyasa Analizi”*nde kurumsal/bireysel erişim alt pazarlar olarak tanımlanmış ve sadece kurumsal alt pazarda Türk Telekom'a “erişim sağlama” ve “ayırım gözetmeme” yükümlülükleri getirilmiş, başka bir ifade ile bireysel erişim alt pazarı deregüle edilmiştir.

Kurumunuza iletilen daha önceki görüşlerimizde de belirtildiği üzere, ülkemizde ilgili Pazar tanımı “Pazar Analizi Yönetmeliği”nin 6. Maddesi kapsamında gerçekleştirilmektedir.

“MADDE 6 – (1) İlgili pazar; ilgili ürün/hizmet pazarı ile ilgili coğrafi pazar boyutları belirlenmek suretiyle tanımlanır.

(2) İlgili ürün veya hizmet pazarı tanımlanırken aşağıdaki unsurlar uygun olduğu ölçüde dikkate alınır:

- a) Kullanıcılar tarafından ürün veya hizmetlerin işlevsellik açısından aynı amaçlarla kullanılma imkânı,*
- b) Ürün veya hizmetlerin tarife/fiyat açısından birbirine ikame edilebilme imkânı,*
- c) Kullanıcıların bir ürün veya hizmetten diğerine geçerken karşılaşacakları geçiş maliyetlerinin nicelik ve niteliği,*
- ç) Kullanıcıların ve işletmecilerin davranış ve eğilimleri,*
- d) Ürün veya hizmetlerle birleştirilerek sunulan diğer ürün veya hizmetler ile talep açısından bunlarla birlikte kullanılmak durumunda olan yardımcı ürün veya hizmetler,*
- e) İkame edilebilir ürün veya hizmetlere ilişkin geçmişte görülen tarife/fiyat değişimleri ile tarife şartları,*
- f) Kullanıcıların/işletmecilerin ürün veya hizmetlere ilişkin geçici olmayan küçük ancak belirgin bir fiyat artışına karşılık olarak verecekleri muhtemel tepkiye ilişkin tespit ve/veya öngörüler,*
- g) Potansiyel işletmecilerin geçici olmayan küçük ancak belirgin bir fiyat artışı karşısında makul bir süre içerisinde ilgili pazara girme olasılığı ve pazara giriş önündeki yapısal ve hukuki engeller,*

ğ) Potansiyel veya mevcut işletmecilerin ilgili pazar içinde değerlendirilen ürün veya hizmetlerin sunumu için gereken unsurların bir kısmına sahip olması durumunda söz konusu işletmecilerin ilgili pazarda kârlı bir biçimde faaliyet gösterebilme imkânı.

“[...] (4) (4) **Kurum, arz ve talep yönlü özellikleri dikkate** alarak ilgili pazar kapsamındaki ürün, hizmet, altyapı ve benzeri hususları göz önünde bulundurmak suretiyle farklı alt pazarlar (submarket) tanımlayabilir.”

Bu kapsamda, bireysel ve kurumsal alt Pazar tanımlarının yapılmasında yukarıda yer alan maddenin eksiksiz biçimde uygulanıyor olması yerinde olacaktır. Yani böyle bir alt Pazar tanımı için mutlak suretle, arz ve talep yönlü özellikleri dikkate alarak, ve dahi olası fiyat artışında karşılaşılabilecek durumda Türk Telekom’un gelirlerinde azalma olup olmayacağını tespitinin yapılması gerektiği değerlendirilmektedir.

Bireysel ve kurumsal kullanıcılara sunulan sabit telefon şebekesine erişim hizmetinin ayrı alt pazarlar şeklinde tanımlanması gerekmediğini, verilecek hizmetlerin fiyat ve fonksiyon olarak birbirinin yerine ikame edebilecek olduğundan abonenin tipine bağlı alt pazarların yapılmasına gerek olmadığını düşünüyoruz. Böyle bir alt pazara gidilmesi durumunda ilerleyen dönemlerde aynı hizmetin sunulmasına karşın, fiyat farklılaşması sağlanan her ürünün ayrı pazarda yer alıp almadığını sorgulanacak ve yanlış uygulamalara kötü bir örnek teşkil edecektir. Bireysel ve kurumsal abonelere verilen hizmetler aynı hizmetlerdir.

Yukarıda yer alan tüm bu değerlendirmeler ışığında, pazarın kurumsal-bireysel alt pazarlara ayrıştırılmasının gerekli olmadığını düşünmekteyiz. **Ancak, burada esas olan nokta, ister ayrı ister aynı pazarlarda olsun, hem bireysel hem de kurumsal pazarda sunulan hizmetlerin düzenleme gereksinimidir. Düzenlemeler konusundaki görüşlerimize ise aşağıdaki sorular kapsamında yer verilmektedir.**

5- İlgili pazarda coğrafi pazarın tanımlanmasında dikkate alınması gerektiğini düşündüğünüz hususlara yönelik değerlendirmelerinizi gerekçeleri ile birlikte açıklayınız.

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu’nun 16.12.2009 tarih ve 2009/DK – 10/659 sayılı Kararı ile yürürlüğe alınan “Sabit Telefon Şebekesine Erişim Pazarı Hakkındaki Piyasa Analizi” kapsamında da coğrafi Pazar ile ilgili olarak “Ülkemiz boyutunda halihazırdaki durum itibarıyla, ilgili piyasada hizmet veren bir işletmeci

bulunmakta ve bu işletmecinin faaliyet sahası, İmtiyaz Sözleşmesi gereği, tüm ülkeyi kapsamaktadır. Türk Telekom, bu piyasa içinde şebekesinden erişim hizmeti talep eden müşterilere bölge farkı gözetmeksizin aynı ücrete aynı kaliteyi sağlamak durumundadır. Bu nedenle, sabit şebekeye erişim hizmeti piyasasında ilgili coğrafi piyasanın ülke geneli olduğu değerlendirilmektedir.”

denilmektedir. Kurumunuzun coğrafi Pazar kapsamındaki görüşlerinde olduğu gibi coğrafi piyasanın ülke geneli olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte, son dönemde birçok mecrada Türk Telekom tarafından “bölgesel düzenleme” yaklaşımının benimsenmesine yönelik açıklamalarda bulunduğuna şahit olunmuştur. Bölgesel bazda düzenlemenin hayata geçirilmesinin sektörümüze yansiyabilecek yönelik olumsuz etkilerini somutlaştırmakta ve Kurumunuza bir kez daha dile getirmekte fayda olduğu düşünülmektedir;

