

Nihai Rapor:

Mobil Şebekelerde Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı Piyasa Analizi

Ref: 2021/PA6-V3.0

İçindekiler

1. Giriş	3
2. Mobil Pazardaki Gelişmeler	5
2.1. Pazar Göstergelerinin Gelişimi	5
2.2. Pazardaki Rekabetin Gelişimi	9
3. Pazar Tanımı	15
3.1. Pazar Tanımı Metodolojisi	15
3.2. Perakende Pazar Tanımı	16
3.3. Toptan Pazar Tanımı	23
3.4. İlgili Coğrafi Pazar	24
4. Öncül Düzenleme Gereksinimi	26
4.1. Üçlü Kriter Testi Metodolojisi	26
4.2. Perakende Pazara Üçlü Kriter Testinin Uygulanması	27
4.3. Toptan Pazara Üçlü Kriter Testinin Uygulanması	29
5. Rekabet Analizi	31
5.1. Rekabet Analizi Metodolojisi	31
5.2. Perakende Pazar Rekabet Analizi	33
5.3. Toptan Pazar Rekabet Analizi	37
6. Yükümlülükler	38
6.1. Toptan Pazar Yükümlülükleri	38
6.2. Perakende Pazar Yükümlülükleri	40
Ek 1. Kısaltmalar	41

1. Giriş

Elektronik Haberleşme Yasası ve Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü doğrultusunda, BTHK *Mobil Şebekelerde Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı* için piyasa analizi gerçekleştirme kararı almıştır.

6/2012 sayılı *Elektronik Haberleşme Yasası*'nın 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40 ve 47. maddeleri kapsamında oluşturulan *Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü*'ne göre BTHK en az 2 yılda bir veya ihtiyaç hissedildiğinde piyasa analizi gerçekleştirme yetkisine sahiptir. BTHK piyasa analizini en az bir servis sağlayıcının gerekçeli talepte bulunması nedeniyle de gerçekleştirebilir. Bu tüzükte belirtilen piyasa analiz süreci Avrupa Komisyonu'nun elektronik haberleşme sektörü için hazırladığı 2002/21/EC yönergesindeki piyasa analiz süreci ile benzer niteliktedir. Avrupa Komisyonu'nun bu yönergeyi takiben 2003 yılında yayınladığı 2003/311/EC tavsiye kararında *Mobil Şebekelerde Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı* öncül düzenlemelere tabi tutulabilecek pazarlar arasında konumlandırılmıştır.

Piyasa analizi sonucunda, BTHK mevcut veya gelecekte karşılaşılması muhtemel rekabet sorunlarını çözmek adına ilgili pazarda tespit ettiği etkin piyasa gücüne (EPG) sahip servis sağlayıcılarına yönelik yükümlülükler getirme, mevcut yükümlülükleri kaldırma veya değiştirme yetkisine sahiptir. Bu kapsamda BTHK *Mobil Şebekelerde Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı* için 2018 yılında bir piyasa analizi gerçekleştirmiş ve bu analiz sonucunda KKTC'deki perakende mobil pazarının öncül düzenlemelere tabi tutulmasının uygun olduğu kanaatine varmıştır. Analiz, özellikle pazar lideri olan Turkcell'in son yıllarda pazar payı kaybetmesini vurgulayarak EPG'ye sahip olmadığına karar vermiştir. Analizde pazardaki ortak hakimiyet durumu da incelenmiş ve Rekabet Kurulu'nun bazı vaka çalışmalarında aldığı kararlardan farklı olarak pazarda ortak hakimiyet olmadığına karar verilmiştir.

2021 yılı içerisinde Kurumumuz *Mobil Şebekelerde Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı Analizi*'ni tekrarlamış, hazırladığı taslak raporu kamuoyu görüşlerinin alınabilmesini teminen 30/04/2021 – 23/06/2021 tarihleri arasında Kurum internet sitesinde yayımlanmıştır. Bu zaman zarfında söz konusu dokümana ilişkin olarak Kurumumuza gönderilen görüşlerin ve söz konusu görüşlere ilişkin Kurumumuz değerlendirmelerinin yer aldığı 2021/PA6-V2.0 referans numaralı *Mobil Şebekelerde Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı Analizi (Kamuoyu Görüşlerini İçeren Belge)* hazırlanmıştır. Söz konusu görüş ve değerlendirmelerin akabinde revize edilerek nihai hale getirilen işbu 2021/PA6-V3.0 referans numaralı *Mobil Şebekelerde Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı Nihai Raporu* kapsamında, aşağıdaki bölümlere yer verilmiştir.

Bu piyasa analizi raporu aşağıda belirtilen temel bölümlerden oluşmaktadır:

1. Giriş
2. Mobil Pazardaki Gelişmeler
3. Pazar Tanımı
4. Öncül Düzenleme Gereksinimi
5. Rekabet Analizi
6. Yükümlülükler

2. Mobil Pazardaki Gelişmeler

Bu bölümde KKTC mobil pazarının geçtiğimiz yıllardaki gelişimi incelenmiştir. Mobil pazardaki bu gelişmeler, piyasa analizinin ilerleyen adımları için temel oluşturmaktadır. Analizler hem perakende mobil pazarı hem de toptan pazar üzerinde yapılmıştır.

KKTC’de perakende ve toptan mobil pazarında aşağıda belirtilen 2 mobil operatör bulunmaktadır:

- ▶ Turkcell
- ▶ Telsim

Ancak, bu mobil operatörlerin toptan hizmet sunuyor olmasına karşın, KKTC’de bu hizmetleri satın alan başka bir operatör bulunmamaktadır. Turkcell ve Telsim sundukları toptan hizmetlerini kendi perakende kanalları için kullanmaktadır (self-supply). Toptan pazar tarafındaki bu durumdan dolayı, piyasa analiz raporunun bu bölümünde sadece perakende mobil pazarındaki gelişmelere yer verilmiştir.

2.1. Pazar Göstergelerinin Gelişimi

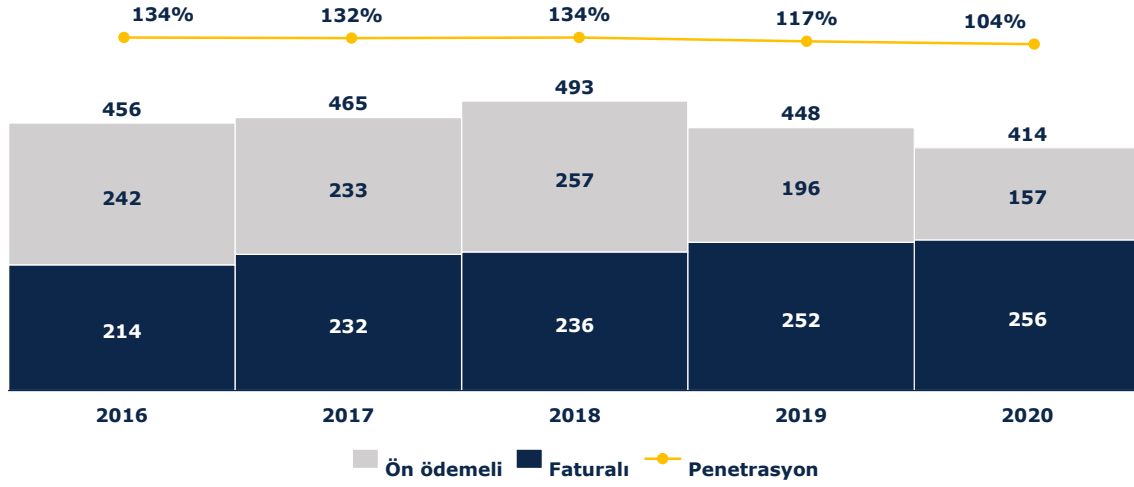
Piyasa analizine doğrudan katkısı olduğu düşünülen aşağıdaki pazar göstergeleri incelenmiş, bu göstergeler özelinde analizler yapılmıştır:

- ▶ Aboneler
- ▶ Gelirler
- ▶ Trafik (ses)

Aboneler

KKTC’deki perakende mobil pazarda 2020 yılı sonu itibariyle 414 bin aktif abone bulunmaktadır. Şekil 1’de görülebileceği üzere aktif abone sayısının son 5 yıldaki gelişimi incelendiğinde, 2016-2018 yılları arasında artış olduğu, 2018 yılından sonra ise toplam aktif abone sayısının düşüşe geçtiği gözlenmektedir. Bir diğer önemli nokta ise faturalı abone sayısının son 5 yılda hep artması, ön ödemeli abone sayısının ise hızla pay kaybetmesidir. Son yıllardaki bu trendden dolayı 2020 sene sonu itibariyle faturalı aktif abone sayısı, ön ödemeli abone sayısının üstündedir. Aynı ilgili dönem için ön ödemeli ve faturalı aboneliklerdeki toplam penetrasyon oranları incelendiğinde ise düzenli bir düşüş olduğu görülmektedir. 2020 yıl sonu itibariyle pazar

penetrasyonu 104% olarak gerçekleştirmiştir. Şekil 1'de penetrasyon seviyelerinin seneler itibariyle değişimi de gösterilmiştir.

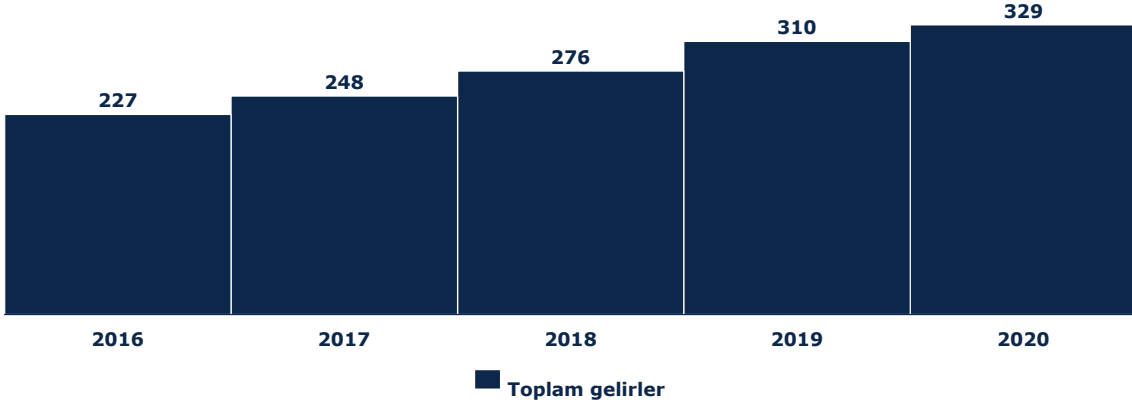


Şekil 1: Dönem sonu aktif abone sayısının ön ödemeli ve faturalı hizmetlere göre dağılımı ve penetrasyon oranları¹ (Yıl: 2016-2020, Birim: Bin ve %) [Kaynak: BTHK]

Gelirler

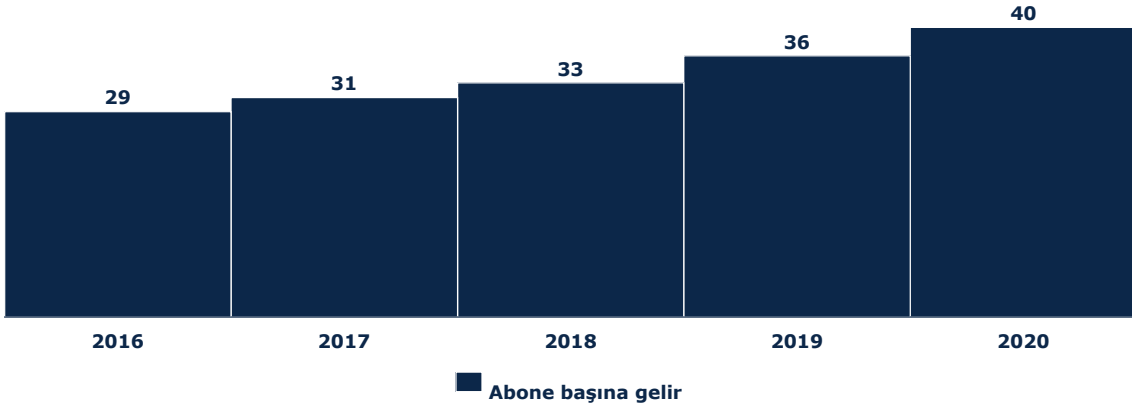
KKTC'deki toplam perakende mobil pazarının gelir olarak büyüklüğü 2020 yıl sonu itibariyle 329 milyon TL'ye ulaşmıştır. Şekil 2'de belirtilen gelirler, mobil operatörlerin son 5 yıldaki toplam gelirlerini temsil etmekte olup, ön ödemeli ve faturalı abone gelirlerini kapsamakta, ek olarak mobil genişbant ve M2M gelirlerini de içermektedir. Toplam gelirler aktif abone sayısındaki trendden farklı olarak geçen yıllar itibariyle düzenli olarak artış göstermektedir.

¹ Penetrasyon oranları tahmini nüfus verileri kullanılarak hesaplanmıştır



Şekil 2: Toplam mobil pazar gelirleri² (Yıl: 2016-2020, Birim: Milyon TL) [Kaynak: BTHK]

Artan pazar gelirlerine benzer bir trendde abone başına düşen gelirlerin de düzenli olarak arttığı, özellikle son 3 yılda önceki yıllara kıyasla daha hızlı büyüdüğü görülmektedir. Şekil 3'te ön ödemeli, faturalı, mobil genişbant ve M2M aboneliklerini de içeren ortalama abone başına düşen gelirlerin son yıllardaki gelişimi gösterilmiştir.



