

FİYAT SIKIŞTIRMASININ TESPİTİNE, ÖNLENMESİNE VE GİDERİLMESİNE İLİŞKİN USUL VE ESASLAR TASLAĞI HAKKINDA

TELKODER GÖRÜŞLERİ

18.09.2020

Taslağın Genel Üzerindeki Görüş, Değerlendirme ve Teklif

Fiyat sıkıştırması özellikle;

- Sabit telekomünikasyon hizmetlerinde özellikle hizmet esaslı rekabetin tesis edilmesinde,
- Yatırım merdiveninin etkin bir şekilde işler hale getirilmesi ve her basamakta yer alan oyuncuların makul ölçüde kar elde ederek merdivenin üst kısımlarına tırmanarak, bağımsız şebekelerin kurulumuna giden yolda,
- Rakiplerin tekrarlanabilir ve rekabet edebilir hizmetler sunarak tüketici refahını arttırmada,

kritik önemi haiz düzenlemelerden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenlerle, düzenlemelerin etkin şeffaf ve rekabeti teşvik edecek şekilde uygulamaya girmesi büyük önem arz etmektedir. Bu çerçevede genel görüşlerimiz aşağıda bilgilerinize sunulmaktadır.

1- FİYAT SIKIŞTIRMASI TESTİNİN METODOLOJİSİ

Fiyat sıkıştırmasını tespitinde kullanılacak metodolojinin açık ve detaylı bir şekilde usul ve esaslarda yer alması elzemdir. Bu noktada, benimsenmesi gereken metodolojiye ilişkin genel değerlendirmelerimiz şu şekildedir;

A- Uzun Dönem Artan Maliyet Yöntemi

Fiyat sıkıştırması tespitinde maliyet hesaplamalarında genel kabul gören yaklaşım “Uzun Dönem Artan Maliyet” yönteminin kullanılmasıdır. Uzun dönemde üretimden kaynaklanan sabit maliyetler değişken maliyet haline gelmektedir. Uzun Dönem Artan Maliyet, o ürünün üretilmemesi halinde katlanılmayacak bütün ilişkili maliyetleri içermektedir. Bu kapsamda, Uzun Dönem Artan Maliyet değişken veya sabit ayırımına gidilmeksizin, batık maliyetler de dahil olmak üzere, ilişkili olan tüm maliyetleri kapsamaktadır.

Avrupa Komisyonu tarafından, özellikle fiyat sıkıştırması tespitinde benimsenen yöntem Uzun Dönem Artan Maliyet yöntemidir. Avrupa Komisyonu, serbestleşmeye açılan telekomünikasyon gibi sektörlerde Uzun Dönem Artan Maliyet hesaplamasını esas almaktadır. Komisyon, bu kararına gerekçe olarak da, Telekom sektörü de dahil olmak üzere bu sektörlerde çok yüksek sabit maliyetler bulunurken, çok düşük değişken maliyetlere sahip olmasını öne sürmektedir. Zira, bu iki maliyet kaleminin birlikte ele alınmaması durumunda gerçek maliyetlerin hesaplanması mümkün olmayacak, doğru ekonomik gerçeklikleri yansıtmayacaktır. Bu durumu destekler nitelikte olarak, Telefonica, Deutsche Telecom ve Wanadoo kararları incelendiğinde Uzun Dönem Artan Maliyet yönteminin kullanıldığı görülmektedir.

Uzun Dönem Artan Maliyet yönteminin bir diğer avantajı ise, özellikle yıkıcı fiyatlama ve fiyat sıkıştırması gibi dışlayıcı rekabet ihlallerinde yer alan, uzun dönemli beklenti ile kısa dönemli kardan vazgeçme davranışını tespit edebilmesidir.

Artan Maliyet hesaplamalarındaki eksiklik, bahse konu ürünün üretimi ile ilgili tüm maliyetleri içermesi ancak ürün ile doğrudan ilişkilendirilemeyen maliyetlerin kapsam dışında bırakılmasıdır. Bu eksiklik de, özellikle birden fazla ürün üretiminde ve genel ve ortak maliyetlerin yüksek olduğu sektörlerde önemli bir nokta haline gelmektedir. Örneğin; üst pazardaki girdi kullanılarak alt pazarda birden fazla ürün üretildiği bir durumda, bu

girdinin maliyeti alt Pazar için genel gider niteliği kazanmaktadır. Fiyat sıkıştırması testlerinde, genel ve ortak giderlerin maliyet hesaplamalarına katılmaması, hakim durumda bulunana ve teste tabi tutulan işletmecinin, fiyatları rekabeti bozucu olsa dahi testi geçebilmesine olanak tanıyacaktır. Aynı şekilde, alt pazarda tek bir ürün üretilse dahi, dikey bütünleşik bir işletmecinin toptan ve perakende kolu arasında doğru ve açık bir maliyet ayrıştırması yapmaması durumunda, genel maliyetleri hakim durumda bulunduğu üst pazara ait gibi göstermesi ve alt pazarda maliyetleri düşük göstermesine yol açabilecektir.

Avrupa Komisyonu, Telefonica kararında, yönetici gideri gibi, genel maliyet kalemi sayılabilecek kalemleri de maliyet hesaplamasına dahil edilmesi gerektiğini savunmuştur. Her ne kadar Telefonica, bu maliyetlerin incelemeye konu genişbant internet erişim hizmeti ile ilişkilendirilemeyeceğini, bu maliyetlerin genel gider olduğunu belirtmiş ise de, Komisyon, Telefonica'nın ana faaliyet alanının genişbant internet erişim hizmeti olduğunu, gelirinin büyük bir kısmını bu alandan elde ettiğini, bu hizmet nedeni ile genişleyerek istihdamının arttığını gerekçe göstererek, bu maliyetlerin artan maliyet olarak kabul edilmesi gerektiğine karar vermiştir.

Yukarıda yer alan nedenlerle, ürün ile doğrudan ilişkilendirilmeyen, doğrudan ürünün üretimi ile ilgili olmayan ortak ve genel maliyetlerin bir kısmı, maliyeti hesaplanan ürünün üretiminden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, **ortak ve genel maliyetler de ilgili ürünün Uzun Dönem Artan maliyetlerine, belirli bir oranda, eklenerek toplam ve gerçek maliyet hesaplanmalıdır.**

Sermaye Maliyeti:

Fiyat sıkıştırması testinde dikkat edilmesi gereken bir başka nokta da sermaye maliyetidir. Malumları olduğu üzere iktisadi açıdan bakıldığında normal kar maliyetin bir unsuru olarak değerlendirilmektedir. Diğer bir deyişle toptan fiyat ile perakende fiyat arasında etkin bir operatörün yeterli ölçüde sermaye getirisi elde edebilmesine olanak sağlaması gerekmektedir.