- Mevcut durumda, Kurumunuz tarafından ülke çapında yürütülen Pazar analizleri neticesinde belirlenen Pazar tanımları içerisinde etkin piyasa gücüne (EPG) tabi olan işletmeci/işletmeciler belirlenerek, söz konusu pazarda rekabetin gelişebilmesini teminen bu işletmecilere mevzuat kapsamında yükümlülükler getirilmektedir. İlgili pazarlarda EPG'ye sahip işletmeci veya işletmecilerin varlığı, söz konusu pazarların rekabetçi olmadığını göstermektedir. Yürütülen Pazar analizleri kapsamında EPG'ye sahip olan işletmeciler; Erişim ve/veya arabağlantı sağlama, Şeffaflık, Ayrım gözetmeme, Referans erişim ve/veya arabağlantı tekliflerinin yayımlanması, Hesap ayrımı, Tarife kontrolüne tabi olma, Maliyet muhasebesi, Asgari kiralık hat gurubu hizmetini sunma, Ortak yerleşim ve Tesis paylaşımı gibi yükümlülüklerle tabi tutulmaktadır.
- Ülkemizde gelinen son duruma bakılacak olursa alternatif işletmecilerin toplam elektronik haberleşme pazarı gelirlerinden aldığı pazar payı %8 seviyelerindedir. Sabit ses hizmetlerinde ise alternatif işletmecilerin Pazar payı sadece %11'dir. Dolayısı ile genel olarak Türkiye'de elektronik haberleşme sektöründe, ve hatta sabit ses pazarında henüz yeterli rekabet şartları oluşmamıştır.
- Bölgesel bazda düzenleme uygulaması şu anlama gelmektedir;
 - Mevcut durumda pazarda halen tekel konumundaki yerleşik işletmecinin belirli bölgelerde EPG'liğinin ortadan kalkmasına ve o bölgeler için yukarıda bahsi geçen düzenlemelerden muaf tutulmasına neden olacaktır.
 - Mevcut durumda ülke genelinde tekel gücünü korumaya devam etmekte olan yerleşik işletmeciyi herhangi bir şekilde muaf tutacak uygulamalar rekabete hizmet etmeyecektir.

EPG'ye sahip işletmecinin yükümlülüklerden muaf olduğu durumlarda uygulayabileceği rekabeti kısıtlayıcı uygulamalara kısaca değinilmek gerekirse;

- **Arabağlantı yapmayı reddetme:** Yerleşik işletmecinin rakipleri ile arabağlantı yapmayı reddetmesi durumunda temelde yerleşik işletmecinin kendisinin de gelir kaybı ile karşı karşıya kalması söz konusu olacağından, yerleşik işletmecinin arabağlantı yapmayı reddetmek yerine yapılan arabağlantının kalitesini düşürmek, aşırı fiyatla sunmak, ayrımcılık yapmak gibi diğer rekabet ihlali uygulamalarıyla rakiplerini zor durumda bırakma yolunu seçebileceği değerlendirilmektedir.
- **Fiyat dışı uygulamalar:** Yerleşik işletmecinin pazar gücünü kullanarak ayrımcılık yapmak, hizmetin sunumunda geciktirici taktikler uygulamak, hizmetleri paket halinde veya bağlı bir şekilde sunmak gibi şartlar öne sürerek rekabet ihlalleri uygulayabileceği değerlendirilmektedir.
- **Fiyata dayalı uygulamalar:** Yerleşik işletmecinin aşırı fiyat, fiyat ayrımcılığı ve çapraz sübvansiyon gibi çeşitli fiyata dayalı uygulamalarla rakiplerini pazarın dışına itebileceği değerlendirilmektedir.

Yukarıda yer alan görüşlerimiz doğrultusunda, bölgesel düzenleme yaklaşımına gidilebilmesi için **ilk şart pazarın genelinde etkin rekabet seviyesine ulaşılmış olması olarak belirlenmesi** ve Kurumunuz analizlerinde bu hususun dikkate alınması gerektiği değerlendirilmektedir.

6- İlgili pazarın Kurumumuz tarafından öncül olarak düzenlenmesi/düzenlenmemesi gerektiği hususundaki görüşleriniz ve değerlendirmelerinizi gerekçeleri ile birlikte açıklayınız.

Yukarıda adı geçen Tavsiye Kararı ve Kılavuzda Pazar analizleri ve neticesinde uygulamaya alınan öncül düzenlemelerin amacı açıkça yer almaktadır. **Buna göre; söz konusu düzenlemelerin esas amacı piyasaları rekabetçi bir yapı haline getirerek, son kullanıcı faydasının en üst seviyeye çıkarmak olarak tanımlanmıştır.** Bu amaca yönelik olarak Komisyon piyasaları rekabet mevzuatı prensiplerine göre analiz ederek nihai hale getirmektedir.

Avrupa Komisyonu'nun pazar analizi neticesinde öncül düzenleme getirilip getirilmemesi kararı aşamasına izlediği yöntem şu şekildedir; ilgili pazarda, üçlü kriter testinde yer alan kriterlerden herhangi

birinin varlığının tespit edilmesi durumunda, söz konusu Pazar öncül düzenlemelere tabi olmakta ve bu duruma istisna teşkil edecek herhangi bir tanım bulunmamaktadır.

1. Pazara giriş önünde yüksek ve geçici olmayan engel veya engellerin olması

Bu çerçevede Kılavuza göre, ilk kriter “Pazara giriş önünde yüksek ve geçici olmayan engel veya engellerin olması”dır. Bu engeller, yapısal, hukuksal ve düzenleyici giriş engelleridir.

Söz konusu kriterin değerlendirilmesi sırasında dikkate alınacak teknolojik üstünlük, batık maliyetlerin ve kolaylıkla tekrarlanamayan altyapıların varlığı, mali kaynaklara kolay veya ayrıcalıklı erişim, ölçek ve kapsam ekonomileri, dikey bütünleşme, dağıtım ve satış ağlarının genişletilmesinde karşılaşılan engeller ve farklılaştırılmış ürün ve hizmetleri gibi hususlar bulunmaktadır.

- **Yapısal Engeller:** Yerleşik işletmeci ile piyasaya yeni giren bir işletmeci arasında, fiyat yapıları, talep seviyesi, teknoloji gibi konularda asimetrik bir yapının bulunması yapısal engellerin varlığına işaret etmektedir. Tavsiye kararına göre, yapısal engellerin varlığının tespit edilirken, piyasaya yeterli işletmecinin girmesi veya girmesinin beklenmesi tek başına yeterli değildir. Önemli olan piyasada bulunan veya piyasaya girecek işletmecilerin yerleşik işletmecinin Pazar gücünü kısıtlayıcı nitelikte olup olmadığıdır. Dolayısı ile piyasada yer alan veya yeni girecek olan işletmecilerin hakim konumda bulunan yerleşik işletmeci üzerinde baskı oluşturacak seviyede olmaması durumunda, yapısal engellerin var olduğu kabul edilmektedir.