Şekil 3: Abone başına düşen toplam gelir (Yıl: 2016-2020, Birim: TL) [Kaynak: BTHK]

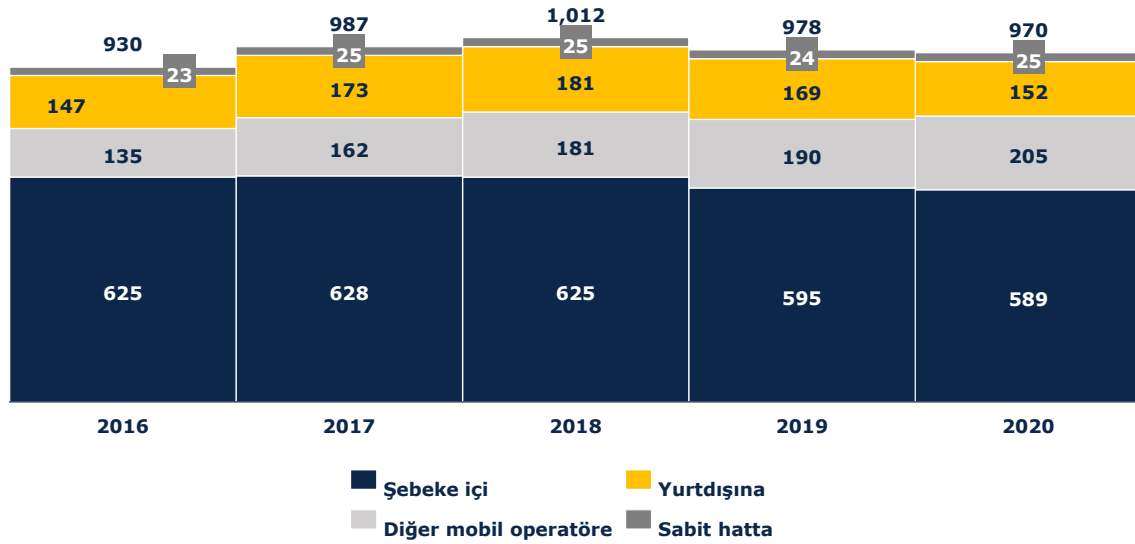
Trafik (ses)

Perakende mobil pazardaki toplam giden ses trafiği incelendiği zaman aktif abone sayısına benzer bir trend olduğu görülmektedir. 2016-2018 yılları arasında toplam giden dakika artış trendi gösterirken, 2018'den sonra toplam ses trafiğinde kademeli azalma görülmektedir. Şekil 4'te de görülebileceği üzere son 5 yılda şebeke içi giden

² Mobil operatörlerin sabit internet pazarında da faaliyeti göstermesi ve muhasebeyi ayırma yükümlülüklerinin olmaması, mobil pazar ve sabit internet pazarı arasında gelir dağılımlarının farklı metodolojiler ile yapılmış olabileceğini işaret eder ve dolayısıyla gösterilen veriler mobil pazar gelirlerini birebir yansıtmayabilir

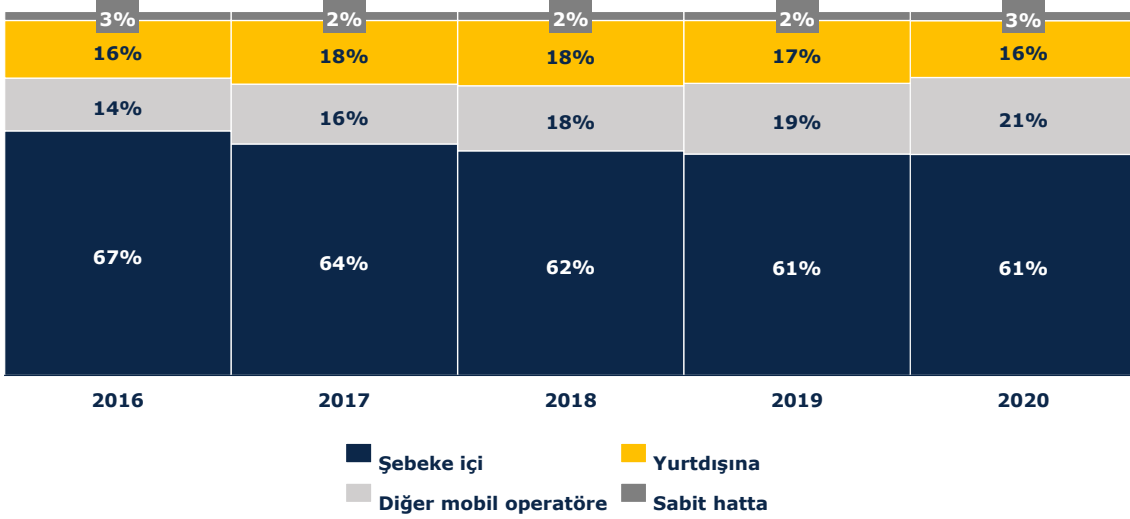
trafik 2018'den bu yana düzenli olarak azalmaktadır. Ancak, diğer mobil operatöre giden toplam dakika ise her geçen yıl artmıştır. 2020 yılı özelinde, toplam giden ses trafiğinin artmamasında tüm dünyada seyahatlerin önemli ölçüde kısıtlanmasına yol açan COVID-19 salgınının etkisinin de olduğu düşünülmektedir. KKTC pazarının en önemli gelir kalemlerinden birisinin turizm olduğu düşünüldüğünde, azalan turistik aktivitenin telekom hizmetleri üzerinde de etkisi olduğu düşünülmektedir.

Değnilmesi gereken bir diğer nokta ise sabit ses pazarında gerçekleştirilen kampanyalardır. Sabit ses pazarındaki tek servis sağlayıcı olan Telekomünikasyon Dairesi'nin gerçekleştirdiği kampanyalar (Örnek: Sabah 7 Akşam 7 saatleri arasında ücretsiz şebeke içi arama) mobil ses pazarında toplam ses trafiği üzerinde gözlenebilir bir etki yaratmamıştır. Telekomünikasyon Dairesi benzer kampanyalarını daha agresif bir biçimde (Örnek: Sabit hatlar arası konuşma 7 gün 24 saat ücretsiz) sürdürmeye devam etmektedir. Bu kampanyaların da kayda değer bir etki yaratması beklenmiyor olsa da ilerleyen dönemlerde yakından takip edilmeli ve hem mobil hem de sabit ses trafiğine olan etkisi gözlenmelidir.



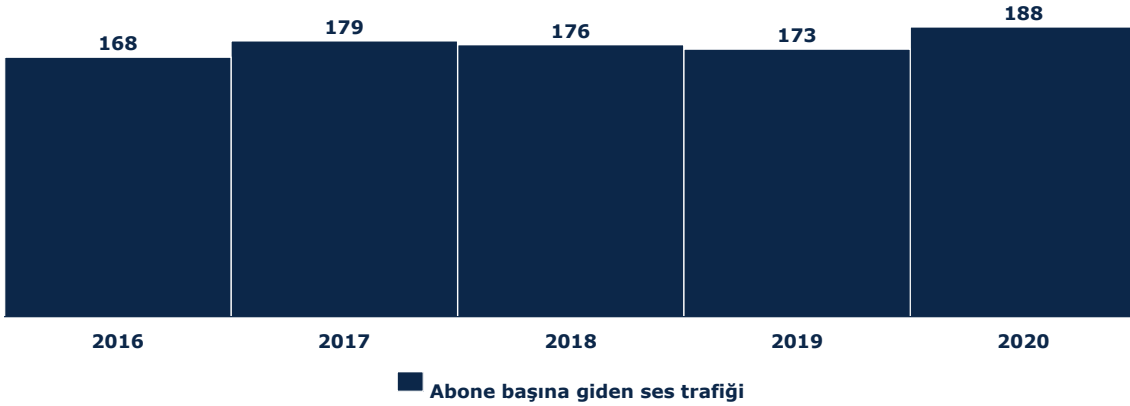
Şekil 4: Toplam giden ses trafiği (Yıl: 2016-2020, Birim: Milyon dakika) [Kaynak: BTHK]

Giden ses trafiğinin yüzdesel kırılımının incelendiği Şekil 5'te görülebileceği üzere, son 5 yılda her yıl şebeke içine giden trafiğin payı azalırken, diğer mobil operatöre giden trafiğin payı artmıştır. Sabit hatlara ve yurtdışına giden trafiğin payının çoğunlukla değişmemiş olması, şebeke içi trafiğindeki pay azalışının genel olarak diğer operatörlere giden trafiğe kaydığını göstermektedir.



Şekil 5: Toplam giden ses trafiğinin yüzdesel kırılımı (Yıl: 2016-2020, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

Ses trafiği analizinde incelenen bir diğer gösterge ise abone başına düşen dakika kullanımıdır. Şekil 6'da görüldüğü üzere abone başına düşen giden dakika kullanımı son 5 yılda hafif artış kaydetmiştir. Artan internet penetrasyonu ile son yıllarda oldukça popülerleşen OTT uygulamalarına (Örnek: Whatsapp, Skype gibi) rağmen abone başı ses tüketiminin geçen yıllara göre artış kaydettiği görülmektedir.



Şekil 6: Abone başına giden ses trafiği (Yıl: 2016-2020, Birim: Dakika) [Kaynak: BTHK]

2.2. Pazardaki Rekabetin Gelişimi

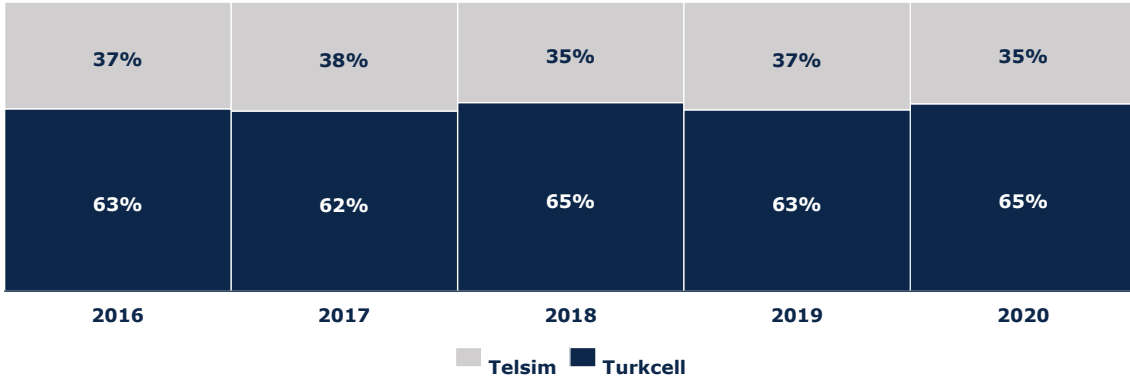
Pazar göstergeleri için gerçekleştirilen analizlerin hepsi her bir mobil operatör bazında da incelenmiştir. Bu kapsamda aşağıdaki göstergelerin operatör bazında yapılan analizleri de bu piyasa analiz raporuna dahil edilmiştir:

- Aboneler

- Gelirler
- Trafik (ses)

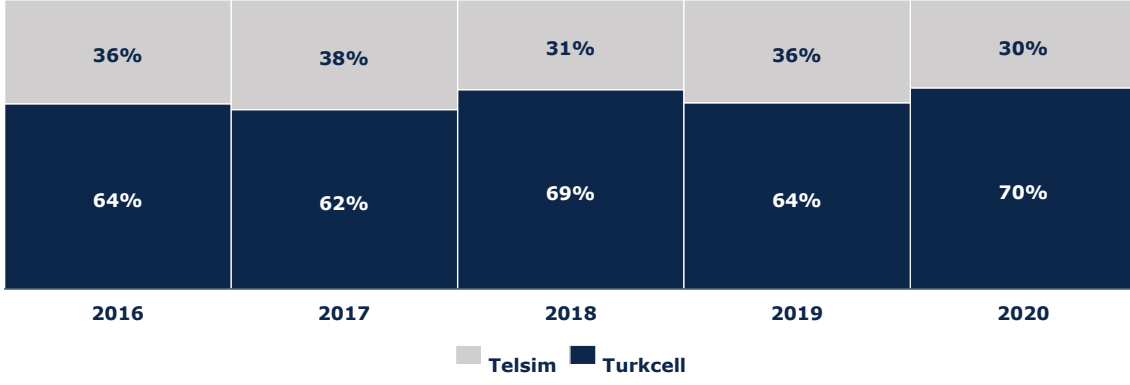
Aboneler

Toplam dönem sonu aktif aboneliklerin (ön ödemeli ve faturalı) pazar payı analizi yapıldığı durumda Turkcell'in son 5 yılda 60%'ın üzerinde pazar payı bulundurduğu görülmektedir. Şekil 7'de gösterildiği gibi son yılda Turkcell abone pazar payı 2020 yılında %65 seviyesine ulaşmıştır. Abone pazar payında son 5 yıllık trende bakıldığında büyük dalgalanmalar gözükmemektedir.