Bu konuda genel olarak kullanılan yöntem Ağırlıklı Ortalama Sermaye Maliyetidir (WACC). **WACC hesaplanırken EPG'ye sahip operatörün sermaye maliyeti değil etkin durumdaki alternatif işletmecinin sermaye maliyeti dikkate alınmalıdır.**

Ayrıca, fiyat sıkıştırmasında temel ölçüt olarak dikey bütünleşik hizmet veren oyuncunun hem perakende hem de toptan pazardaki karlılık durumunun dağılım dengesinin sorgulanması ve bununla ilgili düzenleme getirilmesi gerekmektedir. Son tüketiciye satılan paket üzerinden dikey oyuncunun perakende pazardaki hareket alanı ile toptan pazarda karlılık anlamındaki hareket alanı farklılaşmaktadır. Bu dengenin regüle edilmemesinin, çalışmanın nihai amacına ulaşmasını engelleyeceği düşünülmektedir. fiyat sıkıştırması testinde kullanılacak formülünde $(Pf \geq Tm + \text{Şm} + Pm)$ fiyatın maliyete eşitlenmesi söz konusu olduğundan, Kurumunuzun basiretli tüccar mantığından yola çıkarak, minimum % olarak X gibi makul karlılık seviyesiyle genişletilmesi gerekmektedir. Maliyet fiyatına satış gerçekçi olmayacaktır. Yatırım lisans maliyetlerinden yola çıkarak makul karlılıkla alakalı bir tanım ortaya konması gerekmektedir.

B- Makul Etkinlikteki Rakip

Fiyat sıkıştırması testlerinde genel kabul göre üç yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar:

- Eşit Derecede Etkin Operatör
- Makul Derecede Etkin Operatör
- Benzer Derecede Etkin Operatör

Her testin kullanım alanı ve Pazar üzerinde verdiği sonuçlar birbirinden farklıdır ve bu nedenle de her durumda en uygun metodolojinin değerlendirilmesi gereklidir.

Eşit Derecede Etkin Operatör yaklaşımı genellikle pazarın nispeten dengeli geliştiği ve ex-post rekabet ihlallerine müdahale etmede tercih edilen bir

yöntemdir. Ancak pazarda ölçek ekonomilerinin ciddi olduğu ve oyuncuların pazar büyüklüklerinin çok farklı olduğu durumlarda rekabeti tesis etmede doğru sonuçlar vermemektedir.

Makul Derecede Etkin Operatör yaklaşımında ise alternatif oyuncuların maliyetleri dikkate alınarak değerlendirilmesi esastır. Bu yaklaşım özellikle rekabetin önceden etkin seviyeye gelmeyen ve/veya teşvik edilmesi istenen durumlarda kullanılan bir yaklaşımdır.

Benzer derece etkin operatör yaklaşımında ise yine hakim durumdaki operatörün maliyetleri baz alınmakta ancak ölçek ekonomilerinden elde ettiği avantajlar dikkate alınmamakta ve bu anlamda Makul Derecede Etkin Operatör yaklaşımına benzemektedir.

Fiyat Sıkıştırmasının tespitinde maliyet hesaplaması yapılırken, özellikle düzenleyici kurumlar tarafından serbestleşmeye açılmış olan, öncül düzenlemeye tabi sektörlerde Makul Etkinlikteki Rakip maliyetlerinin esas alındığı görülmektedir. Yine aynı şekilde, alt pazarda birden fazla ve farklı ürünün üretildiği durumlarda Makul Etkinlikteki Rakip maliyetleri kullanılmaktadır. Aynı ürün pazarında yer alacak kadar ikame olsalar da, üst Pazar girdisi kullanılarak üretilen ürünlerin kalite ve özellikleri birbirinden farklı olacaktır. Bu durumda, iki ürüne ilişkin, rakiplerin tüketici talepleri veya maliyet kalemleri farklılık gösterecektir. Bu durumda, diğer yöntemlerin kullanılması, özellikle Eşit Etkinlikteki Rakip maliyetleri, dikey bütünleşik işletmecinin maliyetlerini diğer etkin rakiplerin maliyeti için kıstas kabul etmek son derece yanlış olacaktır. Bu nedenle kullanılması gereken yöntem Makul Etkinlikteki Rakibin maliyetleridir.

Pazardaki rekabetin teşvik edilebilmesi için “makul etkinlikteki rakip” uygulaması en önemli düzenleme aracıdır. Türkiye’de yerleşik operatörün ilgili pazarlardaki payının yüksek seviyelerde seyrediyor olması ve yeni giren işletmecilerin minimum etkin ölçüğe ulaşabilmelerine (şu anki pazar payları ve trende bakılarak) olanak bulunmadığı göz önüne alındığında modelin alternatif işletmeciler, rekabet ve tüketici refahı açısından ne kadar kritik olduğu

anlaşılabilir.

Yukarıda yer alan değerlendirmeler doğrultusunda, **Fiyat Sıkıştırması tespitinde Makul Etkinlikteki Rakip maliyetlerinin esas alınması gerektiği değerlendirilmektedir.**

Özetle, fiyat sıkıştırmasının tespitinde;

- **Maliyet hesaplama yöntemi olarak, genel ve ortak maliyetlerin de dâhil edildiği uzun dönem artan maliyet yönteminin kullanılmasını,**
- **Maliyet seçiminde ise Makul Etkinlikteki Rakip maliyetlerinin esas alınmasını,**
- **Bahse konu bu yöntemlerin de İşbu Usul ve Esaslarda açık bir şekilde belirtilmesini**

talep ediyoruz.

2- FİYAT SIKIŞTIRMASI YÜKÜMLÜLÜĞÜNÜN KAPSAMI

“Fiyat Sıkıştırması Testi” tüm dünyada, farklı iş modelleri arasında rekabet prensibine dayalı olarak, toptan ve perakende fiyatlarda tutarlılığın sağlanması amacı ile kullanılmaktadır. Zira, fiyatların dikey olarak tutarlılığı farklı değer zinciri seviyelerinde etkin rekabetin tesisi için gerekli bir unsurdur.

Türkiye’de rekabet seviyesi anlamında gelinen duruma bakacak olursak; serbestleşme sürecinin neredeyse on ikinci yılında, alternatif işletmecilerin gelir bazında toplam Pazar payı 2020 birinci çeyrek itibarıyla %8,7 seviyelerine ulaşabilmiştir. Bu durum, pazarda etkin rekabet bir yana, henüz rekabetin dahi oluşmadığının bir göstergesidir. Bu durumda, pazarda uygulanacak düzenlemeler ve bu düzenlemelere uyum önem kazanmaktadır. Hâkim konumda bulunan yerleşik işletmeci ve iştirak(ler)inin pazardaki davranışları yakından incelenmeli ve gerekli öncül tedbirler alınmalıdır.

İşbu usul ve esaslar incelendiğinde, Fiyat Sıkıştırması Testinin Kurumunuz tarafından öncül ve ardıl olarak ayrıştırıldığını, öncül düzenlemeler kapsamında “en önemli tarife” tanımı içerisinde yer alan tarifelerin alındığını görmekteyiz. Bu durum, henüz rekabetin oluşmadığı pazarlar için oldukça endişe verici sonuçlara neden olabilecektir. Bir örnek ile açıklayacak olursak; hakim konumdaki işletmeci ve iştiraki için en önemli tarife içerisinde yer almayan (örn; toplam abone sayısı %1-3 olabilir) bir tarife piyasada faaliyet gösteren alternatif bir işletmecinin toplam abone sayısına sahip bir tarife olabilir (örn; tarife kapsamındaki abone sayısı işletmecinin toplam abone sayısının %90-100’ü). Böyle bir durumda, bu tarife hakim konumdaki işletmeci ve iştiraki açısından büyük bir hacme sahip değilken, bu tarifeler kapsamında yapılacak bir rekabet ihlali bahse konu alternatif işletmecinin bu pazardan çekilmesine yol açabilme potansiyeline sahiptir. Dolayısı ile, rekabetin geliştirilmesi ve korunabilmesini teminin “en önemli tarife” tanımının, hakim konumdaki işletmeci ve iştiraki açısından değil alternatif işletmeci açısından değerlendirilmesi gerekmektedir. Buna ek olarak, hakim işletmeci ve iştirakleri tarafından hali hazırda yıllardır uygulanmakta olan kampanyalar artık birer tarife halini almıştır. Dolayısı ile bu kampanyaların da mutlak surette fiyat sıkıştırması testine tabi olması gerekmektedir.