Türkiye’de sabit telefon arama pazarında 2000 yılında başlayan serbestleşme sürecinde gelinen nokta %89 yerleşik işletmeci, %11 ise alternatif işletmeci Pazar payıdır. Yaklaşık 18 yıldır süregelen bu süreçte etkin rekabet tesis edilememiş, hakim konumda bulunan Türk Telekom’un tekeli konumunda herhangi bir değişiklik olmamıştır. Bu durum, tavsiye kararda da belirtildiği şekilde pazarda çok ciddi yapısal engellerin varlığını kanıtlar niteliktedir.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında pazarda yapısal giriş engellerinin bulunduğunu değerlendiriyoruz.

- **Hukuksal ve Düzenleyici Engeller:** Tavsiye Kararına göre, hukuksal ve düzenleyici engeller ekonomik şartlara değil, işletmecilerin pazara giriş veya pazarda konumlanmaları üzerinde doğrudan etkili olan engellerdir. Bir başka açıdan bakıldığında piyasada öngörülebilirliğin bulunmadığı durumlarda hukuksal ve düzenleyici engel olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda, ilgili pazarlarda faaliyet gösterecek işletmecilerin sayısını sınırlandıran, veya kısıt

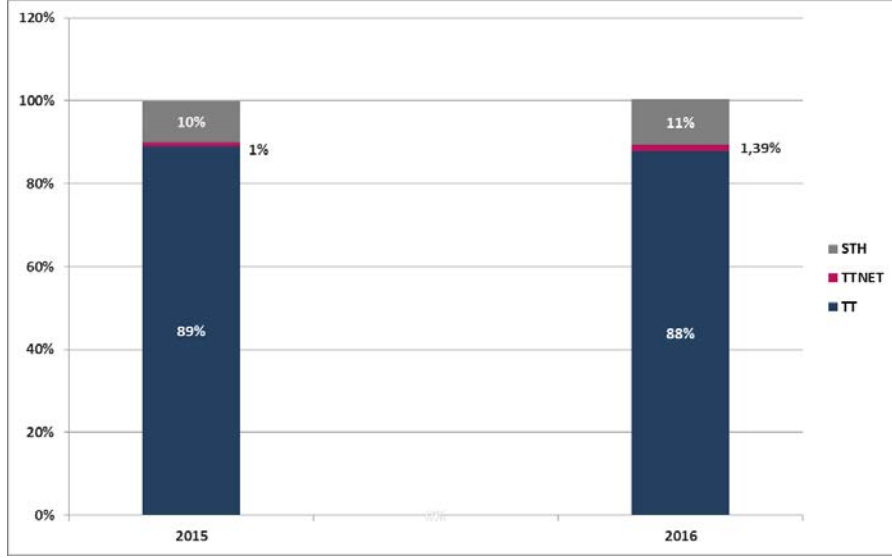
kaynak tahsisi gerektiren/ön koşulu bulunan (1 milyon sermaye şartı, vb..) yetkilendirmeye ilişkin hususların pazara giriş önünde hukuksal ve idari giriş engelleri niteliğinde olduğunu göstermektedir.

Bu kapsamda, ülkemizde bazı hukuksal ve düzenleyici engeller bulunduğunu söylemek mümkündür. Tüm bu değerlendirmeler ışığında Pazara giriş önünde yüksek ve geçici olmayan engel veya engellerin bulunduğunu değerlendiriyoruz.

2. Pazar yapısının belirli bir dönem içinde kendiliğinden rekabetçi yapıya yönelme eğiliminde olmaması

Bu kriter, Tavsiye Karar'da da belirtildiği şekilde, belirli bir zaman dilimi içerisinde etkin rekabetçi yapıya yönelme eğiliminde bulunmayan pazarları kapsamaktadır. 3'lü Kriter testinin 2. Kriterinde ilgili piyasada pazar yapısının belirli bir dönem içinde kendiliğinden rekabetçi yapıya yönelme eğiliminde olup olmadığı incelenmektedir. Sabit telefon şebekesine erişim için alternatif erişim yöntemlerinin hâlihazırda gelişmemesi ile sabit erişim hizmetine ilişkin arz ikamesi olanaklarının sınır oluşu, pazar yapısının belirli bir dönem içinde kendiliğinden rekabetçi yapıya kavuşmasını engellenmiştir. Bu sebeple bu başlık altında pazarın bugüne kadar rekabetçi yapıya kavuşmama sebepleri ile gelecekte rekabetçi yapıya kavuşmasını engelleyecek pazar dinamiklerinin mutlaka incelenmesi gerektiği düşünülmektedir.

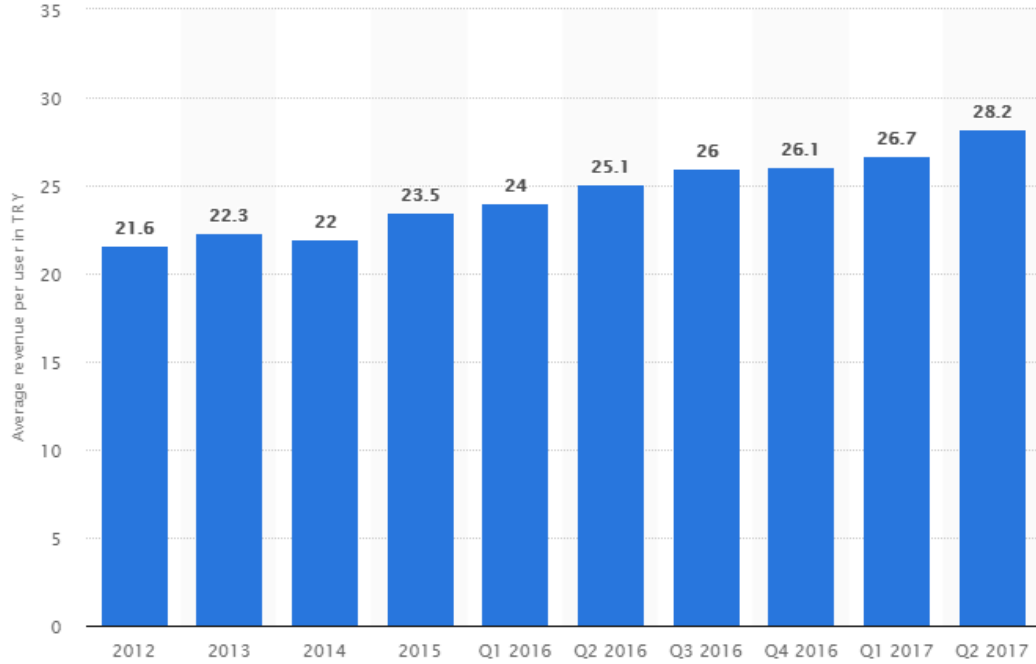
Kurumunuz tarafından hazırlanan 2017 3. Çeyrek Pazar verileri raporunda, Pazar paylarına ilişkin değerlendirme yapılırken TTNET rakamlarının da alternatif işletmecilerin rakamlarına dahil edildiği görülmektedir. Ancak %100'ü yerleşik işletmeci olan Türk Telekom'a ait ve Rekabet Kurumu tarafından da "ekonomik bütünlük" olarak görülen bir şirketin alternatif işletmecilerden mutlak suretle ayrıştırılması gerekmektedir. Aksi halde yapılan rekabet değerlendirmesi gerçekleri yansıtmayacaktır. **Bu çerçevede, Türkiye'de ilgili pazardaki rekabet şartlarının incelenmesi sonucunda, serbestleşme sürecinin başlangıcından itibaren geçen yaklaşık 18 yıl sonunda alternatif işletmecilerin Pazar payı %11'ler seviyesine gelebilmiştir;**



