

Mobil Genişbant Erişim Pazarı

Piyasa Analizi

Nihai BTHK Raporu

Yayın Tarihi: 25 Ağustos 2023

Ref: 2023/PA3-V3.0

İçerik

1. Giriş.....	3
2. MOBİL GENİŞBANT ERİŞİM PAZARINDAKİ GELİŞMELER	5
2.1. Pazar Göstergelerinin Gelişimi	5
2.1.1. Aboneler	6
2.1.2. Gelirler	6
2.1.3. Veri kullanımı.....	8
2.2. Pazardaki Rekabetin Gelişimi	8
2.2.1. Aboneler	8
2.2.2. Gelirler	10
2.2.3. Veri kullanımı.....	11
3. PAZAR TANIMI	12
3.1. Pazar Tanımı Metodolojisi	12
3.2. Perakende Pazar Tanımı	13
3.2.1. Ön ödemeli ve faturalı hizmetler.....	14
3.2.2. Bireysel ve kurumsal abonelikler	16
3.2.3. Sabit hizmetler	18
3.2.4. Perakende Pazar tanımının sonuçları	19
3.3. Toptan Pazar Tanımı	19
3.3.1. Toptan Pazar tanımının sonuçları	19
3.4. İlgili Coğrafi Pazar	20
3.4.1. Sonuç	20
4. ÖNCÜL DÜZENLEME GEREKSİNİMİ	21
4.1. Üçlü Kriter Testi Metodolojisi	21
4.2. Perakende Pazara Üçlü Kriter Testinin Uygulanması	21
4.2.1. Birinci Kriter	21
4.2.2. İkinci Kriter	23

4.2.3. Üçüncü Kriter.....	23
4.2.4. Üçlü Kriter Testinin Sonucu.....	24
5. REKABET ANALİZİ.....	25
5.1. Rekabet Analizi Metodolojisi.....	25
5.1.1. Etkin piyasa gücüne sahip oyuncuların tespit edilmesi.....	25
5.1.2. Ortak hakimiyetin tespit edilmesi	26
5.2. Perakende Pazar Rekabet Analizi	27
5.2.1. Etkin piyasa gücüne sahip oyuncuların tespit edilmesi.....	27
5.2.2. Ortak hakimiyetin tespit edilmesi	30
5.3. Toptan Pazar Rekabet Analizi	31
6. YÜKÜMLÜLÜKLER	32
6.1. Toptan Pazar Yükümlülükleri.....	32
6.1.1. Mevcut yükümlülükler.....	32
6.1.2. Getirilecek yükümlülükler	33
6.2. Perakende Pazar Yükümlülükleri.....	33
6.2.1. Mevcut yükümlülükler.....	33
6.2.2. Getirilecek yükümlülükler	33
EK A. KISALTMALAR	34

1. Giriş

Elektronik Haberleşme Yasası ve Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü doğrultusunda, BTHK Mobil Genişbant Erişim Pazarı için piyasa analizi gerçekleştirme kararı almıştır. Bu dökümanın devamında KKTC Mobil Genişbant Erişim Pazarı 'Pazar' olarak kısaltılacak ve kullanılacaktır.

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 Genişbant Erişim 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 Genişbant Erişim Pazarı için 2017¹ ve 2020² yıllarında piyasa analizi gerçekleştirmiş ve bu analizlerde genişbant hizmetleri için perakende pazarını incelemiş ve ilgili toptan satış pazarlarında düzenleme yapılması ihtiyacını tartışmıştır. 2020 pazar analizinde BTHK, bireysel ve kurumsal kullanıcılara yönelik genişbant pazarlarını ayrı ayrı incelemiş ve toptan düzeyde herhangi bir EPG'ye karar vermemiştir. Ayrıca, 2020 pazar analizinde BTHK, mobil ağlar üzerinden geniş bant hizmeti sağlanmasını da dikkate almıştır. Ancak BTHK, söz konusu pazar analizinin zaman çerçevesi içinde 4G ve 5G teknolojilerinin bulunmadığı göz önüne alındığında, bu teknolojilerin piyasa analizi çalışmasına dahil edilmesinin uygun olmayacağı sonucuna varmıştır.

¹ BTHK, "Toptan Genişbant Erişim Pazarı Analizi", 2017; Kaynak:

https://www.bthk.org/Documents/yasa-duzenleme/Toptan%20Geni%25%9fbant%20Eri%25%9fim__Nihai%20Pazar%20Analizi.pdf

² BTHK, "Toptan Genişbant Erişim Pazarı Analizi", 2020; Kaynak:

<https://www.bthk.org/Documents/raporlar/Piyasa%20analizleri%20dosyalar/Geni%25%9fbant%20Eri%25%9fim%20Pazar%25%b1%20Piyasa%20Analizi%20%28V3%29.pdf>

Bu piyasa analizi raporu aşağıda belirtilen temel bölümlerden oluşmaktadır:

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

2. Mobil Genişbant Erişim Pazarındaki Gelişmeler

Bu bölümde KKTC mobil genişbant erişim pazarının geçtiğimiz yıllardaki gelişimi incelenmiştir. Mobil genişbant erişim pazarındaki bu gelişmeler, piyasa analizinin ilerleyen adımları için temel oluşturmaktadır.

KKTC’de mobil genişbant erişim pazarında aşağıda belirtilen servis sağlayıcılar bulunmaktadır:

- ▶ Turkcell
- ▶ Telsim (Vodafone)

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

Mobil Pazar aboneleri, başka mobil hatlar veya sabit hatlar tarafından yurtiçi ve yurtdışı çağrıları alabilir veya aynı hatlara ağrı başlatabilir, SMS gönderip alabilir ve mobil veri hizmetlerini kullanabilir.