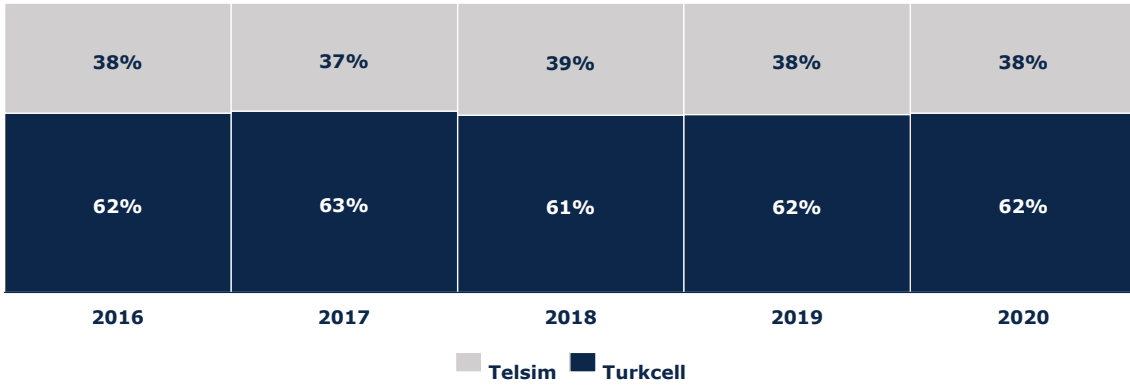


Şekil 7: Dönem sonu aktif abone sayısının mobil operatörlere göre dağılımı (Yıl: 2016-2020, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

Pazar payı analizi ön ödemeli ve faturalı aktif abonelikler için ayrı ayrı gerçekleştirildiğinde, toplam aktif abone pazar paylarındaki resme benzer bir durumla karşılaşılmaktadır. Turkcell hem ön ödemeli hem de faturalı aboneliklerde 60%'ın üzerinde pazar payını son 5 yılda korumuştur. Ancak, Turkcell'in ön ödemeli aboneliklerde, faturalı aboneliklere göre daha yüksek pazar payı olduğu görülmektedir. Şekil 8 ve Şekil 9 ön ödemeli ve faturalı aktif abone pazar paylarını göstermektedir.



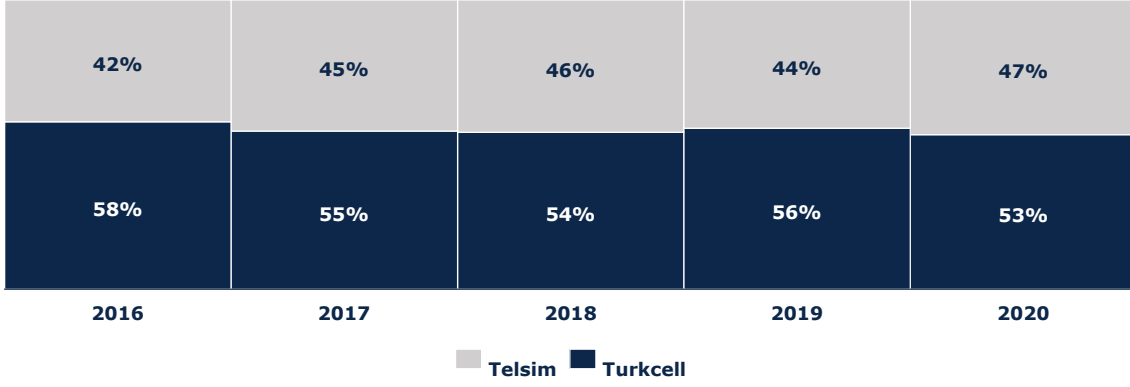
Şekil 8: Dönem sonu ön ödemeli aktif abone sayısının mobil operatörlere göre dağılımı (Yıl: 2016-2020, Birim: %) [Kaynak: BTHK]



Şekil 9: Dönem sonu faturalı aktif abone sayısının mobil operatörlere göre dağılımı (Yıl: 2016-2020, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

Gelirler

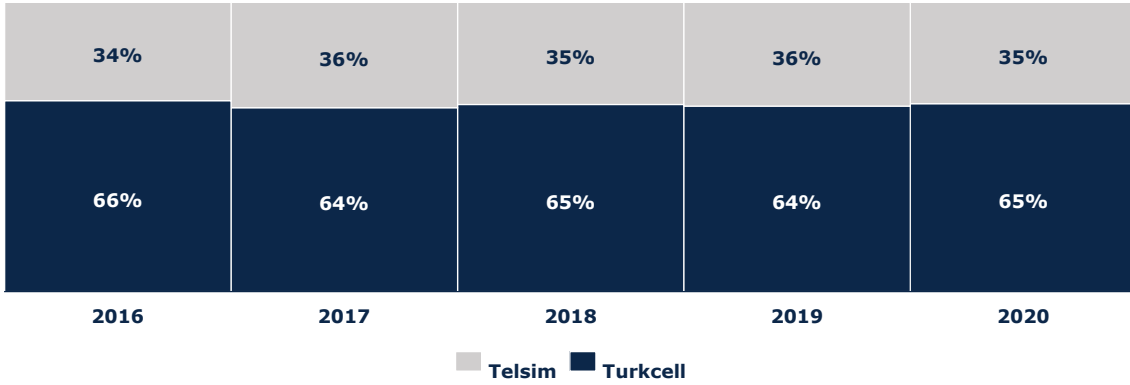
Ön ödemeli ve faturalı gelirlere ek olarak mobil genişbant ve M2M gelirlerini de içeren toplam perakende gelirlere Turkcell'in pazar payının Telsim'den daha yüksek olmasına rağmen, aktif abone pazar paylarına kıyasla 2 mobil operatörün pazar payları birbirine daha yakındır. Turkcell'in son 5 yılda gelir pazar payı kaybettiği ve 2020 yılında pazar payının 53%'e gerilediği görülmektedir. Şekil 10'da son 5 yıllık değişim gösterilmektedir.



Şekil 10: Toplam perakende gelirlerin mobil operatörlere göre dağılımı³(Yıl: 2016-2020, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

Trafik (ses)

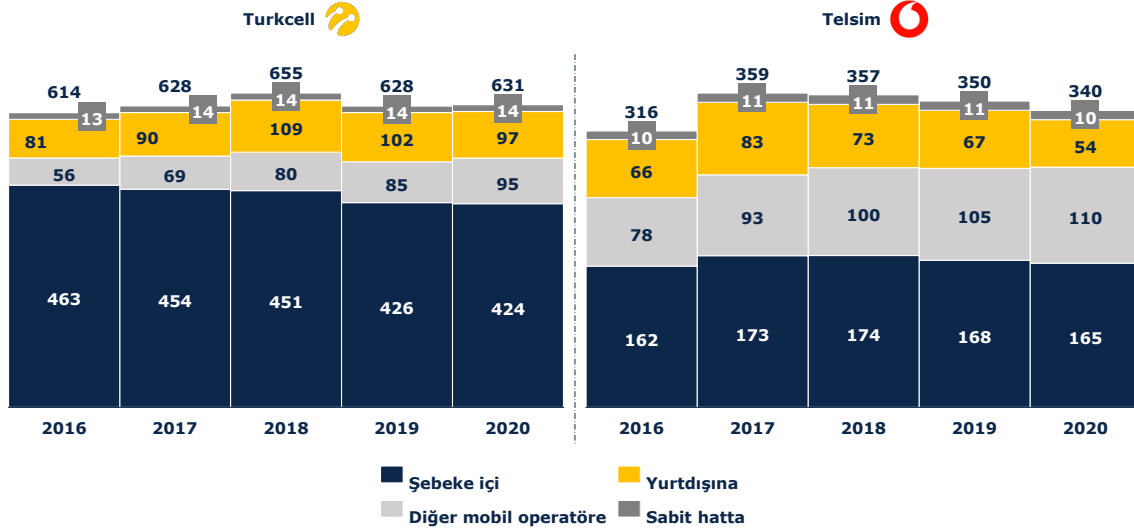
Toplam giden trafiğin operatörlere dağılımı, dönem sonu toplam aktif abonelerin pazar payı dağılımına benzer bir trend oluşturmaktadır. Bu durum 2 operatörün abone başına düşen dakika kullanımının birbirine oldukça yakın olduğunu göstermektedir. Şekil 11’de ses trafiğinin son 5 yıldaki değişimi gösterilmiştir.



Şekil 11: Toplam giden ses trafiğinin mobil operatörlere göre dağılımı (Yıl: 2016-2020, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

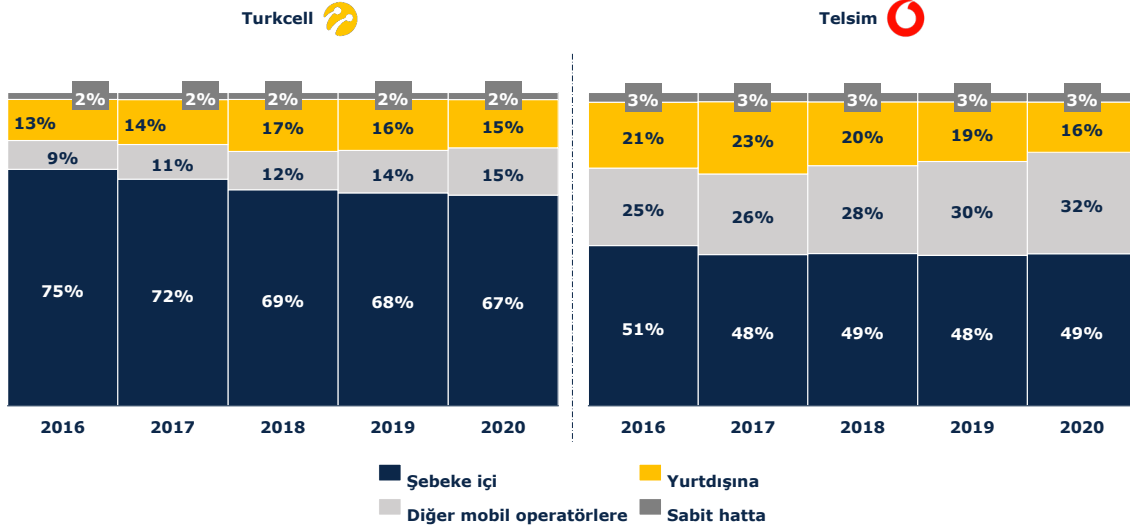
Bölüm 2.1’de incelenen giden trafiğin destinasyona göre dağılımı operatörler için de incelenmiş ve Şekil 12’de paylaşılmıştır. Pazar toplamındaki trende paralel olarak iki operatör için de şebeke içi giden toplam dakikalarda düşüş, diğer mobil operatöre giden dakikada ise artış görülmüştür.

³ Mobil operatörlerin sabit internet pazarında da faaliyet göstermesi ve muhasebeyi ayırma yükümlülüklerinin olmaması, mobil pazar ve sabit internet pazarı arasında gelir dağılımlarının farklı metodolojiler ile yapılmış olabileceğini işaret eder ve dolayısıyla gösterilen veriler gelir pazar paylarını birebir yansıtmayabilir



Şekil 12: Operatörler özelinde toplam giden ses trafiği (Yıl: 2016-2020, Birim: Milyon dakika)
[Kaynak: BTHK]

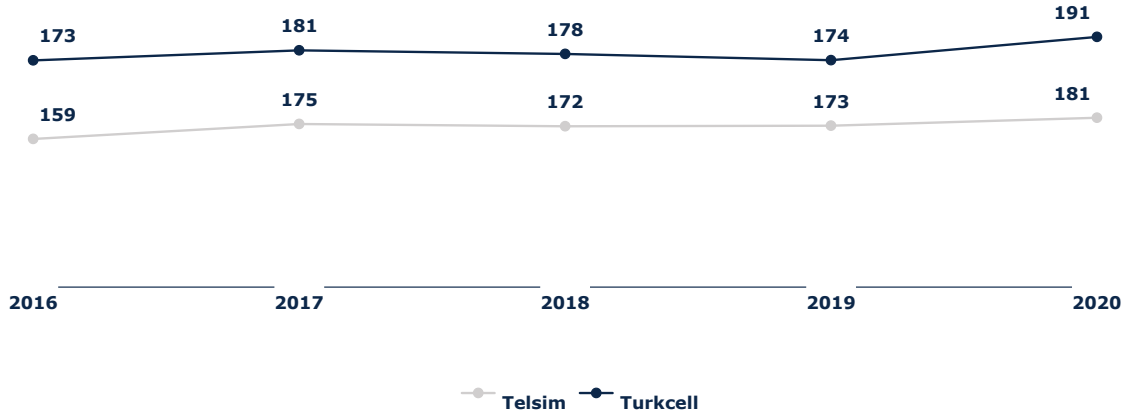
Operatörler özelinde toplam giden ses trafiğinin yüzdesel dağılımı Şekil 13'te paylaşılmıştır. Turkcell için toplam pazardaki trende benzer bir şekilde şebeke içi giden trafiğin payı azalırken diğer mobil operatöre giden pay artış göstermiştir. Telsim için de diğer mobil operatöre giden pay artış göstermiş, ancak Telsim şebeke içi giden trafik payını korumuştur.