Yukarıda yer alan grafikten de görüleceği üzere, **alternatif işletmecilerin Pazar payları ilgili pazarda rekabetin bulunmadığını açıkça göstermektedir. Kaldı ki rekabet, öncül düzenlemelerin bulunmasına rağmen tesis edilememiştir. 18 yıl içerisinde gelinen %11'lik Pazar payı da aynı zamanda belirli bir dönem içerisinde piyasanın etkin rekabet seviyesine ulaşma imkanının bulunmadığını göstermektedir. İlgili pazarda, düzenlemelerin kaldırılması durumu zaten gelişememekte olan rekabetin daha da gerilemesine, alternatif işletmecilerin Pazar paylarının küçülmesine neden olacaktır.**

Bu veriler ışığında Türk Telekom'un sabit arama pazarında fiili tekel konumunda bulunduğu ve sabit arama pazarında rekabetin söz konusu olmadığı son derece aşikârdır. Nitekim, fiili tekel konumunun bir sonucu olarak Türk Telekom hemen hemen hiçbir ülke pazarında görülmeyen karlılık oranlarına ulaşmaktadır.

Türk Telekom'un finansal ve operasyonel açıklamalarında açıklamış olduğu ARPU verilerine baktığımızda Türk Telekom'un bu olağanüstü performansının nedeni anlaşılmaktadır:



Data visualized by  + a b | e a u

© Statista 2018

Bu durumda sabit erişim pazarında ne bireysel abonelikler ne de kurumsal abonelikler için herhangi bir rekabet baskısı olduğu söylenmesi mümkün olmayacak ve bireysel ve kurumsal abonelikler bakımından farklı sebepler dolayısıyla ayrı alt pazarlarda incelenmesi makul olsa dahi bu iki abonelik tipinde de pazarda rekabet seviyesinin düşük olduğu görülmektedir. Herhangi bir öncül düzenleme yapılmaması durumunda kendiliğinden rekabetçi seviyelere ulaşabileceği düşünülmemektedir.

Yukarıdaki değerlendirmelerimiz ışığında, Pazar yapısının belirli bir dönem içinde kendiliğinden rekabetçi yapıya yönelme eğiliminde bulunmadığı çok nettir.

3. Rekabet kurallarının tek başına uygulanmasının pazar yapısının bozukluğunu gidermede yetersiz olması

Tavsiye kararına göre, öncül düzenlemeler, rekabet kurallarının piyasa başarısızlıklarını gidermeden yeterli olmadığı durumlarda tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir. Bu kapsamda, üçlü kriter testinin ilk iki koşulunun birlikte sağlanması durumunda oluşabilecek pazar aksaklıklarının giderilmesine yönelik ex-post (ardıl) 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.

Bu kapsamda, sabit pazarda var olan yapısal rekabet sorunlarına ilişkin olarak yukarıda izah edilen hususlara dayanarak, “rekabet kurallarının tek başına uygulanmasının pazar yapısının bozukluğunu gidermede yetersiz olması” koşulunun da sağlandığını değerlendirmekteyiz.

Yukarıda yer alan değerlendirmelerimiz doğrultusunda bireysel-kurumsal alt Pazar ayırımına gidilmeksizin “Sabit Telefon Şebekesine Erişim Pazarı”nın tamamında öncül düzenlemelere ihtiyaç bulunmaktadır.

Öncül düzenlemelerin yapılmadığı bir ortamda aşağıdaki sonuçların ortaya çıkacağı değerlendirilmektedir;

1. Türk Telekom perakende pazarda erişim teklifini geri çevirebilecek,
2. Aboneleri arasında ayırım gözetebilecek,
3. Şeffaflık yükümlülüğü olmadığı Türk Telekom için her aboneye ayrı teklif edebilecek, abonelerin birbirinden habersiz kampanya ve tarifeler önerebilecek, rekabet hukuku ise yapılan bu rekabet ihlallerine yeterli hızda cevap veremeyecektir. Tüketici şikâyetleri artacaktır.
4. Türk Telekom İşletmecilerin tarifelerinin kolaylıkla altında ve fiyat sıkıştırabilecek tarifeler yayınlayabilecektir. Bu tarifelerin şikâyeti sonrasında rekabet hukuku sorunun çözümü için yeterli olmayacaktır.
5. Türk Telekom tarifelerindeki “sabit ücreti” olabildiğince yükseltip, İşletmeciye tahsisli numaraları da dışlayarak verdiği bedava dakikalık paketlerle Taşıyıcı Ön Seçimi ve Taşıyıcı Seçimi modelini tamamen bitirebilecektir.
6. Ses ihalelerinde Alternatif İşletmecileri dışlayacak perakende tarifeler üretebilecek ve bu tarifeleri de tamamen kontrolsüz bir şekilde hazırlayacaktır. İhalenin Türk Telekom tarafından alınması sonrasında itiraz süreçlerinde Rekabet Hukuku rekabet ihlallerinin oluşmasında engelleyici olamayacaktır.
7. Türk Telekom çıkardığı tarifeler ile Alternatif İşletmecilerin THK basamağının üstündeki yatırım merdivenini tırmanmasına izin vermeyebilecektir. İşletmecilerin YAPA’ya gerekse fiber yatırımlarını atıl hale getirebilecek, yapabileceği bir kampanya ile Alternatif İşletmecilerin tüm abonelerini kendine geçişini sağlayabilecektir.

8. Türk Telekom elindeki Taşıyıcı Ön Seçimi, taşıyıcı Seçimi ve Toptan Hat Kiralama metotları ile İşletmeciden aldığı bilgileri pazarlama amaçlı kullanabilecektir. Alternatif İşletmecilerden temin edilen bilgilerin Türk Telekom tarafından kullanılmamasının önüne geçilemeyecektir.
9. Rekabete ulaşmayan arama pazarı büyük yara alacak, rekabet açısından geri dönülmez zararlar oluşacaktır.
10. TNet'e herhangi bir fiyat sıkıştırması veya maliyet kontrolü yükümlülüğü getirilmediği takdirde Türk Telekom TNet üzerinden istemiş olduğu rekabet ihlallerini herhangi bir yükümlülüğe tabi olmadan gerçekleştirebilecektir.