Abonelerin bu mobil hizmetleri kullanma konusunda farklı tercihleri olabilse de bu hizmetler mobil operatörler tarafından tek bir servisin parçası olarak sunulmaktadır. Abonelerin mobil hat sahibi olduktan sonra belirtilen hizmetlerden sadece bir veya birkaçını almak gibi bir seçeneği bulunmamaktadır. Mobil aboneler bu hizmetleri kullanmıyor olsalar bile mobil hat sahibi oldukları için bu hizmetleri kullanma imkanına sahiplerdir. 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.

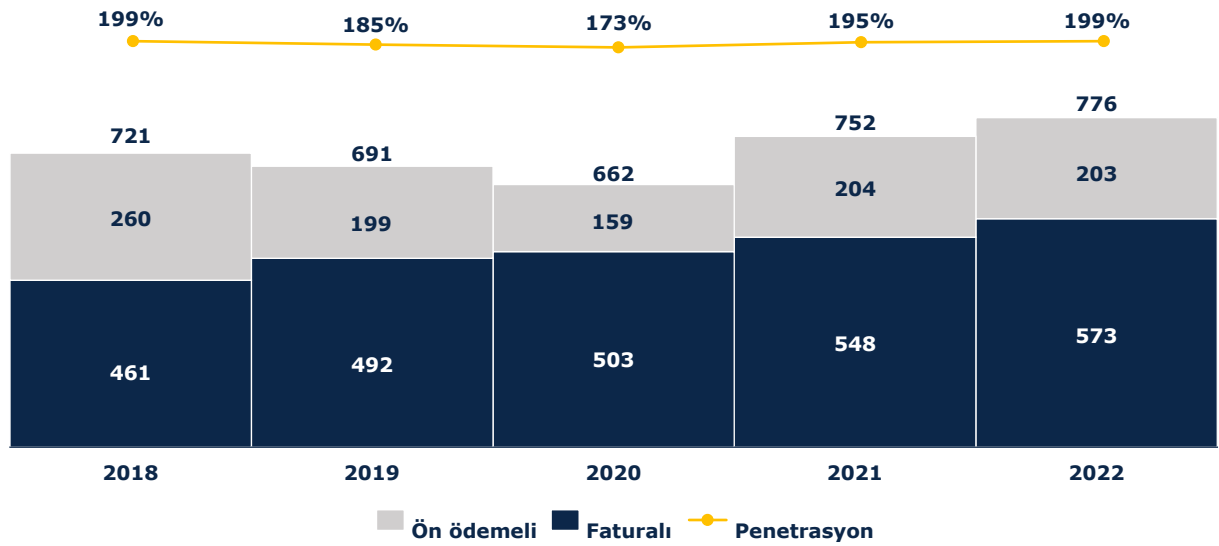
Bu durumdan dolayı, piyasa analizine doğrudan katkısı olduğu düşünülen aşağıdaki Pazar göstergeleri incelenmiş, bu göstergeler özelinde analizler yapılmıştır:

- ▶ Aboneler
- ▶ Gelirler

► Veri kullanımı

2.1.1. Aboneler

KKTC'deki perakende mobil pazarda 2022 yılı sonu itibariyle 776 bin aktif abone bulunmaktadır. Şekil 1'de görülebileceği üzere aktif abone sayısının son 5 yıldaki gelişimi incelendiğinde, 2018-2020 yılları arasında azalış olduğu, 2020 yılından sonra ise toplam aktif abone sayısının artışa geçtiği gözlenmektedir. Bir diğer önemli nokta ise faturalı abone sayısının son 5 yılda hep artması, ön ödemeli abone sayısının ise 2020'ye kadar hızla pay kaybederken devam eden yıllarda tekrardan artış göstermesidir. 2022 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 2020'ye kadar düzenli bir düşüş olduğu, devam eden yıllarda is tekrardan artış olduğu görülmektedir. 2022 yıl sonu itibariyle Pazar penetrasyonu 199% olarak gerçektemiştir. Şekil 1'de penetrasyon seviyelerinin seneler itibariyle değişimi de gösterilmiştir.



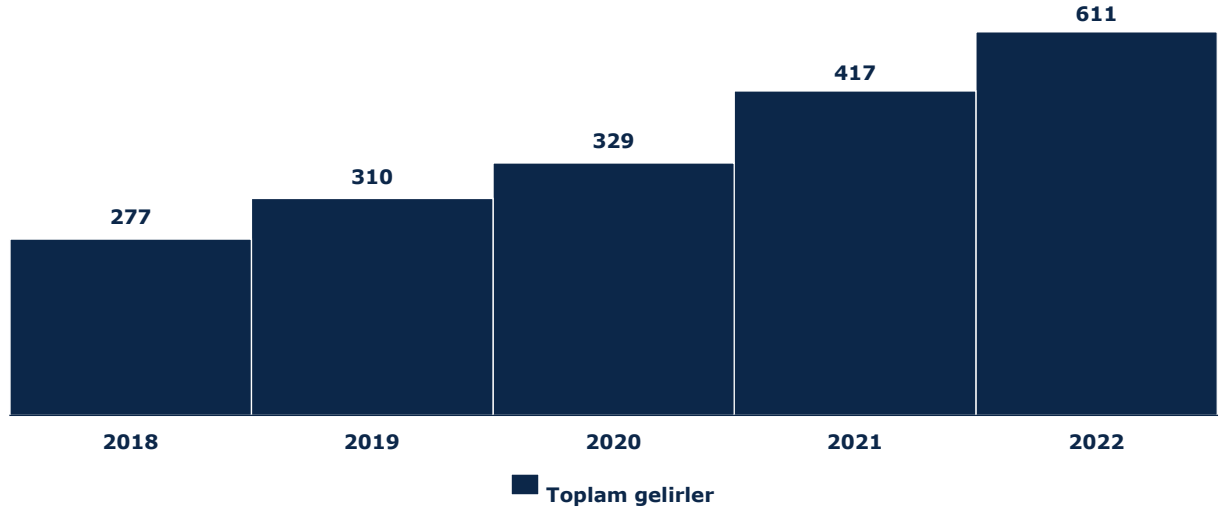
Şekil 1: Dönem sonu aktif abone sayısının ön ödemeli ve faturalı hizmetlere göre dağılımı ve penetrasyon oranları³ (Yıl: 2018-2022, Birim: Bin ve %) [Kaynak: BTHK]