Şekil 13: Operatörler özelinde toplam giden ses trafiğinin yüzdesel kırılımı (Yıl: 2016-2020, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

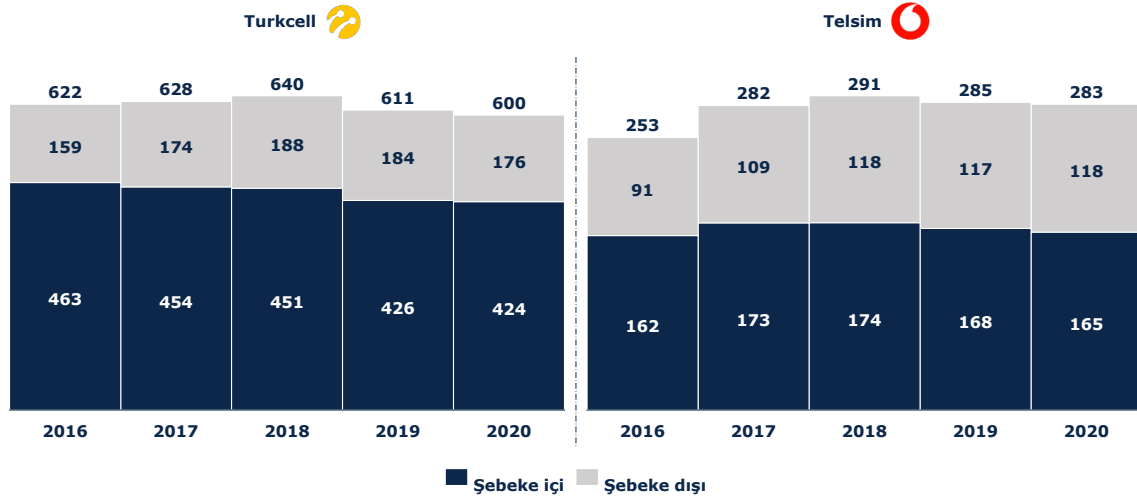
Abone başına düşen giden trafiğin operatör özelinde analizi yapıldığında, Turkcell'in son 5 yılda daha yüksek seviyelerde olduğu Şekil 14'te gösterilmiştir. Ancak, 2 operatör arasındaki farkın düşük olduğu ve aradaki farkın yıllar itibariyle çok

değişmediği görülmektedir. 2 operatör de 2020 yılında son 5 yılın en yüksek seviyelerine ulaşmıştır.



Şekil 14: Operatörler özelinde abone başına giden ses trafiği (Yıl: 2016-2020, Birim: Dakika)
[Kaynak: BTHK]

Operatörlerde sonlanan dakikaların gösterildiği Şekil 15'te, son 5 yıl boyunca gelen toplam trafiğin çoğunlukla stabil olduğu ancak, giden trafik analizinde de zaten bahsedildiği üzere şebeke içi trafiğin düştüğü görülmektedir.



Şekil 15: Operatörler özelinde toplam gelen ses trafiği (Yıl: 2016-2020, Birim: Milyon dakika)
[Kaynak: BTHK]

3. Pazar Tanımı

Piyasa analizi çalışmalarının amacı öncül düzenlemelere tabi tutulmasının uygun görüldüğü pazarlardaki EPG'ye sahip oyuncuların belirlenmesi ve bu oyunculara gerekli yükümlülüklerin getirilmesidir. Pazar tanımı, belirtilen bu piyasa analizi sürecinin ilk adımı olarak değerlendirilmektedir ve sonraki adımlar için ön koşul niteliğindedir.

Bu bölümde, piyasa analizi yapılan ilgili pazarın hem perakende pazar tanımı hem de toptan pazar tanımı yapılmıştır. Bu bölüm aynı zamanda pazar tanımının nasıl bir metodoloji ile gerçekleştirildiğini açıklamaktadır.

3.1. Pazar Tanımı Metodolojisi

Pazar tanımı, ilgili pazara dahil edilebilecek olası ürün ve hizmetlerin ikame edilebilirliklerinin analiz edilmesi esasına dayanır. İkame edilebilirlik analizi ile bahsi geçen ürün ve hizmetlerin birbirlerinin yerine geçebileceği veya ne ölçüde geçebileceği test edilmektedir. Pazara dahil edilebilecek olası ürün ve hizmetler belirlenirken pazarın son yıllardaki gelişimi de göz önünde bulundurulacaktır. Buna ek olarak önümüzdeki yıllarda gerçekleşmesi muhtemel pazardaki teknolojik değişimlerin ilgili pazar üzerindeki etkisi de değerlendirilip pazar tanımı sürecine dahil edilecektir.

İkame edilebilirlik analizi hem perakende pazar hem de toptan pazar için gerçekleştirilecek olup iki pazar için de aynı metodoloji takip edilecektir. Pazar tanımı metodolojisi ilgili ürün ve hizmetler için hem talep yönlü hem de arz yönlü ikamenin analizinden oluşmaktadır. Arz ve talep ikamesi analizi sonucunda birbirlerinin ikamesi olan ürün grupları aynı pazar tanımına dahil edilir.

- **Talep yönlü ikame** son kullanıcıların ilgili pazarda kullanmakta olduğu ürünü alternatif başka bir ürün ile değiştirmesi sonucu oluşur. Bir ürünün kullanıcının almakta olduğu ürünün yerine geçip geçemeyeceği kanaatine varılırken, ürünlerin içerik olarak benzerlikleri ve kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılama seviyeleri incelenir. Buradaki en önemli kriterlerden biri potansiyel alternatif ürünün, kullanıcının almakta olduğu ürünün fiyatının belirlenmesinde rol oynayıp oynamadığının tespit edilmesidir.
- **Arz yönlü ikame** ilgili ürünün veya ilgili ürünün talep yönlü ikamesinin, bu ürünleri sunmayan mevcut veya potansiyel servis sağlayıcılar tarafından kolaylıkla sunulması sonucu oluşur. Söz konusu ürünü veya ikamesini, bu ürünleri sunmayan servis sağlayıcılarının mevcut üretim yapılarına kısa sürede

dahil edip edemedikleri incelenir. Aynı zamanda bu servis sağlayıcılarının söz konusu ürünü veya alternatifini sunmak için büyük finansal yatırımlar yapmak zorunda olup olmadığı da araştırılır.

Arz ve talep ikamesi analizi sürecinde uygun olduğu düşünülen durumlarda varsayımsal tekel testi uygulanabilir. Bu test ile varsayımsal bir tekel yaratılır ve bu tekelin bahsi geçen ürüne *geçici olmayan, küçük fakat belirgin fiyat artışı*⁴ (*Small but Significant and Non-transitory Increase in Price (SSNIP)*) uyguladığı varsayılır. Bu fiyat artışı ile varsayımsal tekelin karlılığında gerçekleşebilecek durumlar incelenir. Eğer ki bu fiyat artışı ile varsayımsal tekelin karlılığı, fiyat artışı öncesindeki karlılığından daha düşük seviyelere iniyorsa, bir başka deyişle müşteriler alternatif ürünlere yöneliyorsa, bahsi geçen ürün ve alternatif ürünler aynı pazar tanımı içerisine dahil edilir. Eğer ki bu fiyat artışı ile varsayımsal tekelin karlılığı, fiyat artışı öncesindeki karlılığından daha yüksek seviyelere ulaşıyorsa, bahsi geçen ürünün ikamesinin olmadığı, dolayısıyla bu ürünün pazar tanımına başka ürünlerin dahil edilmemesi gerektiği kanaatine varılır.

Arz ve talep ikamesi analizi sonucunda gerçekleştirilen pazar tanımlarının coğrafi sınırlarının da belirlenmesi gerekmektedir. Tanımı yapılmış olan ilgili pazarın coğrafi sınırları belirlenirken ülkedeki bölgesel rekabet farklılıkları göz önünde bulundurulur. Bölgesel rekabet analizi sonrasında pazar yapısı birbirine benzer olan ve rekabet seviyeleri arasında kayda değer farklar olmayan bölgeler aynı coğrafi sınır içerisine dahil edilir.

Açıklanan pazar tanımı metodolojisi ile *Mobil Şebekelerde Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı*'nın hem perakende hem de toptan pazar tanımı ve coğrafi sınırları bu bölümün kalan kısımlarında yapılacaktır.

3.2. Perakende Pazar Tanımı

KKTC'de faaliyet gösteren tüm mobil operatörler kullanıcılara tek bir servisin parçası olarak bir dizi ürün ve hizmeti kullanabilme imkanı sağlar. Mobil hat sahibi aboneler buldukları coğrafyadaki mobil şebekelere erişim imkanına sahiptir. Aboneler, başka mobil hatlar veya sabit hatlar tarafından yurtiçi ve yurtdışı çağrıları alabilir veya aynı hatlara çağrı başlatabilir, SMS gönderip alabilir ve mobil veri hizmetlerini kullanabilir.

Abonelerin bu mobil hizmetleri kullanma konusunda farklı tercihleri olabilsede bu hizmetler mobil operatörler tarafından tek bir servisin parçası olarak sunulmaktadır. Abonelerin mobil hat sahibi olduktan sonra belirtilen hizmetlerden sadece bir veya

⁴ Geçici olmayan, küçük fakat belirgin fiyat artışının 5-10% arasında yapıldığı varsayılır

birkaçını almak gibi bir seçeneği bulunmamaktadır. Mobil aboneler bu hizmetleri kullanmıyor olsalar bile mobil hat sahibi oldukları için bu hizmetleri kullanma imkanına sahiptirler. Dolayısıyla bu hizmetler her zaman mobil operatörler tarafından sunulan bir perakende servisin parçası olarak kabul edilmektedir ve mobil aboneler bu hizmetlerin hepsine sahiptir, ancak bireysel tercihlerini paket veya tarife seçiminde gerçekleştirebilmektedirler.

Bu nedenle aşağıdaki ürün ve hizmetler ilgili perakende pazarına dahil edilmiştir:

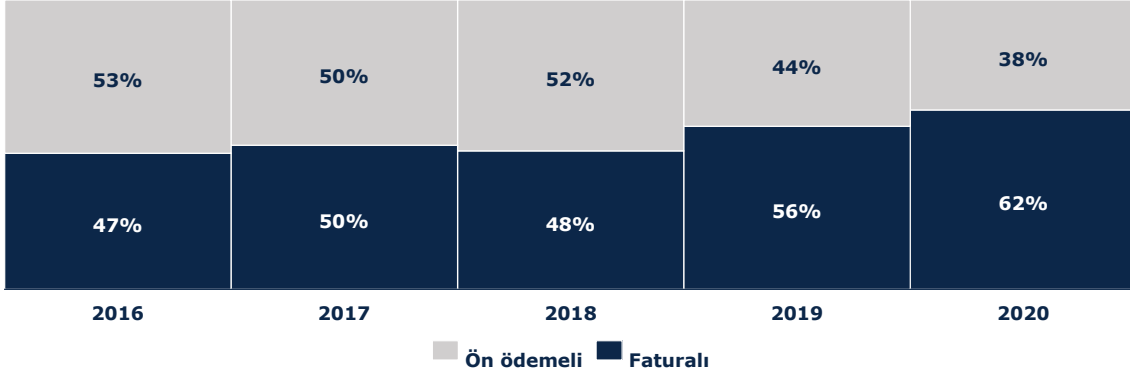
- ▶ Mobil şebekelere erişim
- ▶ Arama
- ▶ SMS
- ▶ Mobil veri

Bu ürün ve hizmetlere ek olarak aşağıda belirtilen ürün ve hizmetler için talep ve arz yönlü ikame analizi yapılmış ve ilgili pazar tanımına dahil edilip edilmeyeceğine karar verilmiştir:

- ▶ Ön ödemeli ve faturalı hizmetler
- ▶ Bireysel ve kurumsal abonelikler
- ▶ Sabit hizmetler
- ▶ İnternet tabanlı hizmetler (Over-the-top (OTT) services)

Ön ödemeli ve faturalı hizmetler

KKTC'deki mobil aboneler, mobil operatörlerden aldıkları hizmetlerin ücretlerini kendi tercihlerine göre, hizmeti kullanmadan önce veya hizmeti kullandıktan sonra ödeyebilirler. Bu iki durum arasında ödeme metotları haricinde bir farklılık bulunmamaktadır, alınan mobil hizmetler birbirleriyle birebir benzerlik göstermektedir. Bu ödeme metotları ön ödeme ve faturalı olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Şekil 16'da gösterildiği gibi KKTC'deki aktif abonelerin ön ödemeli ve faturalı hizmetler tercihleri incelendiğinde, abonelerin son yıllarda faturalı hizmetlere yöneldiği ve faturalı hizmetlerin ön ödemeli hizmetlerden daha çok tercih edildiği görülmektedir. 2020 yıl sonu itibariyle abonelerin 62%'si faturalı hatları tercih etmektedir.



Şekil 16: Dönem sonu aktif abone sayısının ön ödemeli ve faturalı hizmetlere göre dağılımı (Yıl: 2016-2020, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

Talep yönlü ikame

Talep yönlü ikame edilebilirliğin varlığını anlamak adına KKTC'deki mevcut ön ödemeli ve faturalı paketler incelenmiştir. Tablo 1 incelenen bu paketlerden bazı örnekler içermektedir. Tabloda içerik olarak birbirlerine benzer kabul edilebilecek ön ödemeli ve faturalı paketler/tarifeler aynı satırda gösterilmiştir. Görülebileceği üzere aboneler, birbirlerine eşlenik olan ön ödemeli ve faturalı paketlere aylık olarak benzer ücretler vermektedirler. Buna ek olarak faturasız aboneliklerden faturalı aboneliklere yapılan geçişlere özel fiyatların sunulduğu da görülmektedir.