7- Paket (bundle) hizmetlerin yaygınlaşmasının perakende sabit erişim/ses hizmetlerinin sunumu üzerindeki etkileri hakkındaki düşüncelerinizi belirtiniz.

Son yıllarda, elektronik haberleşme sektöründe yakınsama sürecinin bir sonucu olarak tüm dünyada bundle (çoklu hizmet/paket) hizmetlerin sunulmaya başlandığı görülmektedir.

Tek bir altyapı üzerinden birçok hizmetin aynı anda verilebilir olması ve tüketicilerin de farklı elektronik haberleşme hizmetlerini içeren bundle hizmetlere talebinin artması, diğer ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de bundle hizmetlerinin giderek yaygınlaşmasına sebep olmaktadır. Bu durum, özellikle sadece perakende hizmet sunmakta olan işletmecilerin dikey bütünleşik yapıda olan işletmeciler (hem toptan hem de perakende hizmet sunan işletmeciler) ile rekabet edebilmesi önünde engel teşkil etmektedir.

Yerleşik işletmeci olan Türk Telekom grubunun geçtiğimiz yıllarda almış olduğu stratejik bir karar ile grup entegrasyonu sürecini başlatmış, Grup bünyesindeki Avea, TNet ve Türk Telekom'un sadece tüzel kişilikleri kağıt üzerinde saklı tutularak ticari, idari ve hukuki birimleri tek çatı altında toplanmıştır. Bu durumun, bundle hizmet sunumun Türk Telekom'un genel bir stratejisi haline dönüşmesinde önemli bir rol oynadığı değerlendirilmektedir.

Farklı hizmetlerin bir arada sunulduğu bundle hizmetler kapsamında karşı karşıya kalınabilecek en önemli rekabet ihlali şüphesiz "fiyat sıkıştırması" ve "çapraz sübvansiyon" olarak karşımıza çıkmaktadır. Çoklu hizmet sunumlarında birlikte sunulan hizmetlerin rakipler tarafından da tekrarlanabilir olması gerekmektedir. Bazı durumlarda rakiplerin birleşik olarak sunulan hizmetlere cevap veremiyor oluşlarının arkasında yatan neden erişim sağlamak zorunda kalınan hizmetlerdeki yüksek fiyatlardan ve dolayısıyla artan maliyetlerden kaynaklanabilmektedir. Bunun mutlak surette engellenmesi pazarda alternatif işletmecilerin ayakta kalabilmesi için kritik önemde kabul edilmektedir. Bu sağlanmadığı durumda pazarda

faaliyet gösterebilen operatörlerin sadece dikey entegre operatörler olması gibi bir sonuç ortaya çıkabilecektir.

Bu kapsamda, bundle hizmetlere yönelik güçlü fiyat kontrolü mekanizmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Maliyet esaslı tarife belirleme yükümlülüğüne ek olarak bundle hizmetlere yönelik “fiyat sıkıştırması” testi yerleşik işletmeciye yükümlülük olarak getirilmelidir.

Fiyat Sıkıştırması Testinin uygulanmasında tüm Dünyada karşılaşılan en önemli sorunlardan biri çoklu hizmet paketlerinde bu testin nasıl uygulanacağıdır. Bu çerçevede değerlendirme yapılırken, ürünlerin ekonomik ilişkilerine bakılması yaygın bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yaklaşımda, ürünlerin ayrı ayrı sunulma imkanı yok ise tek bir ürün olarak değerlendirilerek analiz edilirken, ayrı ayrı sunulma imkanı var ise her bir ürünün ayrı ayrı testten geçirilmesi gerekmektedir.

Yukarıdaki açıklamalarımız doğrultusunda **bundle hizmetlerin maliyet esaslı tarife belirleme yükümlülüğüne ek olarak fiyat sıkıştırması testine öncül olarak tabi olmaları ve birbirinden bağımsız olarak sunulabilen hizmetlerin ayrı ayrı fiyat sıkıştırması testine tabi olması gerektiği** değerlendirilmektedir.

8- Şirketiniz tarafından sabit ses hizmetini de içeren 2’li, 3’lü ve/veya 4’lü paket (bundle uygulamalardan yararlanan abone sayısını, sabit erişim türünü (PSTN bazlı ya da IP bazlı gibi), paket (bundle) kapsamı ile birlikte belirtiniz. Toplam aboneleriniz içinde bundle kullanan abone oranını belirtiniz.

9- İşletmeci değişikliği süreçlerinin perakende sabit erişim/ses hizmetleri pazarındaki rekabet düzeyi üzerindeki etkileri hakkındaki düşüncelerinizi açıklayınız.

10- Sabit numara taşınabilirliği süreçlerinin perakende sabit erişim/ses hizmetleri pazarındaki rekabet düzeyi üzerindeki etkileri hakkındaki düşüncelerinizi açıklayınız.

Bilindiği üzere, “Numara Taşınabilirliği Yönetmeliği”nin 5. Maddesinde

“MADDE 5 – (1) Bu Yönetmeliğin uygulanmasında aşağıda belirtilen temel ilkeler gözetilir:

a) Objektif nedenler aksini gerektirmedikçe niceliksel ve niteliksel devamlılık, adil davranma, ayırım gözetmeme, düzenlilik, verimlilik, nesnellik, orantılılık, şeffaflık ve kaynakların etkin kullanılması,

b) Numara taşınabilirliğine yönelik uygulamaların ülke koşullarına uygun, etkin ve uzun vadeli çözümler olması,

c) **Etkin ve sürdürülebilir rekabet ortamının oluşturulması,**

ç) Kullanıcıların makul koşullarda, kolaylıkla faydalanabilecekleri uygulamaların teşvik edilmesi,

d) Tüketici haklarının korunması.”

hükmü yer almaktadır. Numara taşınabilirliği, tüketicilere numarasını değiştirmeden telefon hizmeti istediği işletmeciden alabilme imkanını sağlayarak ilgili ses pazarlarında rekabeti teşvik eden bir düzenleme olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ülkemizde mobil numara taşınabilirliği 9 Kasım 2008 yılında uygulamaya alınırken, sabit hatlarda numara taşınabilirliği ise 10 Eylül 2009’da hayata geçmiştir. Bugüne kadar taşınan numara sayılarına bakıldığında mobil (112.818.845) ile sabit (1.609.554) numara taşınabilirliği arasında çok büyük bir fark olduğu göze çarpmaktadır.