2.1.2. Gelirler

KKTC'deki toplam perakende mobil pazarının gelir olarak büyüklüğü 2022 yıl sonu itibariyle 611 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. Mobil operatörlerin sabit internet pazarında da faaliyet göstermesi ve muhasebeyi ayırma yükümlülüklerinin

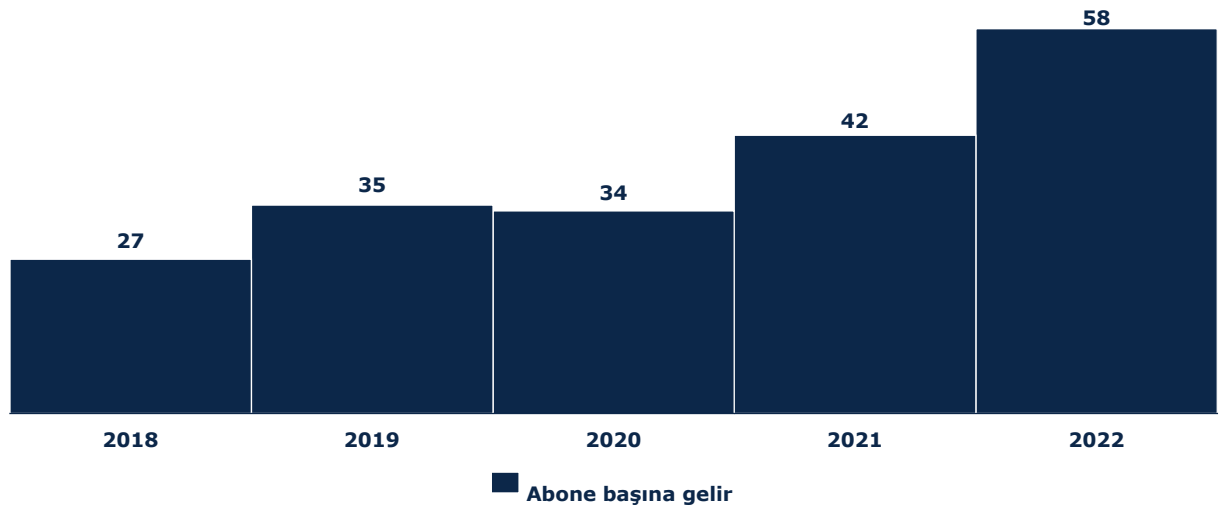
³ Penetrasyon oranları tahmini nüfus verileri kullanılarak hesaplanmıştır

olmaması, mobil pazar ve sabit internet pazarı arasında gelir dağılımlarının farklı yaklaşımlar ile yapılmış olabileceğini işaret edebilir ve dolayısıyla gösterilen veriler mobil pazar gelirlerini birebir yansıtmayabilir. Toplam gelirler aktif abone sayısındaki gidişattan farklı olarak geçen yıllar itibariyle düzenli olarak artış göstermektedir.



Şekil 2: Toplam mobil Pazar gelirleri⁴ (Yıl: 2018-2022, Birim: Milyon TL) [Kaynak: BTHK]

Artan Pazar gelirlerinden farklı olarak 2020’de abone başına düşen gelirden bir azalış olduğu, devam eden yıllarda ise önceki yıllara göre daha hızlı bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Şekil 3’te n ödemeli, faturalı, mobil genişbant ve M2M aboneliklerini de içeren abone başına düşen ortalama gelirlerin son yıllardaki gelişimi gösterilmiştir.