Ön Ödemeli			Faturalı		
Paket/Tarife	İçerik	Aylık Fiyat	Paket/Tarife	İçerik	Aylık Fiyat
Yıldız 500MB (Turkcell)	200 DK, 2000 SMS, 0.5 GB	44 TL	Fırsat 200 (Turkcell)*	200 DK, 2000 SMS, 1 GB	49 TL
Yıldız 5GB (Turkcell)	500 DK, 5000 SMS, 5 GB	89 TL	Yıldız 5GB (Turkcell)*	400 DK, 5000 SMS, 5 GB	75 TL
Databol Small (Telsim)	200 DK, 10000 SMS, 6 GB	90 TL	Red Cool Small (Telsim)	300 DK, 300 SMS, 8 GB	87 TL

*Ön ödemeli abonelikten faturalı aboneliğe geçiş paketleri

Tablo 1: Ön ödemeli ve faturalı paketlerin karşılaştırılması [Kaynak: Operatörler]⁵

Paket içeriklerinin ve aylık fiyatların benzer olduğu göz önünde bulundurularak, ön ödemeli veya faturalı hizmetlere varsayımsal tekel testi yapıldığında, varsayımsal tekelin ön ödemeli veya faturalı hizmete *geçici olmayan, küçük fakat belirgin fiyat*

⁵ Tablodaki paket içerikleri ve fiyatları 2021 Mart ayını temsil etmektedir

artışı uygulaması sonucu abonelerin fiyat artışı yapılan hizmetten diğer hizmete kolaylıkla geçebilme imkanına sahip oldukları sonucuna varılmaktadır. Bu nedenle ön ödemeli ve faturalı hizmetler arasında talep yönlü ikame edilebilirlik bulunmaktadır.

Bununla birlikte abonelerin kolaylıkla geçiş yapabilmesine engel olabilecek sorunlar çıkabilmektedir. Örneğin, faturalı mobil aboneler aldıkları hizmet kapsamında bir sözleşmede ise, minimum sözleşme süresinden dolayı ek maliyetler olmadan hızlı bir şekilde geçiş yapmakta zorlanabilir. Ancak, herhangi bir fiyat artışının mevcut abonelerin sözleşmelerinin yenilenmesi sırasında olması veya bahsi geçen bu fiyat artışlarının yalnızca yeni aboneleri kapsayacak şekilde uygulanıyor olması muhtemeldir. Dolayısıyla, mevcut faturalı aboneler fiyat artışına maruz kaldıkları anda ön ödemeli hizmetlere geçiş yapabilme seçeneğine sahip olacaklardır.

Aynı şekilde ön ödemeli müşterilerin de kolaylıkla geçiş yapabilmekte zorlanabileceği durumlar bulunmaktadır. Ön ödemeli müşteriler, faturalı abonelikler kapsamındaki bir sözleşmeye bağlı kalmak istemeyebilir veya faturalı abonelik hizmetlerinin fiyatlarından memnun olmadığı için bu hizmetleri kullanmak istemeyebilir. Ancak, ön ödemeli hizmetlerden faturalı hizmetlere geçmek isteyen abonelere yönelik mobil operatörler tarafından özel düşük fiyatlandırma politikaları izlenmektedir. Bu nedenle ön ödemeli abonelerin geçiş yaparken karşılaşacağı zorlukların çoğunlukla minimize edildiği görülmektedir.

Arz yönlü ikame

Yalnızca ön ödemeli hizmetler sağlayan bir mobil operatör kolaylıkla faturalı hizmetler de verebilecek şekilde ürün portföyünü değiştirebilir. Bu geçiş sırasında altyapı ve teknik gerekliliklerde önemli ölçülerde değişikliklere ihtiyaç duyulmadığı için, geçiş hızlı ve yüksek ek maliyetler olmadan gerçekleştirilebilecektir. Benzer şekilde yalnızca faturalı hizmetler sağlayan bir mobil operatör de kolaylıkla gerekli değişiklikleri gerçekleştirip ön ödemeli hizmetler verebilecek duruma gelebilecektir. Bu nedenle ön ödemeli ve faturalı hizmetler arasında arz yönlü ikame edilebilirlik bulunmaktadır.

Sonuç

Mobil şebekelere erişim, arama, SMS ve mobil veri hizmetlerinin, ön ödemeli ve faturalı abonelikler özelinde talep ve arz yönlü ikame edilebilirliklerinin bulunması nedeniyle, ön ödemeli ve faturalı hizmetlerin aynı ilgili pazar içerisinde yer alması gerektiğine karar verilmiştir.

Bireysel ve kurumsal abonelikler

Bireysel aboneliklerden farklı olarak perakende pazarda kurum kimlikleri olan kurumsal müşterilere özel abonelikler de bulunmaktadır. Mobil operatörler bu kategoride bulunan müşteriler için müşterilerin talebi doğrultusunda çalışan sayısı,

dakika ve internet kullanımına göre müşterilere özel tarife ve paketler sunmaktadırlar. Hizmetlerin fiyatlandırılmasında ve pazarlanmasındaki farklılıklara rağmen bireysel ve kurumsal müşterilere sunulan mobil hizmetlerin işlevsellikleri birbirleriyle aynıdır. Buna ek olarak bireysel müşteriler ve özellikle küçük kurumsal müşteriler ilgili mobil hizmetleri seçerken birbirlerine benzer yapıda davranış sergilemektedirler.

Talep yönlü ikame

Ön ödemeli ve faturalı hizmetlerin talep yönlü ikame edilebilirlik analizindeki gibi bireysel ve kurumsal abonelikler için de talep yönlü ikame edilebilirliğin varlığını anlamak adına KKTC'deki mevcut bireysel ve kurumsal paketler incelenmiştir. Tablo 2 bu analizden birkaç örnek paketi göstermektedir. Tabloda birbirine benzer nitelikteki paketler aynı satırda kıyaslanmıştır. Örnek paketlerden de görülebileceği üzere benzer içeriklere sahip bireysel ve kurumsal paketler birbirlerine yakın olacak şekilde fiyatlandırılmıştır.

Bireysel			Kurumsal		
Paket/Tarife	İçerik	Aylık Fiyat	Paket/Tarife	İçerik	Aylık Fiyat
Life 8 GB (Turkcell)	800 DK, 8 GB	179 TL	Esnaf 8	800 DK, 8000 SMS, 8 GB	169 TL
Red'li 10 (Telsim)	1000 DK, 1000 SMS, 10 GB	199 TL	Red Business 1000 (Telsim)	1000 DK, 1000 SMS, 10 GB	199 TL

Tablo 2: Bireysel ve kurumsal paketlerin karşılaştırılması [Kaynak: Operatörler]⁶

Tablo 2'de de özetlenen bireysel ve kurumsal fiyatlandırma stratejileri göz önünde bulundurularak, varsayımsal bir tekelin kurumsal hizmetlere *geçici olmayan, küçük fakat belirgin fiyat artışı* uygulaması sonucu kurumsal müşteriler kolaylıkla ve hiçbir engel olmadan bireysel müşterilere sunulan hizmetlere geçiş yapabilir. Ancak, benzer bir durumda bireysel müşterilerin varsayımsal bir tekelin bireysel hizmetlere *geçici olmayan, küçük fakat belirgin fiyat artışı* uygulaması sonucu kurumsal müşterilere sunulan hizmetlere geçişi kurum kimlikleri olmaması durumunda mümkün olmayacaktır. Dolayısıyla, bireysel ve kurumsal aboneliklerde talep yönlü ikame edilebilirlik çoğunlukla tek yönlü olarak mümkündür ve bu nedenle ikame edilebilirlik düşük düzeydedir.

⁶ Tablodaki paket içerikleri ve fiyatları 2021 Mart ayını temsil etmektedir

Arz yönlü ikame

Yalnızca kurumsal müşterilere özel mobil hizmetler sağlayan bir mobil operatör kolaylıkla bireysel müşterilere de hizmet verebilecek şekilde ürün portföyünde gerekli değişiklikleri yapabilir. Bu geçiş sırasında altyapı ve teknik gerekliliklerde değişikliklere ihtiyaç duyulmadığı için, geçiş hızlı ve ek maliyetler olmadan gerçekleştirilebilecektir. Aynı şekilde yalnızca bireysel müşterilere özel mobil hizmetler sağlayan bir mobil operatör de kolaylıkla gerekli değişiklikleri gerçekleştirip kurumsal hizmetler de verebilecek duruma gelebilecektir. Bu nedenle bireysel ve kurumsal hizmetler arasında arz yönlü ikame edilebilirlik bulunmaktadır.

Sonuç

Mobil şebekelere erişim, arama, SMS ve mobil veri hizmetlerinin, bireysel ve kurumsal abonelikler özelinde sunulan hizmet içeriği olarak fiyatlandırma haricinde hiçbir farklılık göstermemesi nedeniyle ve düşük seviyedeki talep yönlü ikame edilebilirliğe rağmen arz yönlü tam ikame edilebilirlik bulunması sonucunda bireysel ve kurumsal mobil hizmetlerin aynı ilgili pazar içerisinde yer alması gerektiğine karar verilmiştir.

Sabit hizmetler

Perakende mobil pazarda sunulan mobil şebekelere erişim, arama, SMS ve mobil veri hizmetlerine ek olarak KKTC’de sabit hizmetler de verilmektedir. Bu hizmetler sabit genişbant ve sabit arama hizmetleri olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Mobil ve sabit hizmetlerin bazı benzerlikleri bulunsa da işlevsellik olarak tamamen farklı hizmetlerdir.

Talep yönlü ikame

Mobil ve sabit hizmetler hem içerik hem de aboneler tarafından kullanım biçimi olarak temel farklılıklara sahiptir. Sabit hizmetler sadece belirli konumlarda (ev ve işyeri gibi) kullanılabilirdiği için mobil hizmetlerin mobilite özelliğine sahip değildir. Abonelerin mobil hizmetleri tercih etmelerindeki ana sebep olan mobilitenin sabit hizmetlerde bulunmamasından dolayı, varsayımsal bir tekelin mobil hizmetlere *geçici olmayan, küçük fakat belirgin fiyat artışı* uygulaması sonucu mobil aboneler sabit hizmetlere geçiş yapmayacaklardır. Varsayımsal tekel testini sabit hizmetler için uyguladığımızda ise varsayımsal bir tekelin sabit hizmetlere *geçici olmayan, küçük fakat belirgin fiyat artışı* uygulaması sonucu bazı sabit aboneler mobil hizmetlere geçiş yapabilir. Ancak, sabit hizmetlerin sunduğu kotasız internet gibi hizmetler mobil hizmetlerde çoğunlukla bulunmadığı için ve mobil internetin sabit internetten özellikle erişim sorunu olan yerlerde daha yavaş çalışmasından dolayı abonelerin bu geçişi

gerçekleştirmek istememesi de muhtemeldir. Hem mobil hem sabit hizmetler için uygulanan bu varsayımsal tekel testi sonucundan da anlaşılacağı üzere bu hizmetlerde ikame edilebilirlik oldukça sınırlıdır.

Arz yönlü ikame

Yalnızca mobil hizmetler sağlayan bir operatör sabit hizmetler de sağlamak için yüksek maliyetli yatırımlara ve hizmetlerini satışa sunmak için uzun sürelere ihtiyaç duymaktadır. Yalnızca sabit hizmetler veren bir servis sağlayıcının ise mobil hizmetler vermek için aynı şekilde maliyetli yatırımlara ve uzun sürelere ihtiyacı bulunmaktadır. Bu geçişlerin kolaylıkla yapılamıyor olması ve ek maliyetler yaratmasından dolayı arz yönlü ikame edilebilirlik çok düşüktür.

Sonuç

Hem talep yönlü hem de arz yönlü ikame edilebilirliğin oldukça sınırlı olması sonucu sabit hizmetlerin farklı bir pazarda olduğuna karar verilmiştir.

İnternet tabanlı hizmetler (Over-the-top (OTT) services)

İnternet tabanlı hizmetler herhangi bir mobil cep telefon numarasına ihtiyaç duymaksızın internet üzerinden başlayıp yine internet üzerinde biten servislerdir (Örnek: Skype). Bu hizmetler aracılığı ile kullanıcılar yine aynı hizmetlere sahip başka bir kullanıcı ile sesli/görüntülü arama yapabilir ve SMS gönderip alabilir.

Talep yönlü ikame

Mobil aboneler, sesli arama veya SMS hizmetlerini OTT uygulamaları aracılığı ile gerçekleştirmeyi seçebilir. Abonelerin bu OTT hizmetlerinden faydalanabilmesi için, uygun bir cihaza, veri erişimine ve OTT yazılımına sahip olması gerekmektedir. Aboneler, paketlerinde bulunan veri hizmetleri aracılığı ile bahsi geçen OTT uygulamalarını kullanmaktadırlar.

OTT hizmetlerini kullanmayı seçen bir abonenin, zaten halihazırda sesli arama, SMS ve veri kullanımını içeren bir mobil pakete sahip olması muhtemeldir. Bu durumda abonelerin OTT hizmetlerini, ses ve SMS hizmetleri yerine geçebilir bir hizmet olarak kullanmadıkları görülmektedir. Bu nedenle OTT hizmetleri ikame bir hizmetten daha ziyade abonelerin halihazırda sahip olduğu mobil paket aracılığı ile eriştiği ek bir hizmet/uygulama olarak (sosyal medya uygulamaları gibi) değerlendirilmektedir.

Arz yönlü ikame

Yalnızca mobil hizmetler sağlayan bir operatör OTT hizmetleri de sağlamak için bir uygulama geliştirmek veya satın almak zorundadır. Bu yüzden operatör ek maliyetlere ve aynı zamanda bu hizmetleri satışa sunmak için uzun sürelere ihtiyaç duymaktadır. Yalnızca OTT hizmeti veren bir işletmecinin mobil hizmetler vermesi ise altyapı ihtiyacı ve yüksek ek maliyetler nedeniyle oldukça zordur. Dolayısıyla, arz yönlü ikame edilebilirlik bulunmamaktadır.