Mobil ses hizmetlerinde rekabet seviyesi incelendiğinde, her üç işletmecinin birbirine çok yakın Pazar paylarına sahip olduğu ve bu minvalde ilgili pazarlarda etkin rekabetin tesis edildiğini söylemek mümkün görünmektedir. Sabit ses pazarında ise serbestleşme sürecinin başlangıcı olarak kabul edilen 2000 yılından itibaren geçen 18 yıllık süre zarfında alternatif işletmecilerin Pazar payı halen %11 seviyesinde kalmıştır. Bu durumun temel sebebinin “rekabet eksikliği” olduğu ankete yönelik görüşlerimizin çeşitli kısımlarında dile getirilmiş olmakla birlikte sabit numara taşınabilirliği sürecinde yaşanan olumsuzlukların da “rekabet eksikliği”ne yola açan sorunlardan biri olduğu değerlendirilmektedir.

Kurumunuz tarafından Mart 2010’da yayımlanan “Mobil Numara Taşınabilirliği, Rekabete ve Tüketicilere Etkileri: Ardıl Düzenleyici Etki Analizi Çalışması” Başlıklı Raporda numara taşınabilirliğinin rekabet üzerindeki etkileri incelenmektedir. Söz konusu çalışmada;

“Numara taşınabilirliğini uygulamaya geçmesini müteakip üç aylık dönemde pazarda en düşük pazar payına sahip olan işletmeci %1’lik bir büyüme yakalamıştır. 2009 yılı son çeyreğine gelindiğinde işletmecilerin abone sayılarına göre pazar paylarının 2008 yılı dördüncü çeyreğine benzer bir eğilime girdiği görülmektedir. Trafîğe göre pazar paylarında ise görece daha fazla pazar payı olan işletmeci aleyhine bir değişim söz konusudur. Gelire göre pazar payları incelendiğinde benzer bir durum ortaya çıkmaktadır. En yüksek abone kitlesine sahip olan işletmecinin gelire göre pazar payı düşerken, en düşük

abone kitlesine sahip olan işletmecinin gelire göre pazar payı yükselmektedir. Pazar payı açısından lider konumdaki işletmecinin pazar payının bir ölçüde düşmesi, pazardaki rekabet seviyesinin görece olarak arttığını göstermektedir.”

Tespiti durumu açıkça ortaya koymaktadır. Buna göre; **numara taşıma uygulaması pazardaki rekabet seviyesinin artmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, mobil numara taşınabilirliğinde yaşanan başarının sabit numara taşınabilirliğinde de elde edilmesinin hedeflenmesi gerektiği, sabit numara taşınabilirliği süreçlerinin etkin ve doğru bir yöntem ile uygulanmasının da sabit erişim ve ses hizmetleri pazarlarındaki rekabete olumlu katkısı olacağı** değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, Mobil Numara Taşıma kapsamında yapılan düzenlemeler ile mobil sektörde numara taşımaya ilişkin uygulama ve süreçler düzene girmiş olup Sabit Numara Taşıma içinde mobildeki gibi bir uygulama yapılması gerektiği düşünülmektedir. Sabit numara taşınabilirliği süreçlerine yönelik önerilerimize aşağıda yer verilmektedir;

- Numara Taşınabilirliği Yönetmeliğinin 7. Maddesinde numara taşıma talebine yönelik süreçlere yer verilmektedir. Buna göre;

(1) Numara taşıma işlemi, abonenin numara taşıma talebi ile birlikte aboneli olmak istediği alıcı işletmeciye yazılı olarak, müşteri hizmetlerini arayarak, internet aracılığı veya Kurumca belirlenecek diğer yollar ile başvurusuyla başlar. Abonenin bu yönde bir talebi olmaksızın söz konusu abone için numara taşınabilirliği işlemi başlatılamaz. Abone, taşınacak numarayı, kimlik bilgilerini, verici işletmeci bilgisini, irtibat bilgilerini ve tercih ettiği taşıma zamanını doldurulan bir form ile alıcı işletmeciye bildirir ve söz konusu işletmeci ile taşıma işleminin gerçekleşmesinden itibaren geçerli olacak şekilde abonelik sözleşmesi yapar. Abone, söz konusu başvuru ile, numara taşıma işleminin gerektirdiği bilgilerin verilmesine ve bu işlemin kendi adına alıcı işletmeci tarafından yürütülmesine onay vermiş sayılır. Alıcı işletmeci, abonenin numarasının taşınmasına ilişkin imzalı talep formunu, kimlik bilgileri ile ilgili diğer bilgi ve belgeleri alarak, verici işletmeciye gönderilmek üzere, söz konusu bilgi ve belgelerin suretlerini elektronik ortamda numara taşınabilirliği sistemine ulaştırmakla yükümlüdür.

Yukarıdaki maddeye göre, alıcı işletmeci müşteri talep ve belgelerini verici işletmeye iletmekle yükümlü kılınmaktadır. Söz konusu belgelerin yalnızca alıcı işletmeci sorumluluğunda olması gerektiği değerlendirilmektedir. Mevcut numara taşıma yönetmeliğine istinaden işlemler alıcı işletmeci tarafından yürütülmekte olup, her iki işletmeci için de ekstra efor gerektiren belge kontrolünün, mobil numara taşıma sürecinde olduğu üzere alıcı işletmeci sorumluluğuna bırakılması yerinde olacaktır.

- Mevcut Numara Taşınabilirliği Yönetmeliğinde yer alan 10. Maddede numara taşıma talebinin reddine yönelik kriterler hüküm altına alınmıştır. Bu madde kapsamında ret gerekçeleri aşağıdaki şekilde belirlenmiştir;

a) Taşınması talep edilen numaranın başka bir aboneye ait olması,

b) Numarasını taşımak isteyen abonenin, mevcut işletmecisinden numarasının değiştirilmesi talebinin bulunması,

c) Numarasını taşımak isteyen abonenin kimlik bilgilerinin, kimlik bilgisini ispat edemeyecek derecede yanlış veya eksik olması,

ç) Taşınması istenen numaraya ait daha önceden başlatılmış ve devam eden taşıma işleminin bulunması,

d) Numarasını taşımak isteyen abonenin, mevcut işletmecisinde abonelik sözleşmesinin devrine veya iptaline ilişkin yazılı talebinin bulunması,

Fiili durumda Türk Telekom tarafından işletmecilere verilen ret sayılarındaki fazlalık, işlemleri olumsuz yönde etkilemekte ve işletmecilerin hareket alanlarını kısıtlamaktadır. Ayrıca, mevcut durumda verilen ret cevaplarının önemli bir kısmında ret nedenleri belirtilmemekte ve bu durum hem müşteri hem de işletmeci açısından süreçlerin uzamasına sebebiyet vererek tüketici deneyimini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle, ret nedenlerinin sayıca azaltılarak daha spesifik hale getirilmesi ve ret nedenlerinin açıklamaları ile birlikte işletmeciler ile paylaşılması ihtiyacı bulunmaktadır.