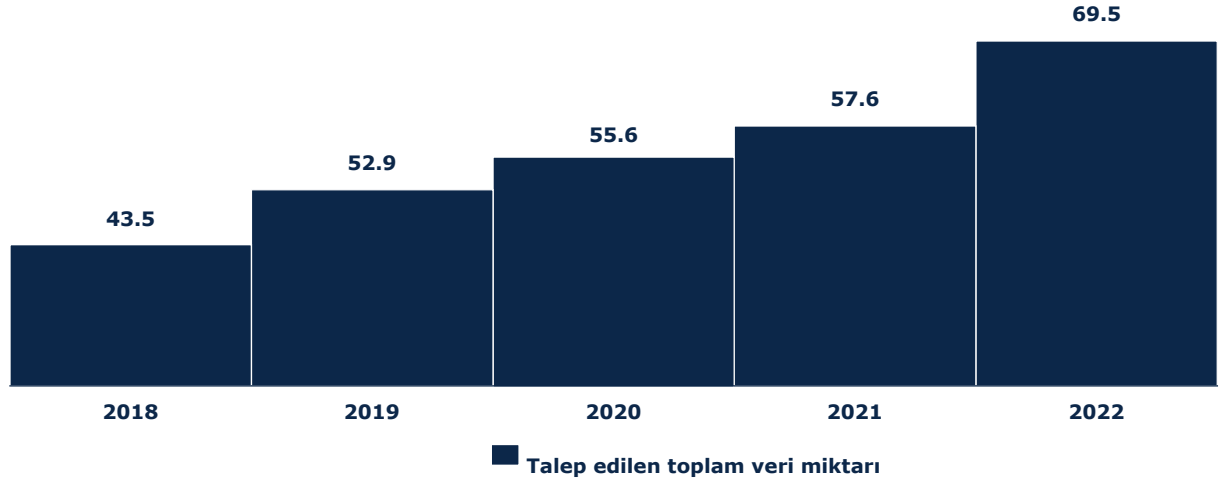


Şekil 3: Abone başına düşen toplam gelir (Yıl: 2018-2022, Birim: TL) [Kaynak: BTHK]

⁴ Mobil operatörlerin sabit internet pazarında da faaliyet göstermesi ve muhasebeyi ayırma yükümlülüklerinin olmaması, mobil pazar ve sabit internet pazarı arasında gelir dağılımlarının farklı yaklaşımlar ile yapılmış olabileceğini işaret edebilir ve dolayısıyla gösterilen veriler mobil pazar gelirlerini birebir yansıtmayabilir

2.1.3. Veri kullanımı

KKTC’de mobil operatör müşterilerince internet üzerinden her iki yönde (indirme ve yükleme) talep edilen toplam veri miktarı 2022 yıl sonu itibariyle 69.5 TB’ye ulaşmıştır. Şekil 4’te belirtilen hacimler, mobil operatörlerin son 5 yılda talep ettikleri toplam internet bant hacimlerini temsil etmektedir. Toplam talep edilen internet hacimleri, geçtiğimiz son 5 yılda düzenli olarak artış göstermekle birlikte, bu artış son yılda hızlanmıştır.



Şekil 4: Mobil operatör müşterilerince internet üzerinden her iki yönde (indirme ve yükleme) kullanılan toplam veri miktarı (Yıl: 2018-2022, Birim: TB) [Kaynak: BTHK]

2.2. Pazardaki Rekabetin Gelişimi

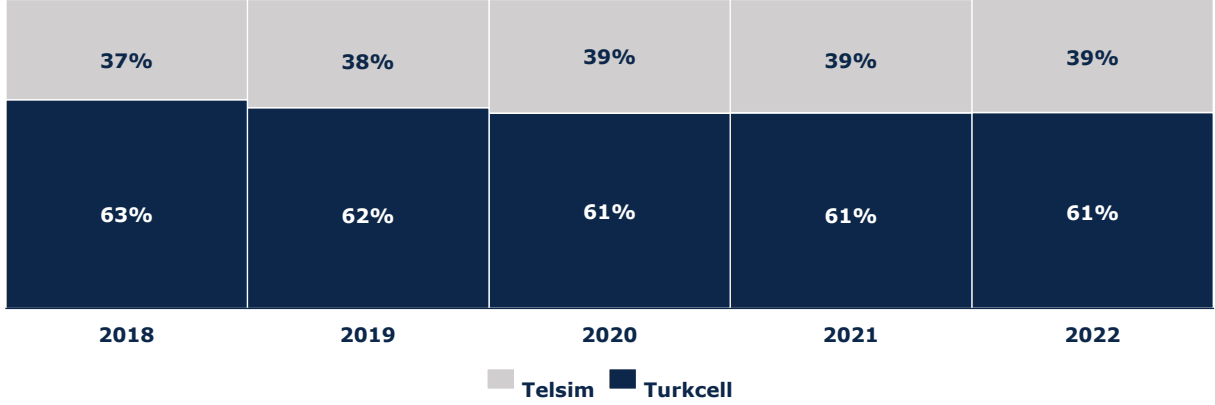
Pazar göstergeleri için gerçekleştirilen analizlerin hepsi her bir mobil servis sağlayıcı bazında da incelenmiştir. Bu kapsamda aşağıdaki göstergelerin servis sağlayıcı bazında yapılan analizleri de bu piyasa analiz raporuna dahil edilmiştir:

- ▶ Aboneler
- ▶ Gelirler
- ▶ Veri kullanımı

2.2.1. Aboneler

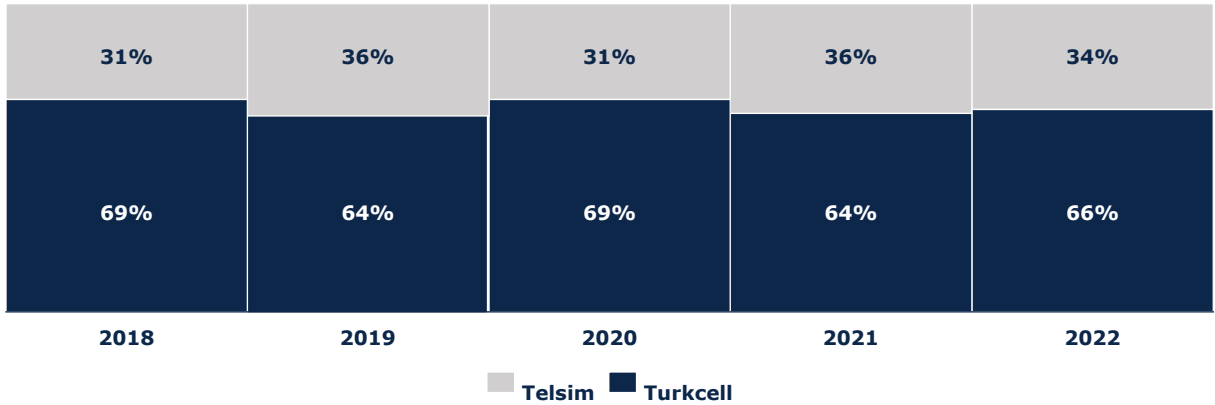
Toplam dönem sonu aktif aboneliklerin (ön ödemeli ve faturalı) Pazar payı analizi yapıldığı durumda Turkcell’in son 5 yılda 60%’in üzerinde Pazar payı bulundurduğu görülmektedir. Şekil 5’te gösterildiği gibi Turkcell abone Pazar payı 2022 yılında %61 seviyesindedir. Abone Pazar payında son 5 yıllık trende bakıldığında 2020’ye kadar Turkcell’in abone