Sonuç

Talep yönlü ve arz yönlü ikame edilebilirliğin olmaması sebebi ile OTT hizmetlerinin farklı bir pazarda olduğuna karar verilmiştir. Ancak, ilerleyen dönemlerde OTT hizmetlerini kullanan bir abonenin ses ve SMS içermeyen, sadece veri hizmeti bulunduran paketler almaya başlaması, talep yönlü ikame edilebilirliğin de başladığı anlamına gelecektir. Bu nedenle, OTT hizmetlerinin pazar tanımına dahil edilip edilmeyeceği ilerleyen dönemlerde yapılacak olan piyasa analizlerinde tekrar kontrol edilmelidir.

Perakende pazar tanımının sonuçları

- ▶ Mobil şebekelere erişim, arama, SMS ve mobil veri, mobil operatörler tarafından sunulan tek bir perakende servisin parçası olarak kabul edilmektedir ve bu nedenle aynı ilgili pazar tanımına dahil edilmiştir
- ▶ Ön ödemeli ve faturalı hizmetlerin aynı ilgili pazar içerisinde yer alması gerektiğine karar verilmiştir
- ▶ Bireysel ve kurumsal hizmetlerin aynı ilgili pazar içerisinde yer alması gerektiğine karar verilmiştir
- ▶ Sabit hizmetlerin farklı bir pazarda olduğuna karar verilmiştir
- ▶ İnternet tabanlı (OTT) ses hizmetlerinin farklı bir pazarda olduğuna karar verilmiştir

3.3. Toptan Pazar Tanımı

Perakende mobil hizmetlerin sunulabilmesi için operatörler mobil şebekelere erişim, çağrı başlatma, çağrı sonlandırma ve SMS toptan hizmetlerine ihtiyaç duymaktadır.

Bu toptan hizmetlerden, mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma toptan hizmetleri birbirlerinden ayrı olarak satılamayacağı ve bu nedenle toptan hizmet satın almak

isteyen bir operatörün bu iki hizmeti ayırması mümkün olmayacağı için mobil erişim ve çağrı başlatma toptan hizmetleri aynı toptan pazar içinde değerlendirilmektedir.

Mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma toptan hizmetleri, mobil şebeke sahibi işletmecinin kendi perakende kanallarında kullanılabilir (self-supply) veya Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerine satılabilir. Mobil şebeke sahibi işletmecilerin kendi perakende kanallarında kullandıkları toptan hizmetler (self-supply) ve Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerine satılan toptan hizmetler arasında işlevsel bir farklılık bulunmadığı için bu hizmetler aynı toptan pazar tanımı içerisinde değerlendirilmektedir.

Şu anda KKTC’de toptan hizmet sunabilecek mobil şebeke işletmecileri Turkcell ve Telsim’dir. Günümüzde 2 şebeke işletmecisi de toptan hizmetlerini herhangi bir Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisine satmamaktadır. Turkcell ve Telsim de sahip oldukları mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma toptan hizmetlerini kendi perakende kanallarında kullanmaktadır.

Toptan pazar tanımının sonuçları

- ▶ Mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma toptan hizmetleri birbirlerinden ayrı olarak satılamayacağı için aynı toptan pazar tanımına dahil edilmiştir
- ▶ Mobil şebeke sahibi işletmecilerin kendi perakende kanallarında kullandığı (self-supply) toptan mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma hizmetleri ilgili pazar tanımına dahil edilmiştir
- ▶ Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerine satılan toptan mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma hizmetleri ilgili pazar tanımına dahil edilmiştir

3.4. İlgili Coğrafi Pazar

Tanımı yapılmış olan perakende ve toptan pazarın coğrafi sınırları belirlenirken ülkedeki bölgesel rekabet farklılıkları göz önünde bulundurulmaktadır. Bu pazarlar için rekabet farklılıklarının bulunmadığı bölgeler aynı coğrafi sınır içerisinde dahil edilmiştir.

Sonuç

Mobil Şebekelerde Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı için yapılmış olan hem perakende hem de toptan pazar tanımı çerçevesinde bölgesel rekabet incelendiği durumda, KKTC’nin coğrafi dinamikleri dikkate alındığında, rekabetin ülke genelinde homojen olduğu ve bölgesel farklılıkların söz konusu olmadığı görülmüştür. Bu nedenle hem

perakende hem de toptan pazarın coğrafi sınırlarının tüm KKTC'yi kapsadığına karar verilmiştir.

4. Öncül Düzenleme Gereksinimi

Perakende ve toptan pazarların tanımlanması sonrasında, bu pazar tanımları çerçevesinde, ilgili pazarların öncül düzenlemelere tabi tutulmasının uygun olup olmadığı tespit edilmelidir.

4.1. Üçlü Kriter Testi Metodolojisi

Bu kapsamda öncül düzenleme gereksinimi tespit edilirken Avrupa Komisyonu'nun yayınladığı 2007/879/EC tavsiye kararında belirtilen kriterler incelenmektedir. Bu süreç üçlü kriter testi olarak da adlandırılmakta olup, ilgili kriterler aşağıda belirtilmiştir:

- ▶ Birinci kriter: Pazara giriş engellerinin geçici olmaması ve yüksek olması
- ▶ İkinci kriter: Pazarın kendiliğinden etkin rekabete doğru ilerlemiyor olması
- ▶ Üçüncü kriter: Mevcut ardıl rekabet kurallarının tek başına pazardaki etkin rekabeti engelleyen sorunları çözmede yetersiz kalması

Üçlü kriter testine göre listelenen bu 3 kriterin de sağlanması, ilgili pazarın öncül düzenlemelere tabi tutulmasının uygun olduğunu gösterir. Ancak, bu kriterlerden en az bir tanesinin sağlanmıyor olması pazarın öncül düzenlemelere tabi tutulamayacağını göstermektedir.

Bu bölümün ilerleyen kısımlarında perakende pazar için üçlü kriter testi uygulanacaktır. Testin sonucunda perakende pazarın öncül düzenlemelere tabi tutulamayacağına karar verilmesi durumunda piyasa analizinin bu bölümü sonlandırılacaktır ve yükümlülükler getirilmeyecektir. Ancak, üçlü kriter testi sonucunda perakende pazarın öncül düzenlemelere tabi tutulmasına karar verilirse, aynı test toptan pazarlar için de gerçekleştirilecektir. Bu kapsamda toptan pazarın da öncül düzenlemelere tabi tutulması uygun görülürse, BTHK ilgili perakende pazardaki rekabet sorunlarını çözmek adına öncelikle ilgili toptan pazara yükümlükler getirmeyi, yeterli olmayacağı düşünülürse ilgili perakende pazara da yükümlülükler getirmeyi değerlendirecektir.

4.2. Perakende Pazara Üçlü Kriter Testinin Uygulanması

Birinci Kriter

Geçici olmayan ve yüksek giriş bariyerleri, ilgili perakende pazara yeni bir operatörün girmesini engeller ve bu nedenle pazardaki rekabeti sınırlayıcı bir unsur olarak görülmektedir. Buna ek olarak pazara yeni bir operatörün giremiyor olması, rekabetin artmıyor oluşundan dolayı pazardaki mevcut operatörlere avantaj sağlamaktadır. Giriş bariyerleri yapısal ve idari olmak üzere 2 başlık altında toplanabilir.

Yapısal giriş bariyerleri

Yapısal giriş bariyerleri pazara girmek isteyen bir operatörün karşılaşması muhtemel altyapı maliyetlerini temsil etmektedir. Pazara giriş yapmak isteyen olası bir operatörün seçebileceği temel olarak 2 farklı iş modeli bulunmaktadır. Operatör yüksek batık maliyetleri göz alarak, altyapı yatırımları yapıp kendine ait bir şebeke kurmayı seçebilir. Daha sonra bu altyapıyı kullanarak bir perakende iş kolu oluşturup pazardaki tüketicilere erişebilir. Bu iş modeli, alt yapı yatırımlarının hayata geçirilmesi için gereken uzun sürelerden dolayı ve bu yatırımların finansal yükleri sebebi ile yüksek yapısal giriş bariyerleri bulundurmaktadır. Bu bariyerleri göze alıp pazara giriş yapacak bir operatör olması durumunda rekabet olumlu yönde ciddi şekilde etkilenecektir. Ancak, KKTC'nin göreceli olarak küçük bir pazar olması sebebiyle, bu iş modeli ile yapılacak olası yatırımların getirisinin düşük olma ihtimali vardır. Bu nedenle, bu iş modeli ile pazara yeni bir operatörün girmesi, bariyerlerin yüksek ve geçici olmaması sebebiyle olası görülmemektedir.

Bir diğer iş modeli ise pazara yeni girecek operatörün Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisi olarak kendini konumlandırmasıdır. Bu iş modelinde pazara giren operatör mobil şebeke sahibi işletmecilerden toptan hizmetler satın alır ve altyapı yatırımlarına ihtiyaç duymadan tüketicilere erişebilir. Bu iş modelindeki yapısal giriş bariyerleri düşük olarak değerlendirilmektedir.

İdari giriş bariyerleri

İdari giriş bariyerleri pazara girmek isteyen bir operatörün karşılaşması muhtemel lisans maliyetlerini temsil etmektedir. Yukarıda açıklanan iş modellerine göre lisans maliyetleri birbirinden farklılık gösterse de özellikle altyapı sahibi operatörlerin lisans ücretleri oldukça yüksek seviyelerde olabilmektedir. Bu lisans ücretleri pazara giriş yapacak operatörler için finansal bir bariyer oluşturmaktadır.

Sonuç

Hem yapısal hem idari giriş bariyerleri incelendiğinde özellikle altyapı sahibi olmak isteyen bir operatörün pazara girişi karışığında yüksek ve geçici olmayan giriş bariyerleri bulunmaktadır. Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisi olarak pazara giriş yapmak isteyen operatörlerin karşılaşacağı bariyerler göreceli olarak daha düşük olsa da mevcut mobil şebeke işletmecileri ile ticari anlaşma yapmaları gerekmektedir ve bu süreç sonucunda tarafların bir ticari anlaşmaya varacaklarının garantisi yoktur.

Dolayısıyla ilgili perakende pazarda geçici olmayan ve yüksek giriş bariyerlerinin bulunduğu ve birinci kriterin geçerli olduğu kanaatine varılmıştır.

İkinci Kriter

Pazarın kendiliğinden etkin rekabete doğru ilerleyip ilerlemediğini tespit etmek adına ileriye dönük pazar dinamikleri incelenmiştir.

Sonuç

2. Bölüm olan Mobil Pazardaki Gelişmeler bölümünde de vurgulandığı gibi, pazarda sadece 2 mobil operatör bulunmaktadır. Mevcut rekabet yapısını değiştirebilecek bir operatörün pazara girmesi karşısında birinci kriterin altında da incelendiği üzere büyük yapısal ve idari bariyerler bulunmaktadır. Buna ek olarak, Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisi olarak pazara giriş yapmak isteyen operatörlerin, altyapı sahibi olmadıkları için, elde edebilecekleri pazar paylarının sınırlı olacağı değerlendirilmektedir. Bu nedenle ancak bu iş modelini benimseyen birden fazla operatörün pazara girmesi sonucu rekabet üzerinde kayda değer bir etki oluşabilecektir.

Bu kapsamda, pazarda yalnızca 2 operatörün bulunması ve pazardaki dinamiklerin değişmesini sağlayacak alt yapı sahibi bir operatörün veya Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisi birden fazla operatörün pazara girmesi beklenmediği için perakende pazarın etkin rekabete doğru ilerlemediği sonucuna varılmaktadır.

Dolayısıyla ikinci kriterin geçerli olduğu kanaatine varılmıştır.

Üçüncü Kriter

Üçüncü kriterin sağlanıp sağlanmadığının tespit edilmesi için mevcut rekabet hukukunun ve ardıl rekabet kurallarının perakende pazardaki rekabet sorunlarını çözebilecek yeterlilikte olup olmadığı incelenmiştir.

Sonuç

Olası ardıl rekabet yaptırımlarının perakende pazara giriş bariyerlerini ve etkin rekabete doğru ilerlemeyen gidişatı değiştirmek için yeterli olmayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte ilgili pazarda gerekli görüldüğü durumda uygulanacak olan öncül düzenlemelerin rekabet sorunları çözmede daha etkili olacağı düşünülmektedir.

Bu nedenle ilgili perakende pazarda üçüncü kriterin geçerli olduğu kanaatine varılmıştır.

Üçlü Kriter Testinin Sonucu

3 kriterin de geçerli olması nedeniyle ilgili perakende pazarın öncül düzenlemelere tabi tutulmasının uygun olduğuna karar verilmiştir.

4.3. Toptan Pazara Üçlü Kriter Testinin Uygulanması

Perakende pazarın öncül düzenlemelere tabi tutulabileceğine karar verilmesi üzerine, üçlü kriter testi bu bölümün başında da açıklandığı gibi toptan pazara da uygulanacaktır.

Birinci Kriter

Bu kriter altında toptan pazarda rekabeti önleyici geçici olmayan ve yüksek giriş bariyerlerinin olup olmadığı incelenmiştir.

Sonuç

Tanımlı yapılmış olan ilgili toptan pazarda, toptan hizmet verecek yeni bir işletmecinin pazara girmesi için altyapı sahibi olması gerekmektedir. Perakende pazardaki birinci kriterde de incelendiği üzere, bu iş modeli ile pazara giriş karşısında çok büyük yapısal ve idari bariyerler bulunmaktadır.

Dolayısıyla ilgili toptan pazarda geçici olmayan ve yüksek giriş bariyerlerinin bulunduğu ve birinci kriterin geçerli olduğu kanaatine varılmıştır.

İkinci Kriter

Bu kriter ile toptan pazarın etkin rekabete doğru ilerleyip ilerlemediği incelenmiştir.