- Mevcut Numara Taşınabilirliği Yönetmeliği'nin 12. Maddesi kapsamında numara taşınabilirliğinde işletmecilerin uymakla yükümlü olduğu süreler aşağıdaki şekilde belirlenmiştir;

a) Taşıma talebinin iletim süresi azami iki gündür.

b) Taşıma talebi kontrol süresi azami iki gündür.

c) Numara taşıma duyuru zamanı numaranın taşınması için belirlenen tarihten asgari bir gün öncesidir.

Kurumsal ürün portföy yapısı ve protokoller üzerinden başlatılan aktivasyon süreci dolayısı ile müşteriden talebin alındığı tarih ile işlemin iletildiği tarih farklılık gösterebilmekte ve azami bir süre konulması beklenmektedir. Kurumsal hatların taşınması süreci bireysel hatların taşınması sürecine rağmen verilen hizmet ve ürün içeriğine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Dolayısı ile taşıma talebinin iletim ve kontrol süresinin bireysel aboneliklere göre ayrı olarak değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Belirtilen sebeplere bağlı olarak salt kurumsal

müşteriler için taşıma talebini iletme ve talep kontrol sürelerinin sırasıyla azami 1 ve asgari 2 gün olarak kalması gerektiği değerlendirilmektedir.

- Bir diğer önemli süreç olan yalın taşıma esnasında, sabit hat ile data hizmetinin farklı işletmeciler tarafından veriliyor olması durumunda dahi numara taşıma taleplerinin reddedilmemesi gerektiği değerlendirilmektedir. Hizmeti sağlayan ilgili ISS tarafından yalınlaştırma sürecinin otomatik olarak başlatılması gerektiği düşünülmektedir. Toptan hat kiralama numara taşıma yapılırken, diğer toptan hat kiralama işletmecisi Türk Telekom tarafından bilgilendirilmeli ve üzerinde internet olan müşterinin kendi işletmecisinde otomatik yalınlaştırma süreci başlamalıdır. Mevcut süreç numara taşıma sürecini uzatmakta ve müşteri memnuniyetsizliği oluşmasına sebebiyet vermektedir.

11- Mobil haberleşme hizmetlerinin perakende sabit erişim/ses hizmetleri pazarındaki rekabet düzeyi üzerindeki etkileri hakkındaki düşüncelerinizi açıklayınız.

1, 2, 3 ve 4. Sorulara yönelik cevaplarımız bu soru için de geçerlidir.

12- Genişbant altyapı ve hizmetlerinin yaygınlaşmasının perakende sabit erişim/ses hizmetlerinin sunumu üzerindeki etkileri hakkındaki düşüncelerinizi belirtiniz.

13- İlgili pazarda, mevcut ve ileriye yönelik bakış açısıyla, rekabet seviyesi analizi kapsamında dikkate alınması gerektiğini düşündüğünüz hususlara yönelik değerlendirmelerinizi gerekçeleri ile birlikte açıklayınız.

1, 2, 3, 4 ve 6. Sorulara yönelik cevaplarımız bu soru için de geçerlidir. Bunlara ek olarak Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu'nun 16.12.2009 tarih ve 2009/DK – 10/659 sayılı Kararı ile yürürlüğe alınan "Sabit Telefon Şebekesine Erişim Pazarı Hakkındaki Piyasa Analizi"nde yer alan kriterlere ilişkin görüşlerimize aşağıda yer verilmektedir;

1. **Pazar Payı Kriteri** kapsamında, *Türk Telekom'un Sabit Ses pazarında %90, xDSL genişbant hizmetlerinde ise %89,2 Pazar payına sahip olduğu ifade edilmektedir. Mevcut durumda Türk Telekom'un sabit ses pazarındaki payı %89 seviyesindedir. Bu noktada, halen pazarda etkin rekabetin varlığından bahsetmek mümkün değildir. Yukarıda yer alan değerlendirmelerimiz kapsamında bu konu üzerinde detaylıca durulmuştur.*

2. **Kolayca Tekrarlanamayan Altyapıların Kontrolü** kapsamında, Kurumunuz tarafından yapılan değerlendirmede, *Türk Telekom'un kolayca tekrarlanamayan altyapıların kontrolünü elinde bulundurması nedeniyle anılan işletmecinin rakiplerine göre daha avantajlı bir konumda olduğu açıkça vurgulanmaktadır. Söz konusu tespitin aynen geçerliliğini koruduğu düşünülmektedir.*
3. **Dikey Bütünleşme ve Kapsam Ekonomisi** çerçevesinde, Türk Telekom'un toptan erişim pazarı ile perakende pazarda birlikte hizmet vermekte olduğu bilinmektedir. Taslak analiz dokümanında Kurumunuz tarafından yapılan " *çerçeve, Türk Telekom'un dikey bütünleşik yapıda olması nedeniyle ilgili piyasada diğer işletmecilere karşı daha avantajlı bir konumda olduğu değerlendirilmektedir.*" ifadesi de bu durumu açıklar niteliktedir. Söz konusu tespit geçerliliğini korumakla birlikte, yukarıda bahsedildiği üzere, Türk Telekom'un organizasyon yapısındaki entegrasyonun bu durumu daha da güçlendirdiği düşünülmektedir.
4. **Gelişmiş Dağıtım ve Satış Ağları** bakımından, taslak analiz dokümanında yer alan "*Sabit arama hizmetleri piyasalarında Türk Telekom'un yurt geneline yayılmış dağıtım ve satış ağlarının söz konusu işletmecinin alternatif işletmecilere kıyasla daha etkin bir pazarlama ve dağıtım ağına sahip olmasına yol açtığı değerlendirilmektedir.*" ifadesi oldukça nettir. Söz konusu tespit geçerliliğini korumakla birlikte, yukarıda bahsedildiği üzere, Türk Telekom'un organizasyon yapısındaki entegrasyonun bu durumu daha da güçlendirdiği düşünülmektedir.
5. **İleriye Dönük Değerlendirmeler** kısmında ise, Kurumunuz tarafından aşağıdaki değerlendirmelerde bulunduğu görülmektedir; "*kurumsal kullanıcılara yönelik olarak talep yönlü ve arz yönlü ikame imkânının düşük olması, piyasaya girişin güç olması ve potansiyel rekabetin düşük olması Türk Telekom'un kısa vadede kurumsal kullanıcılara yönelik alt pazarda piyasa gücünü koruyacağını göstermektedir.*" Kurumsal-bireysel kullanıcılara yönelik değerlendirmelerimize yukarıda detaylıca yer verilmiştir.
6. **Etkin Piyasa Gücünün Değerlendirilmesine Yönelik Sonuçlar** kapsamında, *Türk Telekom'un sadece kurumsal pazarda EPG'ye sahip olduğunun değerlendirildiği görülmektedir.* Yukarıda verdiğimiz değerlendirmeler kapsamında Türk Telekom'un hem bireysel hem de kurumsal abonelik kapsamında sabit erişim pazarında yüksek Pazar payına sahip olduğu aşikârdır.