sayısında bir azalış gözlemlenmekteyken devam eden yıllarda küçük dalgalanmalar bulunmaktadır.

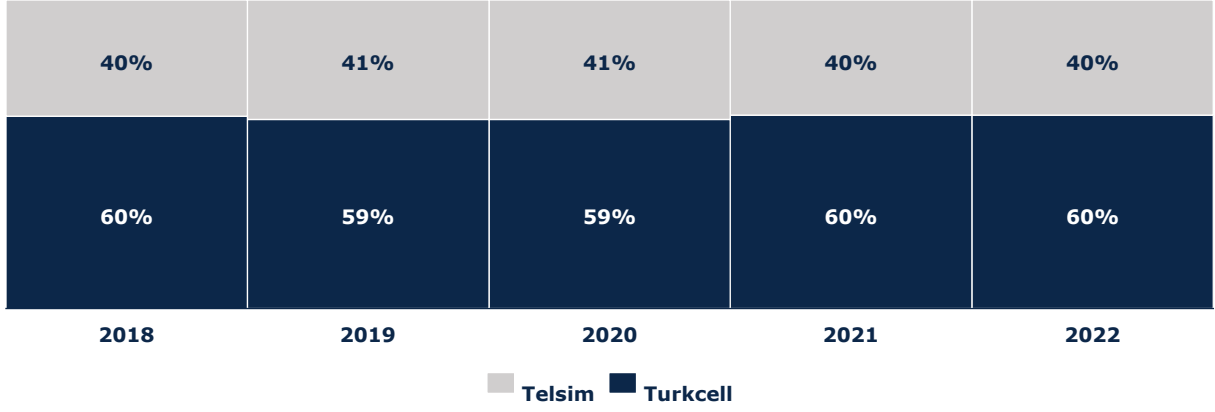


Şekil 5: Dönem sonu aktif abone sayısının mobil operatörlere göre dağılımı (Yıl: 2018-2022, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

Pazar payı analizi ön ödemeli ve faturalı aktif abonelikler için ayrı ayrı gerçekleştirildiğinde, toplam aktif abone Pazar paylarındaki resme benzer bir durumla karşılaşmaktadır. Turkcell hem ön ödemeli hem de faturalı aboneliklerde 60% seviyesinin üzerindeki Pazar payını son 5 yılda korumuştur. Ancak, Turkcell'in ön ödemeli aboneliklerde, faturalı aboneliklere göre daha yüksek Pazar payı olduğu görülmektedir. Şekil 6 ve Şekil 7 ön ödemeli ve faturalı aktif abone Pazar paylarını göstermektedir.



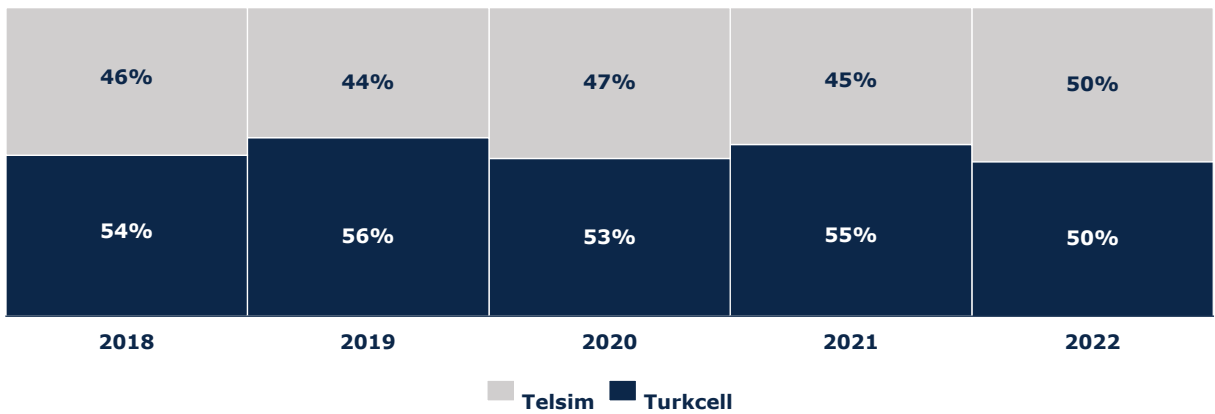
Şekil 6: Dönem sonu ön ödemeli aktif abone sayısının mobil operatörlere göre dağılımı (Yıl: 2018-2022, Birim: %) [Kaynak: BTHK]



Şekil 7: Dönem sonu faturalı aktif abone sayısının mobil operatorelere göre dağılımları (Yıl: 2018-2022, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