Sonuç

Şu anda KKTC’de ilgili toptan pazarda herhangi bir Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisine toptan hizmetler verilmediği için bu toptan pazarda rekabet bulunmamaktadır. Bu nedenle toptan pazar, mobil şebeke işletmecilerinin kendi perakende kanallarında kullandıkları toptan hizmetlerden (self-supply) ibarettir.

Bu toptan pazarda rekabet oluşması için öncelikle perakende pazara Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecileri giriş yapmalı ve toptan hizmetler satın almalıdır. Bu kapsamda, son yıllarda lisans sahibi bir Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisi toptan hizmet satın almak için şebeke işletmecileri ile ticari görüşmeler yapmış ancak taraflar bir anlaşmaya varamamıştır ve bahsi geçen servis sağlayıcı pazara aktif bir oyuncu olarak girmemiştir. Bu duruma ek olarak perakende pazara başka bir Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisinin girmesine dair bir beklenti de bulunmamaktadır. Bu gelişmeler ve pazar beklentileri toptan pazarda rekabet oluşmayacağıının bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir.

Dolayısıyla ilgili toptan pazarın etkin rekabete doğru ilerlemediği ve ikinci kriterin geçerli olduğu kanaatine varılmıştır.

Üçüncü Kriter

Bu kriterde mevcut rekabet hukukunun ve ardıl rekabet kurallarının toptan pazardaki rekabet sorunlarını çözebilecek yeterlilikte olup olmadığı incelenmiştir.

Sonuç

Önceki 2 kriterde de incelen toptan pazardaki rekabet önündeki engellerin olası ardıl rekabet yaptırımları ile çözülemeyeceği düşünülmektedir. Bununla birlikte ilgili pazarda gerekli görüldüğü durumda uygulanacak olan öncül düzenlemelerin toptan pazarın rekabet sorunlarını çözmede daha etkili olacağı düşünülmektedir.

Bu nedenle ilgili toptan pazarda üçüncü kriterin geçerli olduğu kanaatine varılmıştır.

Üçlü Kriter Testinin Sonucu

3 kriterin de geçerli olması nedeniyle ilgili toptan pazarın öncül düzenlemelere tabi tutulmasının uygun olduğuna karar verilmiştir.

5. Rekabet Analizi

Rekabet analizi adının amacı öncül düzenlemelere tabi tutulmasının uygun olduğu tespit edilmiş pazarlarda etkin piyasa gücüne (EPG) sahip bir mobil operatör veya operatörlerin olup olmadığını belirlemektir.

Mobil Şebekelerde Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı için tanımı yapılmış perakende ve toptan pazarlara üçlü kriter testi uygulanmış ve hem perakende hem toptan pazarın öncül düzenlemelere tabi tutulabileceğine karar verilmiştir. BTHK'nın nihai amacı perakende pazarda etkin rekabeti sağlamaktır. Bu doğrultuda atılacak ilk adım, BTHK'nın ilgili perakende ve toptan pazardaki EPG'ye sahip mobil operatörleri tespit etmesidir. Daha sonrasında, perakende pazardaki rekabet sorunlarını çözmek adına, BTHK öncelikli olarak toptan pazarda tespit edilen EPG'ye yükümlülükler getirmeyi hedeflemektedir. Ancak, toptan pazara getirilecek yükümlülüklerin perakende pazardaki rekabet sorunlarını çözmek için yeterli olmadığı düşünülürse, BTHK perakende pazarda tespit edilmiş EPG'ye de yükümlülükler getirebilir.

5.1. Rekabet Analizi Metodolojisi

Etkin piyasa gücüne sahip oyuncuların tespit edilmesi

Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü'nde EPG'ye sahip oyuncuların tespit edilmesi için Tablo 3'teki unsurların dikkate alınabileceği belirtilmiştir.

Rekabet Analizi İçin Değerlendirilebilecek Unsurlar	
Gelir, abone sayısı ve trafik pazar payları	Ölçek ekonomisi
Kolayca tekrarlanamayan altyapıların kontrolü	Kapsam ekonomisi
Teknolojik avantajlar veya teknolojik üstünlük	Dikey bütünleşme
Dengeleyici alıcı gücünün düşüklüğü veya olmaması	Gelişmiş dağıtım ve satış ağları
Finansal kaynaklara veya sermaye piyasalarına kolay ve ayrıcalıklı erişim imkanı	Potansiyel rekabetin olmaması
Ürün veya hizmet çeşitliliği	Genişleme önündeki engeller

Tablo 3: EPG'ye sahip oyuncuların belirlenmesi için değerlendirilebilecek unsurlar [Kaynak: Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü]

BTHK Tablo 3'teki unsurları aşağıdaki 3 kriter altında konsolide etmiştir ve rekabet analizini bu kriterleri baz alarak gerçekleştirmiştir:

- ▶ Mevcut rekabet
- ▶ Potansiyel rekabet
- ▶ Dengeleyici alıcı gücü

Mevcut rekabet analizi gerçekleştirilirken ilgili pazardaki oyuncu sayısı, pazar payları ve pazar paylarının son yıllardaki değişimi incelenir. Pazardaki oyuncu sayısı mevcut rekabet ortamının anlaşılması için önemli bir göstergedir. Ancak, oyuncu sayısı tek başına mevcut rekabet ortamını açıklamak için yeterli olmayabilir. Bu nedenle her bir oyuncunun pazar payları ve bu pazar paylarının son yıllardaki değişimi de incelenmelidir. Bu göstergelerin analizi sonucunda mevcut rekabet ortamı ve rekabet dinamikleri anlaşılmış olur.

EPG'nin tespit edilebilmesi için mevcut rekabet ortamının analizi tek başına yeterli değildir. Bu nedenle pazardaki **potansiyel rekabet** de dikkate alınmalı ve bu kapsamda ileriye dönük pazar dinamikleri incelenip pazardaki potansiyel rekabet değişiklikleri analiz edilmelidir. Bahsi geçen potansiyel rekabet değişikliklerinin öngörülebilmesi için pazara giriş bariyerleri ve hakim oyuncu haricindeki oyuncuların büyümesinin önündeki engeller incelenmelidir. Bu doğrultuda pazara giriş bariyerlerine ek olarak altyapı yeterliliği, ölçek ekonomisi, dikey entegrasyon, teknolojik imkanlar ve sermaye piyasalarına erişim gibi unsurlar incelenip, hakim oyuncunun bu unsurlar özelinde diğer oyunculara karşı kayda değer bir avantajı olup olmadığı araştırılacaktır.

Analizi yapılacak olan bir diğer kriter olan **dengeleyici alıcı gücü** pazardaki hakim oyuncunun toptan veya perakende düzeyindeki müşterilerinin başka bir oyuncunun hizmetlerine kolaylıkla geçiş yapıp yapamadığını inceler.

Ortak hakimiyetin tespit edilmesi

Bu 3 kriter özellikle bir veya birden fazla oyuncunun EPG'ye sahip olup olmadığını anlamak amacıyla uygulanmaktadır. Ancak, bazı durumlarda EPG'ye sahip bir oyuncu tespit edilmediği halde pazarda ortak hakimiyet durumu da söz konusu olabilir. Ortak hakimiyet genellikle oligopolistik yapıdaki pazarlarda birden fazla oyuncunun pazar fiyatlarını ve dinamiklerini yönetmesidir. *Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü*'nde ortak hakimiyetin tespit edilmesi için incelenebilecek unsurlara da yer verilmiştir. Bu unsurlar Tablo 4'te gösterilmiştir.

Ortak Hakimiyet İçin Değerlendirilebilecek Unsurlar	
Düşük talep esnekliği	Homojen ürün veya hizmetler
Benzer pazar payları	Maliyet yapılarındaki benzerlik
Yüksek yapısal ya da hukuki giriş engelleri	Teknolojik olgunluk ve yenilikçiliğin olmaması
Kolektif olarak anlaşma yapmayı reddeden dikey bütünleşme	Atıl kapasitenin olmaması
Dengeleyici alıcı gücü eksikliği	Haberleşme sağlayıcılar arasındaki resmi veya gayri-resmi bağlantılar
Potansiyel rekabet eksikliği	Ticari davranışlara karşılık verme mekanizmaları ve fiyat paralellikleri
Piyasanın olgunluk seviyesi	Fiyat rekabetinin olmaması veya düşük olması
Talep yönünde durgun veya düşük büyüme	-

Tablo 4: Ortak hakimiyetin belirlenmesi için değerlendirilebilecek unsurlar [Kaynak: Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü]

EPG'nin tespit edilmesi için gerçekleştirilecek analize ek olarak Tablo 4'te belirtilen unsurlar da dikkate alınarak ortak hakimiyetin var olup olmadığı da araştırılacaktır.

Açıklanan bu pazar metodoloji kapsamında hem perakende hem de toptan pazar için rekabet analizi gerçekleştirilecektir.

5.2. Perakende Pazar Rekabet Analizi

Pazar tanımı bölümünde detaylandırıldığı üzere ilgili perakende pazar mobil şebekelere erişim, arama, SMS ve mobil veri hizmetlerini içermektedir.

Etkin piyasa gücüne sahip oyuncuların tespit edilmesi

Rekabet analizi metodolojisi altında da açıklandığı üzere EPG'nin tespit edilmesi için mevcut rekabet, potansiyel rekabet ve dengeleyici alıcı gücü kriterleri incelenecektir.

Mevcut rekabet

Mobil pazardaki gelişmeler bölümünde detaylı olarak incelendiği üzere, dönem sonu aktif abone sayıları (ön ödemeli ve faturalı) özelinde Turkcell'in pazar payının 65% seviyesinde, Telsim'in ise 35% seviyesinde yer aldığı ve son 5 yılda kayda değer bir değişiklik olmadığı gözlenmiştir. Aynı analiz toplam çağrı başlatma (giden çağrı)

dakikaları için gerçekleştirildiğinde ise abone pazar paylarına benzer bir durum ile karşılaşıldığı ve Turkcell'in 65% seviyesinde yer aldığı görülmektedir.

Gelirler özelinde (ön ödemeli, faturalı, mobil genişbant ve M2M gelirleri toplamı) pazar payları incelendiğinde abone sayıları ve toplam dakika kullanımının aksine Turkcell'in pazar payı kaybettiği ve 2020 yılında 53% seviyesine gerilediği görülmektedir. Ancak, mobil operatörlerin BTHK ile paylaştığı mobil gelir verileri konusunda değinilmesi gereken önemli bir husus bulunmaktadır. Her iki mobil operatör de sabit internet pazarında kendi iştirakleri ile faaliyet göstermektedir. İki mobil operatör için de şu anda BTHK tarafından getirilmiş bir hesap ayrımı yükümlülüğü bulunmadığı için, gelirlerin iş kolları arasında dağıtılması farklı metodoloji ve kriterlerle yapılabilir. Bu nedenle, operatörler mobil ve sabit iş kolları arasında gelirlerini dağıtırken birbirlerinden farklı yaklaşım izleyebilmektedirler. Bahsi geçen olası gelir raporlama farklılıkları nedeniyle pazarda rekabetin gelişimini değerlendirirken, abone ve trafik pazar payı gelişiminin, pazardaki talep tercihlerini yansıtmada tarafında daha gerçekçi fikir verdiği düşünülmektedir.

Abone sayıları ve dakika kullanımında, Turkcell'in ilgili perakende pazarda kayda değer biçimde yüksek bir pazar payına sahip olduğu görülmektedir. Son yıllarda bu göstergeler özelinde ciddi bir değişiklik meydana gelmemiştir ve mobil operatörlerin pazar paylarının belirli bir aralığa oturduğu tespit edilmiştir. Bu stabil durum ve pazar payları arasındaki büyük farklılıklar Turkcell'in ilgili perakende pazarda hakimiyetini korumasına imkan vermektedir.

İncelenen göstergeler ve pazar payları doğrultusunda mevcut rekabet ortamına bakıldığında ilgili perakende pazarda Turkcell'in EPG'ye sahip olduğu düşünülmektedir.

Potansiyel rekabet

Yüksek ve geçici olmayan giriş bariyerlerinden dolayı şebeke sahibi bir mobil operatörün perakende pazara giriş yapması beklenmemektedir. Perakende pazara Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerinin girmesinin yasal anlamda önünde bir engel bulunmamasına rağmen KKTC'de herhangi bir Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisi bulunmamaktadır. Daha önce Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) yetkilendirilmesi yapılan işletmecinin şebeke sahibi işletmeciler ile ticari görüşmeleri olmuş ancak başarılı sonuçlanmamıştır. Bu bilgiler doğrultusunda KKTC'de pazara şebeke sahibi bir mobil operatörün veya Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerinin girmesi beklenmemektedir.

Pazara yeni bir oyuncunun girmiyor olmasına ek olarak mevcut operatörlerin teknolojik yeterlilikleri, altyapıları, satış ağları ve sermaye piyasalarına erişimleri

arasında kayda değer bir fark olmaması, perakende pazarda potansiyel bir değişiklik olmayacağını işaret etmektedir.

Potansiyel rekabet kriteri sonucunda perakende pazarın mevcut konumunu koruyacağı, dolayısıyla Turkcell'in perakende pazardaki hakim durumunun değişmeyeceği düşünülmektedir.