14- İlgili pazarda etkin rekabetin sağlanması amacıyla olası EPG'ye sahip işletmeci /işletmecilere getirilmesi gerektiğini düşündüğünüz yükümlülüklerle ilişkin değerlendirmelerinizi yükümlülük bazında gerekçeleri ile birlikte açıklayınız.

Bir önceki sorulara verdiğimiz yanıtlarda da görüleceği üzere; **Bireysel ve kurumsal alt pazarlar için ayrı ayrı "Rekabet Analizi ve Piyasa Gücünün Değerlendirilmesi" yapılması gerektiği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla alt pazarlarda ayırım yapılmadığını ve her iki alt pazarda da kısa vadede perakende seviyede sabit telefon şebekesine erişim piyasasında hizmet veren işletmecinin piyasa gücünün önemli oranda değişmeyeceği düşünmekteyiz.** Bu sebeple engellerin her iki Pazar içinde geçerli olduğunu, engellerin çözülmesinin kendinden oluşamayacağını ve rekabetin tesisi için rekabet kurallarının tek başına yetersiz kalacağı için; **Türk Telekomünikasyon A.Ş'nin perakende seviyede sabit şebekeye erişim hizmeti piyasasında (sabit erişim piyasalarının tamamında) EPG'ye sahip işletmeci olarak belirlenmesi gerektiğini düşünüyoruz.**

%50 Pazar payının çok üstünde pay alan Türk Telekom'un Pazar Analizi Yönetmeliğinin "Etkin piyasa gücüne sahip işletmecilerin belirlenmesi" başlıklı aşağıda belirtilen maddesine uygun olarak değerlendirilmesi durumunda Türk Telekom'un her iki alt Pazar içinde EPG ne sahip işletmeci olduğu ortaya çıkacaktır.

MADDE 9

1)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.

İlgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip işletmecilerin belirlenmesinde, pazar payının yanında aşağıda yer alan kriterler uygun olduğu ölçüde dikkate alınır:

- a) Kolayca tekrarlanamayan altyapıların kontrolü,*
- b) Teknolojik avantajlar veya teknolojik üstünlük,*
- c) Dengeleyici alıcı gücünün düşüklüğü veya olmaması,*
- ç) Finansal kaynaklara veya sermaye piyasalarına kolay ve ayrıcalıklı erişim imkânı,*
- d) Ürün veya hizmet çeşitliliği,*
- e) Ölçek ekonomisi,*
- f) Kapsam ekonomisi,*
- g) Dikey bütünleşme,*
- ğ) Gelişmiş dağıtım ve satış ağları,*
- h) Potansiyel rekabetin olmaması,*
- ı) Genişleme önündeki engeller.*

(3) İşletmecinin ilgili pazarda diğer işletmecilerle birlikte etkin piyasa gücüne sahip olduğunun belirlenmesinde aşağıdaki kriterler uygun olduğu ölçüde dikkate alınır:

- a) Düşük talep esnekliği,*
- b) Benzer pazar payları,*
- c) Yüksek yapısal ya da hukuki giriş engelleri,*
- ç) Kolektif olarak anlaşma yapmayı reddeden dikey bütünleşme,*
- d) Dengeleyici alıcı gücü eksikliği,*
- e) Potansiyel rekabet eksikliği,*
- f) Pazarın olgunluk seviyesi,*
- g) Talep yönünde durgun veya düşük büyüme,*
- ğ) Homojen ürün veya hizmetler,*
- h) Maliyet yapılarındaki benzerlik,*
- ı) Teknolojik olgunluk ve yenilikçiliğin olmaması,*
- i) Atıl kapasitenin olmaması,*
- j) İşletmeciler arasındaki resmî veya gayri-resmî bağlantılar,*
- k) Ticari davranışlara karşılık verme mekanizmaları ve fiyat paralellikleri,*
- l) Fiyat rekabetinin olmaması veya düşük olması*

Sabit Şebekede Çağrı Başlatma ve Sonlandırma Pazarlarında Taşıyıcı Ön Seçimi, Taşıyıcı Seçimi, Toptan Hat Kiralama yükümlülüklerin ve TOPTAN FİZİKSEL ŞEBEKE ALTYAPISINA ERİŞİM PAZARI'nda Yerel Ağ Erişim Kapsamında yükümlülükler ile bu pazarlarda sağlanmaya çalışılan rekabet tesisinin olumsuz etkilenmemesi için Sabit şebekeye erişim hizmeti piyasasında Türk Telekom'un EPG olarak belirlenmesini ve Türk Telekom'a perakende tarifelerine ve kampanyalarına fiyat sıkıştırmasını engelleyecek yükümlülüğün getirilmesini talep ediyoruz.

Aksi takdirde; Belirli bir piyasadaki hâkimiyetin yaratmış olduğu finansal, teknolojik ve ticarî avantajlardan yararlanarak başka bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemler içine girebilecek ortam oluşacaktır. Ön düzenlemelerin temel amacı bu tür rekabet bozucu engellerin ortaya çıkmadan önlenmesidir.

Türk Telekom'un bir defaya mahsus yürürlükteki tüm tarifelerinin ve sonraki aylarda yeni duyurulacak tarifelerin yürürlüğe girmeden önce 15 gün öncesinde fiyat sıkıştırmaya ilişkin sonuçlarının Türk Telekom'un web sayfasında aylık olarak yayınlanmasına ilişkin yükümlülüğün getirilmesini talep ediyoruz.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında %89 Pazar payına sahip olan Türk Telekom'un Sabit Telefon Şebekesine Erişim Pazarında, bireysel-kurumsal alt Pazar ayrımı bulunmaksızın, EPG'ye sahip işletmeci olarak belirlenmesi gerektiği ve aşağıda yer alan yükümlülüklere tabi olması gerektiği şüphe götürmemektedir.

- Erişim sağlama,
- Toptan hat kiralama,
- Taşıyıcı seçimi ve önseğimi,
- Ayrım gözetmeme,
- Şeffaflık,
- Referans erişim teklifleri hazırlama ve yayımlama,
- Tarife kontrolüne tabi olma (maliyet esaslı tarife belirleme),
- Tarifeler belirlenirken fiyat sıkıştırması testine tabi olma

yükümlülüklerinin getirilmesi gerekmektedir.

Bundan önceki sorulara verilen görüşler kapsamında izah edildiği üzere, Türk Telekom'un bireysel ve kurumsal abonelik segmentlerinde EPG konumunda olduğu, buna göre yukarıdaki yükümlülüklerin tamamına hem bireysel, hem de kurumsal segment itibarı ile tabi olması gerektiğinin bir zorunluluk olduğu düşünölmektedir

15- Yukarıda yer verilen soruların kapsamı dışında, ilgili Pazar bazında dikkate alınması gerektiğini düşündüğünüz ilave hususlara yönelik değerlendirmelerinizi gerekçeleri ile birlikte açıklayınız.