2.2.2. Gelirler

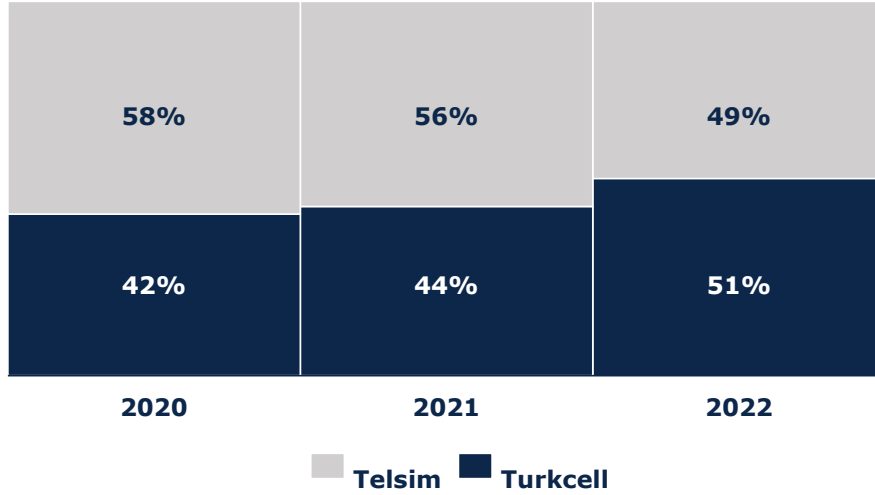
ön ödemeli ve faturalı gelirlere ek olarak mobil genişbant ve M2M gelirlerini de içeren toplam perakende gelirlerde Turkcell'in Pazar payının Telsim'den daha yüksek olmasına rağmen, bir oncedeki bolumde verilen aktif abone bazındaki Pazar paylarına kıyasla iki mobil operatörün gelir bazında Pazar payları birbirine yakındır. 2022 yılında ise bu paylar artık eşitlenme seviyesine gelmiştir. Pazar paylarında son 5 senede dalgalanmaların yaşandığı görülmektedir. Ancak operatörlerin sabit internet pazarında da faaliyet göstermesi ve muhasebeyi ayırma yukumluluklerinin olmaması, mobil ve sabit internet pazarı arasında gelir dağılımlarının farklı yaklaşımlar ile yapılmış olabileceğine işaret edebilir ve dolayısıyla operatörlerin yıllar içerisindeki gelir gelişimlerinin hangi iş kolundan kaynaklandığı net değildir. Şekil 8'de son 5 yıllık değişim gösterilmektedir.



Şekil 8: Toplam perakende gelirlerin mobil operatorelere göre dağılımları (Yıl: 2018-2022, Birim: %) [Kaynak: BTHK]

2.2.3. Veri kullanımı

KKTC’de mobil operatör müşterilerince internet üzerinden her iki yönde (indirme ve yükleme) talep edilen toplam veri miktarının operatör bazındaki dağılımına bakılınca Turkcell’in sahip olduğu abone Pazar payı daha fazla olmasına rağmen, iki operatörün de toplam veri talebinin birbirlerine yakın olduğu ve Turkcell tarafından talep edilen verinin 2022’ye kadar daha az olduğu görölmektedir. Son 3 yıla göre Turkcell, talep edilen veri oranında bir artış göstermektedir. Şekil 9’da son 3 yıllık değişim gösterilmiştir.



Şekil 9: Toplam talep edilen verinin operatör bazında son 3 yıldıaki dağılımı (Yıl: 2018-2022, Birim: %) [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 mobil genişbant erişim pazarının 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 artışı⁵ (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 Genişbant Erişim 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 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.

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

Bu nedenle aşağıdaki ürün ve hizmetler ilgili perakende Pazar'ına dahil edilmiştir:

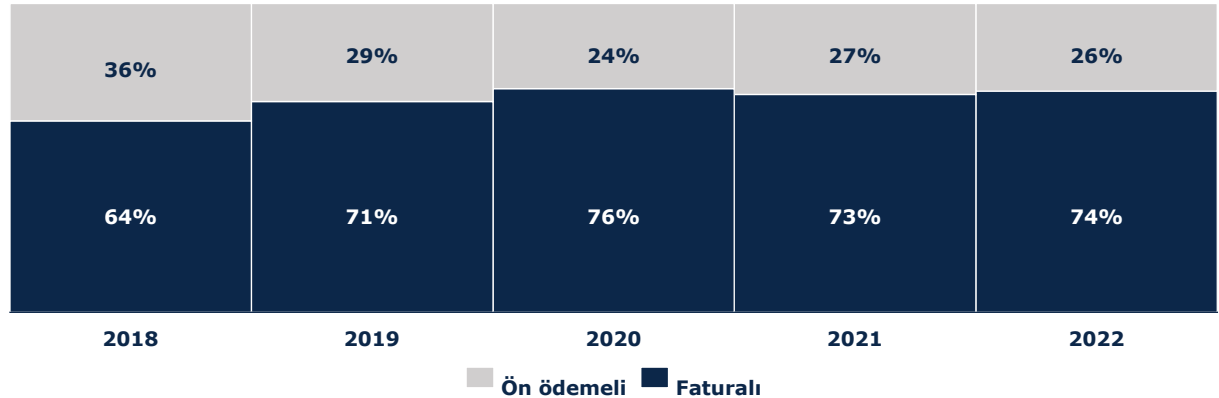
- ▶ Mobil şebekelere erişim
- ▶ Arama
- ▶ SMS
- ▶ Mobil veri

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

3.2.1. 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 10'da gösterildiği gibi KKTC'deki aktif abonelerin ön ödemeli ve faturalı hizmetler tercihleri incelendiğinde, abonelerin çoğunlukla faturalı hizmetlere yöneldiği ve faturalı hizmetlerin ön ödemeli hizmetlerden daha çok tercih edildiği görülmektedir. 2022 yıl sonu itibariyle abonelerin 74%'ü faturalı hatları tercih etmektedir.