Yukarıdaki değerlendirmelerimiz ışığında, fiyat sıkıştırması testlerinin tamamının öncül olarak gerçekleştirilmesi ve tüm tarife ve dahi kampanyaları kapsar nitelikte olması zaruridir. Aksi halde, fiyat sıkıştırması testinin uygulanması rekabetin geliştirilmesi ve korunmasına en ufak bir katkı sağlamayacak, Kurumunuz iş yükünün gereksiz yere arttırılmasından başka bir anlam taşımayacaktır.

3- ÇOKLU HİZMET PAKETLERİ (BUNDLE)

Çoklu hizmet sunumlarında birlikte sunulan hizmetlerin rakipler tarafından da taklit edilebiliyor 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.

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.

İşbu Usul ve Esaslar incelendiğinde, çoklu hizmet paketlerine yönelik uygulanacak net bir yöntem belirlenmediği görülmektedir. Yukarıdaki görüşlerimiz doğrultusunda;

Birbirinden bağımsız olarak sunulabilen hizmetlerin ayrı ayrı Fiyat Sıkıştırması testine tabi olmasını ve bu hususun Usul ve Esaslar taslağında açıkça belirtilmesini talep etmekteyiz.

Tüm bunlara ek olarak, bazı tanımların baştan daha net konmasının işleyişi kolaylaştırabileceği değerlendirilmektedir. Örneğin; SAC abone alım maliyeti içerisine dahil olan kalemler neler olduğu, OPEX nedir/ kapsamının ve maliyet hesaplamasında kullanılacak abonelik ömrünün belirlenmesi faydalı olacağı değerlendirilmektedir. OPEX ve CAPEX yatırımlarının aylık maliyete dönüştürülmesinde formülasyonun daha net konması gerektiğini düşünülmektedir. Örneğin: Reklam harcamasında kampanya tarife bazlı maliyet nasıl belirlenecek, kişi başı maliyet belirlenirken ilgili dönemdeki abone alımı mı baz alınacak , yine satış primlerinde kişi başı maliyete dönüştürülmesiyle ilgili daha net tanımlara ihtiyacımız bulunmaktadır.

Yukarıda yer alan görüşlerimize uygun olarak maddelere yönelik görüşlerimize aşağıda yer verilmiştir;

Taslak Maddesi	Görüş ve Değerlendirme	Teklif
<p>Tanımlar</p> <p>MADDE 3 – (1) Bu Usul ve Esaslarda geçen</p> <p>a)Abone ömrü: Abonelerin işletmeci(ler)den ilgili hizmeti aldığı/almaya devam ettiği ortalama süreyi,</p>	<p>EK-2’de yer alan “Abone ömrünün hesaplanması” unsuru altında, abone ömrü olarak taahhüt süresi ve/veya Kurumunuz tarafından belirlenecek bir sürenin dikkate alınacağı ifade edilmektedir. Abone ömrünün taahhüt süresi olarak belirlenmesi talep edilmektedir.</p> <p>Ayrıca, “Hizmet” kelimesi ile “sabit genişbant hizmeti”nin kastedildiği iddia edilerek abone ömrünün, abonenin ilgili işletmecide geçirdiği tüm süre olarak yorumlanması yoluna gidilebileceği öngörülmektedir. Abone ömrünün EK-2’de detaylı olarak tanımlandığı ve ana metinde geçmediği göz önünde bulundurularak buradaki tanımın düzenlemeden çıkarılması</p>	<p>Tanımlar</p> <p>MADDE 3 – (1) Bu Usul ve Esaslarda geçen</p> <p>a)Abone ömrü: Abonelerin işletmeci(ler)den ilgili hizmeti aldığı/almaya devam ettiği ortalama süreyi,</p>

	talep edilmektedir.	
<p>Tanımlar</p> <p>MADDE 3 – (1) Bu Usul ve Esaslarda geçen;</p> <p>d) En önemli tarife: İşletmeciler için önemli bir gelir kaynağı teşkil ettiği ve/veya önemli sayıda son kullanıcıya hitap ettiği ve/veya pazar yapısı ve pazardaki rekabet üzerinde etkisi bulunduğu tespit edilen ya da öngörülen tarifeleri, kampanyaları, indirimleri ve birlikte satış uygulamalarını,</p>	<p>Yukarıdaki görüşlerimiz doğrultusunda tanımın Usul ve Esaslardan çıkarılması gerekmektedir.</p>	<p>Tanımlar</p> <p>MADDE 3 – (1) Bu Usul ve Esaslarda geçen;</p> <p>d) En önemli tarife: İşletmeciler için önemli bir gelir kaynağı teşkil ettiği ve/veya önemli sayıda son kullanıcıya hitap ettiği ve/veya pazar yapısı ve pazardaki rekabet üzerinde etkisi bulunduğu tespit edilen ya da öngörülen tarifeleri, kampanyaları, indirimleri ve birlikte satış uygulamalarını,</p>
<p>Fiyat sıkıştırması analizinin kapsamı</p> <p>MADDE 5 – (1) İlgili toptan pazarda etkin piyasa gücüne sahip dikey bütünleşik işletmeci veya işletmecilerin, fiyat sıkıştırması analizine tabi tutulan toptan ve perakende hizmetlerine</p>	<p>Taslak usul ve esaslarda yer alan “fiyat sıkıştırması” tanımında;</p> <p><i>“Dikey bütünleşik işletmeci veya işletmecilerin ilgili perakende tarifesi ile ilgili perakende pazar ve/veya pazarlarda faaliyet göstermek için temel girdi niteliğinde olan toptan erişim hizmetinin ücreti</i></p>	<p>Fiyat sıkıştırması analizinin kapsamı</p> <p>MADDE 5 – (1) İlgili toptan pazarda etkin piyasa gücüne sahip dikey bütünleşik işletmeci veya işletmecilerin <u>ve bu işletmecinin/işletmecilerin aynı kontrol yapısı içinde dikey ilişkili perakende</u></p>