Dengeleyici alıcı gücü

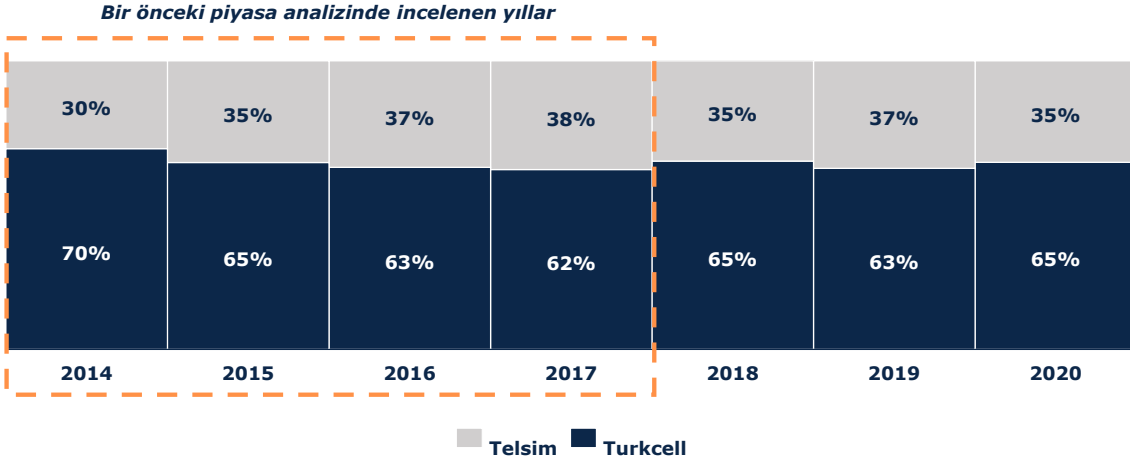
KKTC'deki perakende müşteriler, aboneli oldukları mevcut mobil operatörün fiyat politikası veya hizmet kalitesinden memnun olmadıkları durumda diğer mobil operatörün perakende hizmetlerini satın alabilme imkanına sahiptirler. Bu durumun pazardaki 2 mobil operatörün de piyasa gücünü kötüye kullanmasını engellediği düşünülmektedir.

Ancak, mobil operatörlerin pazar payları arasındaki büyük farklılıklar, Turkcell'in perakende müşterilerinin kayda değer bir kesiminin Telsim'i alternatif olarak görmediğinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Ek olarak pazarda sadece 2 mobil operatörün bulunması ve yeni bir oyuncunun girmesinin beklenmemesi, mevcut perakende müşterilerin, Turkcell ve Telsim'e karşı dengeleyici alıcı gücünün oldukça sınırlı olduğunu işaret etmektedir.

Sonuç

İncelenen 3 kriter sonucunda BTHK perakende pazarda Turkcell'in EPG'ye sahip olduğuna kanaat getirmiştir.

2018 yılında gerçekleştirilen piyasa analizi çalışmasından farklı olarak, perakende pazarda EPG tespit edilmiştir. Şekil 17'de de görülebileceği üzere önceki piyasa analizi sırasında incelenen yıllarda Turkcell'in düzenli olarak pazar payı kaybediyor olması Turkcell'in EPG'ye sahip olmadığına dair önemli bir işaret olarak değerlendirilmiş ve bu nedenle bir önceki piyasa analizinde EPG'ye sahip bir mobil operatör tespit edilmemiştir. Ancak, yine Şekil 17'de görüldüğü üzere 2017 yılından sonra bu trend tersine dönmüş ve Turkcell tekrar pazar payı kazanmaya ve pazar payını korumaya başlamıştır. Bu durum, bir önceki piyasa analizinden farklı bir sonuca ulaşılmasının temel sebebi olarak değerlendirilmektedir.



Şekil 17: Dönem sonu aktif abone sayısının mobil operatörlere göre dağılımı (Yıl: 2014-2020, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

Ortak hakimiyetin tespit edilmesi

BTHK *Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü*'nde yer alan ortak hakimiyetin tespit edilmesi için incelenebilecek unsurları da değerlendirmiştir. Bu kapsamda aşağıda listelenen maddeler perakende pazarda ortak hakimiyetin olabileceğini işaret eder niteliktedir:

- ▶ Pazara şebeke sahibi bir mobil operatörün veya Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerinin girmesinin beklenmiyor olması potansiyel rekabet eksikliği yaratmaktadır ve mevcut operatörler olan Turkcell ve Telsim'e avantaj sağlamaktadır
- ▶ Perakende pazarda Turkcell ve Telsim haricinde bir mobil operatörün bulunmuyor olması bu 2 operatörün aynı anda fiyat değişikliği gerçekleştirmesi durumunda abonelerin üçüncü bir operatöre geçiş yapamıyor oluşu dengeleyici alıcı gücü eksikliğinin olduğunu göstermektedir
- ▶ Turkcell ve Telsim hem ön ödemeli hem de faturalı aboneliklerde birbirlerine benzer fiyat politikaları izlemektedirler

Yukarıda listelenen maddelerin aksine pazarda ortak hakimiyetin olmadığını işaret eden unsurlar da bulunmaktadır. Ortak hakimiyetin olduğu oligopolistik pazarlarda oyuncuların pazar paylarının birbirlerine oldukça yakın olması beklenir. Ancak, abone ve trafik pazar paylarının analizinde de görüldüğü üzere Turkcell'in Telsim'e kıyasla kayda değer biçimde yüksek bir pazar payına sahip olması Telsim'in herhangi bir olası ortak hakimiyetten faydalanmadığına dair önemli bir gösterge olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç

Ortak hakimiyetin varlığının olduğunu işaret eden unsurlara rağmen mobil operatörlerin pazar payları arasındaki büyük farklılıkların mobil operatörlerin ortak hakimiyetten faydalanmadığını gösterdiği düşünülmektedir. Dolayısıyla BTHK ilgili perakende pazarda ortak hakimiyet olmadığına, Turkcell'in tek başına EPG'ye sahip olduğuna kanaat getirmiştir.

5.3. Toptan Pazar Rekabet Analizi

Pazar tanımı bölümünde detaylı belirtildiği üzere ilgili toptan pazar mobil şebeke sahibi işletmecilerin kendi perakende kanallarında kullandığı (self-supply) toptan mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma hizmetleri ve Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerine satılan toptan mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma hizmetlerini içermektedir.

Pazardaki mevcut şebeke işletmecileri olan Turkcell ve Telsim şu anda herhangi bir Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisine toptan hizmet satmamaktadır. Turkcell ve Telsim bu toptan hizmetleri kendi perakende kanallarında (self-supply) kullanmaktadır. Self-supply ilgili toptan pazar tanımına dahil edildiği için perakende pazar verileri ilgili toptan pazarın rekabet analizinde doğrudan kullanılabilir.

Dolayısıyla, perakende pazar için gerçekleştirilen rekabet analizi çıktılarının toptan pazardaki rekabeti de yansıttığı düşünülmektedir. Bu nedenle ilgili perakende pazardaki gibi ilgili toptan pazarda da Turkcell'in EPG'ye sahip olduğuna karar verilmiştir.

6. Yüklölükler

Daha önce de belirtildiği üzere BTHK öncelikle toptan pazardaki EPG'ye sahip mobil operatöre yüklölükler getirerek perakende pazardaki rekabet sorunlarını çözmeyi hedeflemektedir. Ancak, toptan pazardaki yüklölüklerin perakende pazardaki rekabet sorunlarını çözmeye yetersiz olacağı düşünülürse perakende pazara da yüklölükler getirilecektir.

Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü'nde EPG'ye sahip mobil operatörlere getirilebilecek yüklölüklere yer verilmiştir. Aşağıdaki maddeler tüzükte listelenen yüklölükleri özetlemektedir:

- ▶ Şeffaflık
- ▶ Ayrımcılık yapmama
- ▶ Muhasebeyi ayırma
- ▶ Belirli şebekelere erişim ve kullanım
- ▶ Fiyat kontrolü ve maliyet muhasebesi
- ▶ Taşıyıcı seçimi
- ▶ Perakende tarifelerin düzenlenmesi

Bu kapsamda BTHK ilgili toptan ve perakende pazara getireceği yüklölükler ile perakende pazara yeni oyuncuların girmesini teşvik etmeyi ve pazarın etkin rekabete doğru ilerlemesini sağlamayı hedeflemektedir.

Bu bölümde toptan ve perakende pazardaki mevcut yüklölükler incelenmiş ve bu piyasa analizi sonucu getirilecek yüklölükler açıklanmıştır.

6.1. Toptan Pazar Yüklölükleri

Mevcut yüklölükler

Gerçekleştirilen bir önceki piyasa analizinde toptan pazarda bir EPG olmadığına karar verilmiş ve yüklölük getirilmemiştir. Dolayısıyla ilgili toptan pazarda mevcut bir yüklölük bulunmamaktadır.

Getirilecek yükümlülükler

Perakende pazara yeni oyuncuların girmesini teşvik etmek ve perakende pazarın etkin rekabete doğru ilerlemesini sağlamak adına *Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü* kapsamında toptan pazarda EPG'ye sahip mobil operatör olan Turkcell'e aşağıdaki yükümlülüklerin getirilmesine karar verilmiştir:

- ▶ **Şebekelere erişim ve kullanım:** Yetkilendirilmiş herhangi bir Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisinin Turkcell'in mobil şebekelerine erişim talebinde bulunması üzerine Turkcell, mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma toptan hizmetlerini bahsi geçen Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerine sunmak zorundadır. Turkcell, Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisinin mobil şebekelerine erişim talebinin makul olmadığını düşünüyorsa bu durumu ispat etme yükümlülüğündedir.
- ▶ **Maliyet odaklı ücretlendirme:** Turkcell sunacağı bu toptan hizmetlerin ücretlerini sadece net maliyetlerini referans alarak belirlemek zorundadır. *Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü*'nde de belirtildiği üzere net maliyetlerin Uzun Dönem Artan Maliyetler (LRIC) metodolojisi ile hesaplanması beklenir. Turkcell'in sunduğu toptan hizmetlerin ücretleri, herhangi bir perakende hizmet özelinde fiyat sıkıştırması oluşmasına ve toptan hizmetler satın alan Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerinin rekabet edememesine neden olmamalıdır.
- ▶ **Ayrımcılık yapmama:** Turkcell, mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma toptan hizmetlerini, bu hizmetleri talep eden yetkilendirilmiş bütün Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerine, bu işletmeciler arasında ayırım gözetmeden sunmak zorundadır. Ek olarak, Turkcell'in Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerine sunduğu toptan hizmetler ile Turkcell'in kendi perakende kanalında kullandığı toptan hizmetler arasında da bir ayırım bulunmamalıdır.
- ▶ **Şeffaflık:** Turkcell, mobil şebekelere erişim ve çağrı başlatma toptan hizmetlerine ilişkin şart, koşul ve fiyatları web sitesinde yayınlamak zorundadır.

Turkcell, sunduğu toptan hizmetleri satın alan Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerine Hizmet Seviyesi Anlaşmaları (SLA) sunmalı ve bu Hizmet Seviyesi Anlaşmaları, belirtilen hizmet seviyesinin sağlanamaması durumunda, Turkcell'in toptan müşterilerine karşı yerine getirmesi gereken telafi edici şartları içermelidir.

Getirilecek bu yükümlülüklerle ek olarak Turkcell'den toptan hizmet satın almayı talep eden Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecileri ve Turkcell arasında

öz lemeyen uyuşmazlıklar çıkması durumunda veya tarafların ticari anlaşmaya varmalarının önünde engeller olduğu düşünüldüğünde, BTHK tarafından Turkcell'e referans teklif hazırlama yükümlülüğü getirilmesi ilerleyen dönemlerde değerlendirilebilir.

Turkcell'in sunduğu mobil Şebekelere erişim ve ağrı başlatma toptan hizmetlerinin ücretlerinin, bu hizmetleri satın alan Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerinin pazarda rekabet etmesini engelleyecek seviyelerde olduğu veya pazarda fiyat sıkıştırması olduğu düşünülürse, BTHK tarafından Turkcell'e muhasebeyi ayırma, toptan fiyat kontrolü ve maliyet muhasebesi yükümlülükleri getirilmesi, ilerleyen dönemlerde ilgili pazardaki gelişmeler dikkate alınarak değerlendirilebilir.

6.2. Perakende Pazar Yükümlülükleri

Mevcut yükümlülükler

Gerçekleştirilen bir önceki piyasa analizinde perakende pazarda bir EPG olmadığına karar verilmiş ve yükümlülük getirilmemiştir. Dolayısıyla ilgili perakende pazarda mevcut bir yükümlülük bulunmamaktadır.

Getirilecek yükümlülükler

BTHK, ilgili toptan pazara getirilecek olan yükümlülüklerin pazara yeni oyuncuların girmesini teşvik edecek yönde olduğunu ve Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerinin pazara girmesiyle perakende pazarın etkin rekabete doğru ilerleyeceğini öngörmektedir. Dolayısıyla, toptan pazara getirilecek yükümlülüklerin ilgili perakende pazardaki rekabet sorunlarını ozmek için yeterli olacağı kanaatine varılmıştır. Bu nedenle ilgili perakende pazar öncül düzenlemelere tabi tutulmayacaktır ve EPG'ye sahip mobil operatör olan Turkcell'e perakende pazar özelinde bir yükümlülük getirilmesi düşünülmemektedir.

Ek 1. Kısaltmalar

Kısaltma	Açıklama
KKTC	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
BTHK	Bilgi Teknolojileri ve Haberleşme Kurumu
EPG	Etkin piyasa gücü
M2M	Machine-to-machine
OTT	Over-the-top
SSNIP	Small but significant and non-transitory increase in price
SMŞH	Sanal Mobil Şebeke Hizmeti
LRIC	Long run incremental cost
SLA	Service-level agreement

Tablo 5: Kısaltmalar ve açıklamaları [Kaynak: BTHK]