Şekil 10: Dönem sonu aktif abone sayısının ön ödemeli ve faturalı hizmetlere göre dağılımı (Yıl: 2018-2022, 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 8GB (Turkcell)	600 DK, 6000 SMS, 8 GB	310 TL	Fırsat 200 (Turkcell)*	200 DK, 2000 SMS, 1 GB	279 TL
Yıldız 5GB (Turkcell)	500 DK, 5000 SMS, 5 GB	270 TL	Yıldız 5GB (Turkcell)*	400 DK, 5000 SMS, 5 GB	249 TL
Databol Small (Telsim)	200 DK, 10000 SMS, 6 GB	229 TL	Red Cool Small (Telsim)	300 DK, 300 SMS, 8 GB	219 TL

Tablo 1: Ön ödemeli ve faturalı paketlerin karşılaştırılması⁶ [Kaynak: Operatörler]

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 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.

⁶ Tablodaki paket içerikleri ve fiyatları 2023 Mayıs ayını temsil etmektedir

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 karşılaşılabileceği 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.

3.2.2. Bireysel ve kurumsal abonelikler

Bireysel aboneliklerden farklı olarak perakende Pazar'da 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 birbirilerine 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
Sen İste 1000DK&10GB (Turkcell)	1000 DK, 10 GB	559 TL	Flex 10GB	1000 DK, 1000 SMS, 10 GB	679 TL
Super Red 10 (Telsim)	1000 DK, 1000 SMS, 10 GB	469 TL	Red Business 1000 (Telsim)	1000 DK, 1000 SMS, 10 GB	589 TL

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

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 geçiş 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.

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.

3.2.3. Sabit hizmetler

Perakende mobil Pazar'da 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 bulunsada 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.

3.2.4. 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.

3.3. Toptan Pazar Tanımı

Perakende mobil genişbant erişim hizmetlerin sunulabilmesi için operatörler mobil genişbant erişim toptan hizmetine ihtiyaç duymaktadır.

Mobil genişbant erişim 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 iki şebeke işletmecisi de toptan hizmetlerini herhangi bir Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisine satmamaktadır. Turkcell ve Telsim de sahip oldukları mobil genişbant erişim toptan hizmetlerini kendi perakende kanallarında kullanmaktadır.

3.3.1. Toptan Pazar tanımının sonuçları

- ▶ Mobil şebeke sahibi işletmecilerin kendi perakende kanallarında kullandığı (self-supply) toptan mobil genişbant erişim hizmetleri ilgili Pazar tanımına dahil edilmiştir.
- ▶ Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerine satılan toptan mobil genişbant erişim hizmetleri ilgili Pazar tanımına dahil edilmiştir.

3.4. İlgili Coğrafi Pazar

Tanımı yapılmış olan perakende ve toptan Pazar'ın coğrafi sınırları belirlenirken ülkedeki bölgesel rekabet farklılıkları göz önünde bulundurulmaktadır. Tanımı yapılmış bu pazarlar için rekabet farklılıklarının bulunmadığı bölgeler aynı coğrafi sınır içerisine dahil edilmiştir.

3.4.1. Sonuç

Mobil Genişbant Erişim 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 Pazar'ın coğrafi sınırlarının tüm KKTC'yi kapsadığına karar verilmiştir.

4. Öncül Düzenleme Gereksinimi

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

4.1. Üçlü Kriter Testi Metodolojisi

Bu kapsamda 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 Pazar'daki rekabet sorunlarını çözmek adına öncelikle ilgili toptan Pazar'a yükümlükler getirmeyi, yeterli olmayacağı düşünülürse ilgili perakende Pazar'a da yükümlülükler getirmeyi değerlendirecektir.

4.2. Perakende Pazara Üçlü Kriter Testinin Uygulanması

4.2.1. Birinci Kriter

Geçici olmayan ve yüksek giriş bariyerleri, ilgili perakende pazara yeni bir servis sağlayıcının 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. Bir pazara giriş engelleri yapısal ya da hukuki olabilmektedir.

Yapısal giriş engelleri, başlangıç maliyetleri veya talep koşullarından kaynaklanan ve pazara girişleri engellemek ya da geciktirmek suretiyle pazarda hizmet sunan mevcut operatör(ler) ile pazara girmeyi planlayan alternatif operatörler arasında asimetrik koşullar yaratan engellerdir. Elektronik haberleşme sektörü gibi maliyet avantajları, ölçek ve kapsam ekonomileri, kapasite kısıtlamaları ve yüksek başlangıç maliyetleri ile tanımlanan pazarlarda, pazara giriş önünde yüksek giriş engellerinin varlığından söz edilebilir. Ayrıca teknik olarak tekrarlanması ekonomik açıdan makul olmayan şebekelerin ya da şebeke bileşenlerinin varlığı durumunda da benzeri giriş engelleri ile karşılaşılabilir. Bir operatörün mobil haberleşme hizmetleri pazarında hizmet sunabilmesi için temel anlamda iki seçeneği bulunmaktadır: Söz konusu operatörün son kullanıcıya erişimi sağlayan, ancak batık maliyet mahiyetindeki yaygın bir altyapı şebekesini kurarak kendi frekans bandına sahip bir mobil operatör olması ya da son kullanıcıya erişim sağlamak için pazarda hizmet sunan mevcut mobil operatörlerden toptan düzeyde hizmet satın alarak bu hizmeti perakende düzeyde sunmak durumunda olan alternatif bir operatör olarak yetkilendirilmesi gerekmektedir. İlk seçenek, yüksek batık maliyetler gerektirmesi nedeniyle çok ciddi bir yapısal engel niteliğindedir. Ancak ikinci seçenek için toptan düzeyde mevcut operatör(ler)den temin edilecek hizmetlerin düzenleyici kurum tarafından düzenlenmiş hizmetler olması durumunda bu engellerin hafifletilmiş olduğu söylenebilecektir. 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, belirtilen ilk seçenek ile Pazar'a yeni bir operatörün girmesi, bariyerlerin yüksek ve geçici olmaması sebebiyle olası görülmemektedir. Diğer taraftan ikinci seçenek olarak belirtilen sanal operatör yöntemi için Pazar'da uygun koşullar mevcuttur.