<p>ilişkin gelir, gider ve maliyet bazlı tüm verileri ile uygun olduğu ölçüde diğer işletmecilerin benzer verileri fiyat sıkıştırması analizinin kapsamındadır.</p>	<p><i>arasındaki marjı, perakende pazardaki etkin rakip işletmecilerin faaliyetlerini kârlı bir şekilde sürdürebilmesine imkân vermeyecek ölçüde belirlemesini,”</i></p> <p>“Dikey Bütünleşik İşletmeci veya işletmeciler” tanımında ise;</p> <p><i>“Biri diğerinin temel girdisi niteliğinde olan elektronik haberleşme hizmetlerini sunan ya da ilgili toptan pazarda faaliyet gösteren işletmeci ve bu işletmecinin aynı kontrol yapısı içinde dikey ilişkili perakende pazarda faaliyet gösteren ortağı, iştiraki ya da ortaklığı konumundaki işletmecileri,”</i></p> <p>İfadeleri yer almaktadır. Her ne kadar dikey bütünleşik işletmeci kapsamı içerisinde sadece işletmeci değil, ilgili işletmecinin aynı kontrol yapısı içinde dikey ilişkili perakende pazarda faaliyet gösteren ortağı, iştiraki ya da ortaklığı konumundaki işletmeciler yer alıyor olsa da, fiyat sıkıştırması analizinin kapsamında söz</p>	<p><u>pazarda faaliyet gösteren ortağı, iştiraki ya da ortaklığı konumundaki işletmecinin/işletmecilerin,</u> fiyat sıkıştırması analizine tabi tutulan toptan ve perakende hizmetlerine ilişkin gelir, gider ve maliyet bazlı tüm verileri ile uygun olduğu ölçüde diğer işletmecilerin benzer verileri fiyat sıkıştırması analizinin kapsamındadır.</p>
---	---	--

	<p>konusu işletmeci/işletmeciler'e açıkça yer verilmesinin ileride oluşabilecek ihtilafların engellenmesine fayda sağlayacağı değerlendirilmektedir.</p> <p>Bu nedenle, madenin yandaki şekilde değiştirilmesi talep edilmektedir.</p>	
<p>Fiyat sıkıştırması analizinin kapsamı</p> <p>MADDE 5 –</p> <p>(2) Kurum, ilgili toptan pazarda etkin piyasa gücüne sahip olan işletmecinin toptan seviyedeki tarifeleri ile bu işletmecinin ya da bu işletmeci ile aynı kontrol yapısı içinde bulunan ortağı, iştiraki veya ortaklığı konumundaki işletmecinin öncelikle perakende seviyedeki en önemli tarifelerini ve gerektiğinde en önemli tarifeler haricindeki tarifelerini fiyat sıkıştırması analizine tabi tutabilir.</p>	<p>Yukarıdaki görüşlerimize uygun olarak EPG'ye sahip işletmecinin toptan seviyedeki ile iştiraki olan işletmecinin tüm tarifeleri ve kampanyalarının fiyat sıkıştırması testine tabi olmalıdır.</p> <p>Madde yandaki şekilde değiştirilmelidir.</p>	<p>Fiyat sıkıştırması analizinin kapsamı</p> <p>MADDE 5</p> <p>(2) Kurum, ilgili toptan pazarda etkin piyasa gücüne sahip olan işletmecinin toptan seviyedeki tüm tarifeleri ve kampanyaları ile bu işletmecinin ya da bu işletmeci ile aynı kontrol yapısı içinde bulunan ortağı, iştiraki veya ortaklığı konumundaki işletmecinin perakende seviyedeki en önemli tüm tarifeleri ve kampanyaları ve Kurum tarafından da uygun görülmek kaydıyla, en önemli tarifeler haricindeki tarifeleri fiyat sıkıştırması analizine tabi</p>

		<u>tutulacaktır. tutabilir.</u>
<p>Fiyat sıkıştırması analizinin uygulanması</p> <p>MADDE 6 –</p> <p>(2) İlgili pazar analizi kapsamında fiyat sıkıştırması yükümlülüğüne tabi tutulan dikey bütünleşik işletmeci veya işletmecilerin toptan ve perakende seviyedeki tarifelerine ilişkin fiyat sıkıştırması analizi, Kurum tarafından öncül ve/veya ardıl olarak gerçekleştirilebilir.</p>	<p>Yukarıdaki görüşlerimize uygun olarak, ilgili tüm tarifelerin (toptan ve perakende) öncül olarak fiyat sıkıştırması analizine tabi tutulması gerekmektedir.</p> <p>Madde yandaki şekilde değiştirilmelidir.</p>	<p>Fiyat sıkıştırması analizinin uygulanması</p> <p>MADDE 6 –</p> <p>(2) İlgili pazar analizi kapsamında fiyat sıkıştırması yükümlülüğüne tabi tutulan dikey bütünleşik işletmeci veya işletmecilerin toptan ve perakende seviyedeki tarifelerine <u>ve kampanyalarına</u> ilişkin fiyat sıkıştırması analizi, Kurum tarafından öncül ve/veya ardıl olarak gerçekleştirile<u>cektirbilir.</u></p>
<p>Fiyat sıkıştırması analizinin uygulanması</p> <p>MADDE 6 – (2)</p> <p>ii. Toptan pazarda etkin piyasa gücüne sahip dikey bütünleşik işletmecinin veya işletmecilerin perakende seviyede en önemli tarifeleri sunmaya başlamasından önce,</p>	<p>Madde 5-(1) kapsamındaki görüşlerimiz doğrultusunda maddenin yandaki şekilde değiştirilmesi talep edilmektedir.</p>	<p>Fiyat sıkıştırması analizinin uygulanması</p> <p>MADDE 6 – (2)</p> <p>ii. Toptan pazarda etkin piyasa gücüne sahip dikey bütünleşik işletmecinin veya işletmecilerin <u>ve bu işletmecinin/işletmecilerin aynı kontrol yapısı içinde dikey ilişkili perakende pazarda faaliyet gösteren ortağı, iştiraki ya da ortaklığı konumundaki işletmecinin/işletmecilerin</u></p>

		perakende seviyede en önemli tarifeleri sunmaya başlamasından önce,
<p>Fiyat sıkıştırması analizinin uygulanması MADDE 6 – (3) 11 inci maddenin 1 inci fıkrası saklı kalmak kaydıyla, Kurum tarafından öncül fiyat sıkıştırması analizine tabi tutulmasına karar verilen ilgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip dikey bütünleşik işletmeci veya işletmeciler, ilgili tarife, kampanya, indirim ve birlikte satış uygulamalarını uygulamaya geçmeden 15 gün önce Kurum’a sunmakla yükümlüdür.</p>	<p>Öncül düzenlemeye tabi olan tarife ve kampanyaların fiyat sıkıştırması analizi akabinde Kurum onayını almadan uygulamaya alınmaması gerekmektedir. Aksi halde hem fiyat sıkıştırması yükümlülüğünün hem de işbu Usül ve Esasların ihlali söz konusu olacaktır.</p> <p>Ayrıca, Kurumunuz tarafından verilen teyidin fiyat sıkıştırmasının tespiti halinde doğrudan bir savunma olarak kullanılmasının önüne geçilmesi açısından ilgili fıkraya ekleme yapılması talep edilmektedir. Bu ekleme, Kurumunuz öncül denetimini geçmesi sonrası TNet’in fiyat sıkıştırması yapma motivasyonunu ortadan</p>	<p>Fiyat sıkıştırması analizinin uygulanması MADDE 6 – (3) 11 inci maddenin 1 inci fıkrası saklı kalmak kaydıyla, Kurum tarafından öncül fiyat sıkıştırması analizine tabi tutulmasına karar verilen ilgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip dikey bütünleşik işletmeci veya işletmeciler, ilgili tarife, kampanya, indirim ve birlikte satış uygulamalarını uygulamaya geçmeden 15 gün önce Kurum’a sunmakla <u>ve bunların fiyat sıkıştırması içermediği teyit edilmeden önce uygulamamakla</u> yükümlüdür.</p> <p><u>Bununla birlikte Kurum’dan teyit alınması, tek başına fiyat sıkıştırmasının olmadığı şeklinde yorumlanamaz. Kurumun uygulamanın fiyat sıkıştırmasına yol açmayacağını teyit etmesinden sonra Kurum söz konusu uygulamaları re’sen veya</u></p>

	<p>kaldırmayı amaçlamaktadır. Kurumunuz öncül denetimi sonrasında da TNet'in sorumluluğunun devam etmesi caydırıcı bir etki doğuracaktır.</p> <p>Bu nedenle, maddenin yandaki şekilde değiştirilmesi talep edilmektedir.</p>	<p><u>şikayete bağlı olarak tekrar inceleyebilecektir.</u></p>
<p>Fiyat sıkıştırması analizinde kullanılacak modele ilişkin bilgiler</p> <p>MADDE 8 – (1) Kurum fiyat sıkıştırması analizi için uygun bir model belirler. Kurum kullanacağı modeli belirlerken dikey ilişkili elektronik haberleşme pazarlarındaki rekabet ve etkinlik düzeyini, yeni teknolojilerin teşvikine yönelik gereksinimleri, analizde kullanılacak bilgilerin niteliği ve kapsamı ile uygun olduğu ölçüde diğer ülke uygulamalarını dikkate alır.</p>	<p>Yukarıda yer alan görüşlerimiz doğrultusunda, Kurum tarafından benimsenecek metodolojinin işbu usul ve esaslarda yer alması gerektiği değerlendirilmektedir. Aksi halde işbu usul ve esasların yayımlanma amacına uygun hareket edilmemiş olacaktır. Zira usul ve esaslar mevzuat hiyerarşisi içerisinde ilgili düzenlemelerin nasıl uygulanacağına ait detay prosedürler içermelidir. Aksi halde amaca hizmet etmemiş olacaktır.</p>	

	<p>Bu nedenle, metodolojinin işbu usul ve esaslar taslağının eki olarak yayımlanması gerekmektedir. İşbu usul ve esasların eki incelendiğinde, burada daha çok tanımlamaların yapıldığı görülmektedir. Oysaki izlenecek metodolojinin açık ve net bir şekilde ekte yer alması gerekmektedir.</p> <p>Belirlenecek metodolojiye ilişkin görüşlerimize genel görüşlerimizde ve aşağıda “ek” kısmında yer verilmektedir.</p>	
<p>Fiyat sıkıştırması analizinde kullanılacak perakende seviyedeki maliyetlerin hesaplanması</p> <p>MADDE 9 – (1) Fiyat sıkıştırması analizinde kullanılacak perakende seviyedeki maliyetlerin tespitinde Kurum ilgili pazar koşullarını göz önünde bulundurarak ‘benzer etkinlikte işletmeci’nin, ‘eşit etkinlikte işletmeci’nin ya da</p>	<p>Yukarıdaki genel görüşlerimizde de bahsedildiği şekilde, Kurum tarafından uygulanacak metodolojinin şeffaflık ilkesine uygun olarak açık ve net bir şekilde İşbu usul ve esaslarda belirtilmesi zaruridir. Bu nedenle,</p> <p>1- Perakende seviyede maliyetlerin tespitinde “makul etkinlikteki işletmeci</p>	<p>Fiyat sıkıştırması analizinde kullanılacak perakende seviyedeki maliyetlerin hesaplanması</p> <p>MADDE 9 – (1) Fiyat sıkıştırması analizinde kullanılacak perakende seviyedeki maliyetlerin tespitinde Kurum ilgili pazar koşullarını göz önünde bulundurarak ‘benzer etkinlikte işletmeci’nin, ‘eşit etkinlikte işletmeci’nin ya da ‘makul etkinlikte işletmeci’nin maliyetlerini den birini veya birkaçını</p>

<p>'makul etkinlikte işletmeci'nin maliyetlerinden birini veya birkaçını dikkate alır.</p> <p>(2) Fiyat sıkıştırması analizinde kullanılacak perakende seviyede katlanılan şebeke maliyetlerinin, hizmetin etkin olarak sağlanmasının ileriye yönelik uzun dönem artan maliyeti ile ortak maliyetler ile ilişkilendirilebilen kısmının toplamı şeklinde hesaplanması esastır. Ancak Kurum maliyetlerin hesaplanmasında ilgili diğer yöntemleri de kullanabilir.</p> <p>(3) İlgili toptan pazarda etkin piyasa gücüne sahip işletmecinin aynı kontrol yapısı içinde bulunan ortağı, iştiraki ya da ortaklığı konumunda olmayan dikey ilişkili perakende pazarda faaliyet gösteren işletmecilerin ilgili hizmete ilişkin katlandığı ilgili diğer gider ve maliyetler (etkin piyasa gücüne sahip işletmeciden teslim alınan trafiğin taşınması, ortak yerleşim ve tesis paylaşımına ilişkin</p>	<p>maliyetleri" esas alınmalı ve usul ve esaslarda açıkça ifade edilmeli,</p> <p>2- Maliyet hesaplamaları yapılırken LRIC (Uzun Dönem Artan Maliyet Hesaplaması) yöntemi kullanılmalı ve bu maliyet hesaplarına genel ve ortak giderler de eklenmeli ve bu ifade de açıkça usul ve esaslarda belirtilmelidir.</p> <p>Ayrıca, Kurumunuzun 4 numaralı fıkraya yaptığı ekleme ile bazı durumlarda artan maliyet yöntemlerini uygulamayı planladığı anlaşılmaktadır. Perakende maliyetler genel olarak komisyon, pazarlama, kurulum, modem ve operasyonel giderlerinden oluşmaktadır. Maliyetlerin neredeyse tamamı alt yükleniciler tarafından sağlanan hizmetlerden kaynaklanmaktadır. Tam dağıtılmış maliyetler dışında bir yöntem uygulanması, oluşan tüm ilgili maliyetlerin göz önünde bulundurulmaması riskini</p>	<p>dikkate <u>esas</u> alır.</p> <p>(2) Fiyat sıkıştırması analizinde kullanılacak perakende seviyede katlanılan şebeke maliyetlerinin, hizmetin etkin olarak sağlanmasının ileriye yönelik uzun dönem artan maliyeti ile <u>ve</u> ortak maliyetler <u>ile genel maliyetler</u> ile ilişkilendirilebilen kısmının toplamı şeklinde hesaplanması esastır. Ancak Kurum maliyetlerin hesaplanmasında ilgili diğer yöntemleri de kullanabilir.</p> <p>(3) İlgili toptan pazarda etkin piyasa gücüne sahip işletmecinin aynı kontrol yapısı içinde bulunan ortağı, iştiraki ya da ortaklığı konumunda olmayan dikey ilişkili perakende pazarda faaliyet gösteren işletmecilerin ilgili hizmete ilişkin katlandığı ilgili diğer gider ve maliyetler (etkin piyasa gücüne sahip işletmeciden teslim alınan trafiğin taşınması, ortak yerleşim ve tesis paylaşımına ilişkin maliyetler ile diğer şebekelerde çağrı sonlandırmak için katlanılan çağrı sonlandırma ücretleri de dâhil olmak üzere)</p>
--	---	---

<p>maliyetler ile diğer şebekelerde çağrı sonlandırmak için katılan çağrı sonlandırma ücretleri de dâhil olmak üzere) hesaplamada uygun olduğu ölçüde dikkate alınır.</p> <p>(4) Elektronik haberleşme şebekesine dâhil olmayan unsurlara ilişkin perakende maliyetler hesaplanırken mevcut tam dağıtılmış maliyetler dikkate alınır. Ancak Kurum ilgili diğer yöntemleri de kullanabilir.</p>	<p>getirecektir. Yapılan anlaşmalar, genelde uzun süreye yayılan belirli iş hacmi ve/veya sabit ödeme taahhüdünü kapsamaktadır. Dolayısıyla, her bir ilave hizmet/ürün için artan bir maliyet hesaplanması doğru olmayacaktır.</p> <p>Marjinal maliyet yöntemleri detaylı maliyet modeli oluşturulmasını gerektirmektedir. Bu maliyet yöntemleri, genelde maliyet esaslı ücret düzenlemeleri kapsamında kullanılmakta ve ilgili işletmeciler tarafından sunulan hizmetlerin maliyetlerini doğru ve verimli bir şekilde dağıtmasını sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Perakende giderlere konu hizmetler genel olarak üçüncü taraflardan satın alındığı için aşağıdan yukarı maliyet yöntemlerinin amaçları/faydaları burada anlamını yitirmektedir. Açıklamalarımız doğrultusunda, işbu fıkraya yapılan eklemenin kaldırılması talep</p>	<p>hesaplama uygun olduğu ölçüde dikkate alınır.</p> <p>(4) Elektronik haberleşme şebekesine dâhil olmayan unsurlara ilişkin perakende maliyetler hesaplanırken mevcut tam dağıtılmış maliyetler dikkate alınır. Ancak Kurum ilgili diğer yöntemleri de kullanabilir.</p>
--	--	---

	edilmektedir.	
<p>GEÇİCİ MADDE 1 – (1) Kurum, bu Usul ve Esasların yürürlüğe girdiği tarihten itibaren altı (6) ay içinde ilgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip olan ve fiyat sıkıştırması yükümlülüğüne tabi tutulan dikey bütünleşik işletmeci veya işletmecilerin perakende seviyedeki en önemli tarifelerini işbu Usul ve Esasların Ek-2'sinde yer alan hususlara uygun olarak fiyat sıkıştırması analizine tabi tutacaktır. Yapılan inceleme neticesinde fiyat sıkıştırması tespit edilmesi halinde işbu Usul ve Esasların 12 nci madde hükümleri uygulanacaktır.</p>	<p>Madde 5-(1) kapsamındaki görüşlerimiz doğrultusunda maddenin yandaki şekilde değiştirilmesi talep edilmektedir.</p>	<p>GEÇİCİ MADDE 1 – (1) Kurum, bu Usul ve Esasların yürürlüğe girdiği tarihten itibaren altı (6) ay içinde ilgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip olan ve fiyat sıkıştırması yükümlülüğüne tabi tutulan dikey bütünleşik işletmeci veya işletmecilerin <u>ve bu işletmecinin/işletmecilerin aynı kontrol yapısı içinde dikey ilişkili perakende pazarda faaliyet gösteren ortağı, iştiraki ya da ortaklığı konumundaki işletmecinin/işletmecilerin</u> perakende seviyedeki en önemli tarifelerini işbu Usul ve Esasların Ek-2'sinde yer alan hususlara uygun olarak fiyat sıkıştırması analizine tabi tutacaktır. Yapılan inceleme neticesinde fiyat sıkıştırması tespit edilmesi halinde işbu Usul ve Esasların 12 nci madde hükümleri uygulanacaktır.</p>

<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK I</p> <p><u>Fiyat sıkıştırması analizinin uygulanacağı hizmet</u></p> <p>Perakende seviyede sunulan sabit ses (sabit telefon şebekesine erişim ve arama) hizmetleri, Kurum tarafından ilgili pazar analizleri kapsamında getirilen yükümlülükler konu olan ve toptan seviyede sunulan erişim hizmetleri temelinde analiz edilir.</p>	<p>Çoklu hizmet paketlerine ilişkin görüşlerimiz doğrultusunda, madde yandaki şekilde değiştirilmelidir.</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK I</p> <p><u>Fiyat sıkıştırması analizinin uygulanacağı hizmet</u></p> <p>Perakende seviyede sunulan sabit ses (sabit telefon şebekesine erişim ve arama) hizmetleri, Kurum tarafından ilgili pazar analizleri kapsamında getirilen yükümlülükler konu olan ve toptan seviyede sunulan erişim hizmetleri temelinde analiz edilir.</p> <p><u>Perakende seviyede genişbant internet ve ses hizmetlerini içeren paket hizmetler ve birlikte satış uygulamaları, birbirinden ayrı olarak da sunulabilen hizmetler ise; ayrı ayrı analiz edilir.</u></p> <p><u>Paket kapsamındaki herhangi bir ürünün fiyat sıkıştırması içerdiği tespit edilirse, paketin tamamının fiyat sıkıştırması içerdiği kabul edilecektir.</u></p>
--	--	---

<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK I</p> <p><u>En Önemli Tarife</u></p> <p>Kuruma sunulan son raporlama dönemi itibariyle en fazla abone sayısına sahip 10 perakende tarifeyi ve/veya en çok gelir elde edilen 10 perakende tarifeyi kapsar.</p>	<p>Yukarıdaki açıklamalarımız doğrultusunda “en önemli tarife” adı altında bir ayrımı kabul etmemekteyiz.</p> <p>Bu nedenle yandaki ifadenin çıkarılmasını talep ediyoruz.</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK I</p> <p><u>En Önemli Tarife</u></p> <p>Kuruma sunulan son raporlama dönemi itibariyle en fazla abone sayısına sahip 10 perakende tarifeyi ve/veya en çok gelir elde edilen 10 perakende tarifeyi kapsar.</p>
<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK I</p>	<p>Genel görüşlerimize uygun olarak yandaki maliyetlerin de eklenmesi talep edilmektedir.</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK I</p> <p><u>Genel Maliyet Kalemleri: Üretime ilişkin tüm maliyet kalemleridir.</u></p> <p><u>Ortak Maliyet Kalemleri: Birden fazla ürün için üretim, operasyon veya birçok bölüm ile ilgili yapılan ortak giderlerin toplamı.</u></p>

<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK I</p> <p><u>Dikkate Alınacak Maliyet Standardı</u></p> <p>Perakende seviyede katlanılan şebeke maliyetlerinin hesaplanmasında, uzun dönem artan maliyet ile ortak maliyetlerin hizmetle ilişkilendirilebilen kısmının toplamı (uzun dönem artan maliyet / LRIC+) dikkate alınır.</p> <p>Diğer (şebeke unsurları dışında kalan) perakende seviyedeki maliyetler için işletmecilerin maliyet muhasebesine göre belirlenen tam dağıtılmış maliyetleri dikkate alınır. Tam dağıtılmış maliyet muhasebesi çerçevesinde varlıklar, tarihi maliyetlerine göre değerlendirilir.</p>	<p>Yukarıda yer alan görüşlerimiz doğrultusunda maddenin yandaki şekilde değiştirilmesi gerekmektedir.</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK I</p> <p><u>Dikkate Alınacak Maliyet Standardı</u></p> <p>Perakende seviyede katlanılan şebeke maliyetlerinin hesaplanmasında, uzun dönem artan maliyet ile genel ve ortak maliyetlerin hizmetle ilişkilendirilebilen kısmının toplamı (uzun dönem artan maliyet / LRIC+) dikkate alınır.</p> <p>Diğer (şebeke unsurları dışında kalan) perakende seviyedeki maliyetler için işletmecilerin maliyet muhasebesine göre belirlenen tam dağıtılmış maliyetleri dikkate alınır. Tam dağıtılmış maliyet muhasebesi çerçevesinde varlıklar, tarihi maliyetlerine göre değerlendirilir.</p>

<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK II</p> <p><u>Fiyat sıkıştırması analizinin uygulanacağı hizmet</u></p> <p>Perakende seviyede sunulan genişbant internet hizmetleri (birlikte satış uygulamaları dâhil) Kurum tarafından ilgili pazar analizleri kapsamında getirilen yükümlülükler konu olan ve toptan seviyede sunulan erişim hizmetleri temelinde Kurum tarafından aksi karar verilmedikçe en geç üç (3) ayda bir analiz edilir.</p>	<p>Kurumunuz tarafından yürütülecek analizlerin öncül olmasına yönelik görüşlerimize, genel görüşler kısmında yer verilmiştir. Bu kapsamda maddenin yandaki şekilde değiştirilmesi talep edilmektedir.</p> <p>Çoklu hizmet paketlerine ilişkin görüşlerimiz doğrultusunda, maddenin yandaki şekilde değiştirilmesi talep edilmektedir.</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK II</p> <p><u>Fiyat sıkıştırması analizinin uygulanacağı hizmet</u></p> <p>Perakende seviyede sunulan genişbant internet hizmetleri (birlikte satış uygulamaları dâhil) Kurum tarafından ilgili pazar analizleri kapsamında getirilen yükümlülükler konu olan ve toptan seviyede sunulan erişim hizmetleri temelinde Kurum tarafından aksi karar verilmedikçe en geç üç (3) ayda bir analiz edilir. <u>öncül fiyat sıkıştırması analizine tabi tutulur. Kurum tarafından aksi karar verilmedikçe, ayrıca en geç altı (6) ayda bir ardıl analiz yürütülür.</u></p> <p><u>Perakende seviyede genişbant internet ve ses hizmetlerini içeren paket hizmetler ve birlikte satış uygulamaları, birbirinden ayrı olarak da sunulabilen hizmetler ise; ayrı ayrı analiz edilir.</u></p>
--	--	---

		<p><u>Paket kapsamındaki herhangi bir ürünün fiyat sıkıştırması içerdiği tespit edilirse, paketin tamamının fiyat sıkıştırması içerdiği kabul edilecektir.</u></p>
<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK II</p> <p><u>En önemli tarifelerin kapsamı</u></p> <p>Kurumun uygun gördüğü çerçevede aylık olarak sunulan raporlara göre;</p> <p>(i) ay içinde abone sayısı kazanımı en yüksek 10 kampanyayı (tarife kısımlarıyla) ve/veya</p> <p>(ii) mevcut tarifelerden (tüm kampanyalı/kampanyasız abonelikler dahil) en fazla abone sayısına sahip 10 perakende tarifeyi ve/veya en çok gelir elde edilen 10</p>	<p>Yukarıdaki açıklamalarımız doğrultusunda “en önemli tarife” adı altında bir ayrımı kabul etmemekteyiz.</p> <p>Bu nedenle yandaki ifadenin çıkarılmasını talep ediyoruz.</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK II</p> <p><u>En önemli tarifelerin kapsamı</u></p> <p>Kurumun uygun gördüğü çerçevede aylık olarak sunulan raporlara göre;</p> <p>(iii) ay içinde abone sayısı kazanımı en yüksek 10 kampanyayı (tarife kısımlarıyla) ve/veya</p> <p>(iv) mevcut tarifelerden (tüm kampanyalı/kampanyasız abonelikler dahil) en fazla abone sayısına sahip 10 perakende tarifeyi ve/veya en çok gelir elde edilen 10 perakende tarifeyi</p>

<p>perakende tarifeyi kapsar. Hız, kota, altyapı, erişim türü vb. tarife yapısına ilişkin asli unsurlar açısından benzeşen/yakınsayan tarifeler birlikte ele alınarak analiz edilebilir.</p>		<p>kapsar. Hız, kota, altyapı, erişim türü vb. tarife yapısına ilişkin asli unsurlar açısından benzeşen/yakınsayan tarifeler birlikte ele alınarak analiz edilebilir.</p>
<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar EK II <u>Maliyet etkinliği</u> Analizde öncelikle makul etkinlikte işletmecinin perakende pazar maliyetlerinin dikkate alınması esastır. Ancak Kurumun uygulama esnasında yapacağı değerlendirmeler çerçevesinde benzer etkinlikteki işletmecinin perakende pazar maliyetleri dikkate alınabilir. Makul veya benzer etkinlikte işletmecinin pazar payı ve faaliyet ölçeği ilgili toptan pazarda etkin piyasa gücüne sahip dikey bütünleşik işletmeci veya işletmecilerden daha düşük kabul edilir.</p>	<p>Yukarıda yer alan görüşlerimiz doğrultusunda madde yandaki şekilde değiştirilmelidir.</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar EK II <u>Maliyet etkinliği</u> Analizde öncelikle makul etkinlikte işletmecinin perakende pazar maliyetlerinin dikkate alınması esastır. Ancak Kurumun uygulama esnasında yapacağı değerlendirmeler çerçevesinde benzer etkinlikteki işletmecinin perakende pazar maliyetleri dikkate alınabilir. Makul veya benzer etkinlikte işletmecinin pazar payı ve faaliyet ölçeği ilgili toptan pazarda etkin piyasa gücüne sahip dikey bütünleşik işletmeci veya işletmecilerden daha düşük kabul edilir. Makul veya benzer etkinlikte işletmecinin</p>

<p>Makul veya benzer etkinlikte işletmecinin sahip olduğu etkinlik seviyesi belirlenirken aşağıdaki hususlar uygun olduğu ölçüde göz önünde bulundurulur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Makul veya benzer etkinlikte işletmecinin pazar payı, işletmecinin varlığını bağımsız olarak sürdürebilmek için ihtiyaç duyduğu pazar payını yansıtır. Bunun için işletmecinin minimum etkin ölçekte faaliyet gösterdiği kabul edilir. Kurum tarafından aksi belirtilmedikçe söz konusu pazar payının %5 ve üzeri olduğu kabul edilir. • Yukarıdaki etkinlik seviyesi, işletmecinin makul bir zaman dilimi içinde faaliyet ölçeğini minimum etkin ölçeğe kadar genişletebileceğine ve varlığını bağımsız olarak sürdürebileceğine dair beklentiler olması halinde daha düşük bir seviyede belirlenebilir. 		<p>sahip olduğu etkinlik seviyesi belirlenirken aşağıdaki hususlar uygun olduğu ölçüde göz önünde bulundurulur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Makul veya benzer etkinlikte işletmecinin pazar payı, işletmecinin varlığını bağımsız olarak sürdürebilmek için ihtiyaç duyduğu pazar payını yansıtır. Bunun için işletmecinin minimum etkin ölçekte faaliyet gösterdiği kabul edilir. Kurum tarafından aksi belirtilmedikçe söz konusu pazar payının %5 ve üzeri olduğu kabul edilir. • Yukarıdaki etkinlik seviyesi, işletmecinin makul bir zaman dilimi içinde faaliyet ölçeğini minimum etkin ölçeğe kadar genişletebileceğine ve varlığını bağımsız olarak sürdürebileceğine dair beklentiler olması halinde daha düşük bir seviyede belirlenebilir.
<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas</p>	<p>Genel görüşlerimize uygun olarak yandaki</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas</p>

<p>Alınacak Unsurlar</p> <p>EK II</p>	<p>maliyetlerin de eklenmesi talep edilmektedir.</p>	<p>Alınacak Unsurlar</p> <p>EK II</p> <p><u>Genel Maliyet Kalemleri: Üretime ilişkin tüm maliyet kalemleridir.</u></p> <p><u>Ortak Maliyet Kalemleri: Birden fazla ürün için üretim, operasyon veya birçok bölüm ile ilgili yapılan ortak giderlerin toplamı.</u></p>
<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK II</p> <p><u>Dikkate alınacak maliyet standardı</u></p> <p>Perakende seviyede katlanılan şebeke maliyetlerinin hesaplanmasında, uzun dönem artan maliyet ile ortak maliyetlerin hizmetle ilişkilendirilebilen kısmının toplamı (uzun dönem artan maliyet / LRIC+) dikkate alınır.</p>	<p>Yukarıda yer alan görüşlerimiz doğrultusunda maddenin yandaki şekilde değiştirilmesi gerekmektedir.</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK II</p> <p><u>Dikkate alınacak maliyet standardı</u></p> <p>Perakende seviyede katlanılan şebeke maliyetlerinin hesaplanmasında, uzun dönem artan maliyet ile genel ve ortak maliyetlerin hizmetle ilişkilendirilebilen kısmının toplamı (uzun dönem artan maliyet / LRIC+) dikkate alınır.</p>

<p>Diğer (şebeke unsurları dışında kalan) perakende seviyedeki maliyetler için işletmecilerin maliyet muhasebesine göre belirlenen tam dağıtılmış maliyetleri dikkate alınır. Tam dağıtılmış maliyet muhasebesi çerçevesinde varlıklar, tarihi maliyetlerine göre değerlendirilir.</p>		<p>Diğer (şebeke unsurları dışında kalan) perakende seviyedeki maliyetler için işletmecilerin maliyet muhasebesine göre belirlenen tam dağıtılmış maliyetleri dikkate alınır. Tam dağıtılmış maliyet muhasebesi çerçevesinde varlıklar, tarihi maliyetlerine göre değerlendirilir.</p>
<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK II</p> <p><u>Birlikte satış (paket satış) uygulamaları</u></p> <p>Genişbant hizmeti içeren birlikte satış uygulamaları kapsamındaki genişbant hizmetleri için yapılacak fiyat sıkıştırması analizinde, birlikte satılan diğer hizmetlerden düzenlemeye tabi olan ilgili toptan tarifeler, ilgili perakende tarifeler veya ilgili perakende hizmet için pazarda uygulanan benzer tekil tarifeler ve düzenlemeye tabi olmayanlar için pazarda uygulanan benzer tekil tarifeler göz</p>	<p>Yukarıdaki görüşlere uygun olarak maddenin yandaki şekilde değiştirilmesi gerekmektedir.</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar</p> <p>EK II</p> <p><u>Birlikte satış (paket satış) uygulamaları</u></p> <p>Genişbant hizmeti içeren birlikte satış uygulamaları kapsamındaki genişbant hizmetleri için yapılacak fiyat sıkıştırması analizinde, birlikte satılan diğer hizmetlerden düzenlemeye tabi olan ilgili toptan tarifeler, ilgili perakende tarifeler veya ilgili perakende hizmet için pazarda uygulanan benzer tekil tarifeler ve düzenlemeye tabi olmayanlar için pazarda uygulanan benzer tekil tarifeler göz önünde bulundurulabilir.</p>

<p>önünde bulundurulabilir.</p>		<p><u>Perakende seviyede genişbant internet ve ses hizmetlerini içeren paket hizmetler ve birlikte satış uygulamaları, birbirinden ayrı olarak da sunulabilen hizmetler ise; ayrı ayrı analiz edilir. Paket kapsamındaki herhangi bir ürünün fiyat sıkıştırması içerdiği tespit edilirse, paketin tamamının fiyat sıkıştırması içerdiği kabul edilecektir.</u></p>
<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar EK II Abone ömrünün hesaplanması Kampanya bazlı fiyat sıkıştırması analizinde abone ömrü olarak ilgili taahhüt süresi dikkate alınır. Kampanya bazlı analizde bir defaya mahsus katlanılan bazı maliyet unsurları hesaplamalara dahil edilirken işletmecilerden alınacak bilgilere göre Kurumun uygun gördüğü abone ömrü dikkate alınır. Tarife bazlı fiyat</p>	<p>Abone ömrü olarak ilgili taahhüt süresinin temel alınması memnuniyetle karşılanmaktadır. Ne var ki, bir defaya mahsus katlanılan bazı maliyetlerin hesaplanmasında farklı bir abone ömrü değerinin kullanılabilmesine dair ifade endişe yaratmıştır.</p> <p>TTNet ile alternatif işletmeciler arasındaki en büyük farklılaşmanın perakende maliyet kalemlerinde yaşandığı öngörülmektedir. Perakende maliyetler içerisindeki en büyük</p>	<p>Fiyat Sıkıştırması Analizi ve Modelinde Esas Alınacak Unsurlar EK-2 Abone ömrünün hesaplanması Taahhüt içeren tarife ve Kampanya bazlı fiyat sıkıştırması analizinde abone ömrü olarak ilgili taahhüt süresi dikkate alınır. Kampanya bazlı analizde bir defaya mahsus katlanılan bazı maliyet unsurları hesaplamalara dahil edilirken işletmecilerden alınacak bilgilere göre Kurumun uygun gördüğü abone ömrü dikkate alınır.</p>

<p>sıkıştırması analizinde ise işletmecilerden alınacak bilgilere göre Kurumun uygun gördüğü abone ömrü dikkate alınır.</p>	<p>paya, bir defaya mahsus maliyetler sahiptir. Komisyon, hizmet devreye alım, kurulum ve abone kazanım etkinlikleri bahsettiğimiz maliyetler içerisinde yer almaktadır. Bu maliyet kalemlerinin daha uzun bir abone ömrüne dağıtılması, fiyat sıkıştırması testinin sınırlı etkinlikte bir düzenleme olması ile sonuçlanacaktır. Bu doğrultuda, ilgili ifadenin Taslak'tan çıkarılması talep edilmektedir.</p> <p>Diğer yandan, taahhüt süresinden farklı bir abone ömrünün kullanılabileceği durumların taahhütsüz tarifeler ile sınırlanmalıdır. Tarife ve kampanya kavramları, pazardaki uygulamaların farklılaşması hâlinde muğlaklaşabilecektir. Bu sebeple “taahhütlü” ve “taahhütsüz” ifadelerinin eklenmesi gerekli görülmektedir.</p>	<p>Taahhütsüz Tarifelerdeki bazı fiyat sıkıştırması analizinde ise işletmecilerden alınacak bilgilere göre Kurumun uygun gördüğü abone ömrü dikkate alınır.</p>
---	---	--