Hukukî ya da düzenleyici giriş engelleri pazardaki oyuncuların pozisyonlarını doğrudan etkileyen hukuksal, idari ya da diğer devlet yaptırımlarını ifade etmektedir. Örnek olarak ilgili pazarda faaliyet verecek operatör sayısını sınırlayan bir spektrum tahsisi ya da yetkilendirme pazara giriş önünde hukuksal ve idari bir giriş engeli niteliğindedir. Ayrıca 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 Pazar'a girişi karşısında yüksek ve geçici olmayan giriş bariyerleri

bulunmaktadır. Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisi olarak Pazar'a giriş yapmak isteyen operatörlerin karşılaşacağı bariyerler göreceli olarak daha düşük olsa ve Pazar ortamı sanal operatör girişine uygun olsa da mevcut mobil şebeke işletmecileri ile ticari anlaşma yapmaları gerekmektedir ve bu süreç sonucunda tarafların bir ticari anlaşmaya varacaklarının garantisi yoktur. Bu konu İnternet Servis Sağlayıcılarının perakende hizmet olarak 4G genişbant hizmeti (veri kısıtlı) vermesinde de ortaya çıkabilecektir.

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

4.2.2. İkinci Kriter

Pazar'ın kendiliğinden etkin rekabete doğru ilerleyip ilerlemediğini tespit etmek adına ileriye dönük Pazar dinamikleri incelenmiştir.

Sonuç

Bu piyasa analizinin ikinci bölümü olan Mobil Genişbant Erişim Pazarındaki Gelişmeler bölümünde de vurgulandığı gibi, Pazar'da sadece iki mobil operatör bulunmaktadır. Mevcut durumda belirtilen iki operatör olan Turkcell vel Telsim arasında bir rekabet bulunmakla beraber rekabet yapısını değiştirebilecek bir operatörün Pazar'a girmesi karşısında birinci kriterin altında da incelendiği üzere büyük yapısal ve idari bariyerler bulunmaktadır. Güçlü bariyerlere rağmen 4G gibi yeni bir teknolojinin KKTC'de hayata geçirilmesiyle Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisi olarak Pazar'a giriş yapmak isteyen operatörlerin Pazar'a girebilmek için daha kolay bir ortamı olması beklenmektedir. Bu durumun, mevcut durumdaki Pazar rekabetini artırması beklenmektedir.

Bu kapsamda, Pazar'da bulunan iki operatör arasında halihazırda bir rekabet bulunması ve Pazar'daki dinamiklerin değişmesini sağlayacak ve rekabeti artıracak Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisi operatörlerin Pazar'a girmesinin kolaylaşması göz önünde bulundurulduğunda, Mobil Genişbant Erişim Perakende Pazarı'nın daha da etkin bir rekabete doğru ilerlediği sonucuna varılmaktadır.

Dolayısıyla ikinci kriterin geçersiz olduğu kanaatine varılmıştır.

4.2.3. Üçüncü Kriter

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

Sonuç

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

Bu nedenle ilgili perakende Pazar'da üçüncü kriterin geçerli olduğu kanaatine varılmıştır.

4.2.4. Üçlü Kriter Testinin Sonucu

Üç kriterden ikincisinin geçersiz olması nedeniyle ilgili perakende Pazar'ın öncül düzenlemelere tabi tutulmasının uygun olmadığına karar verilmiştir.

Bu durumda toptan Pazar'a bir üçlü kriter testi uygulanmasına gerek yoktur.

5. Rekabet Analizi

Rekabet analizi adımının amacı öncül düzenlemelere tabi tutulmasının uygun olduğu tespit edilmiş pazarlarda etkin piyasa gücüne (EPG) sahip bir servis sağlayıcı olup olmadığını belirlemektir.

Mobil Genişbant Erişim Pazarı için tanımı yapılmış perakende Pazar'a üçlü kriter testi uygulanmış ve perakende Pazar'ın öncül düzenlemelere tabi tutulamayacağına karar verilmiştir. BTHK'nın nihai amacı perakende Pazar'da etkin rekabeti sağlamaktır. Bu doğrultuda atılacak ilk adım, BTHK'nın ilgili perakende ve toptan Pazar'daki EPG'ye sahip mobil operatörleri tespit etmesidir. Daha sonrasında, perakende Pazar'daki rekabet sorunlarını çözmek adına, BTHK öncelikli olarak toptan Pazar'da eğer varsa tespit edilen EPG'ye yükümlülükler getirmeyi hedeflemektedir. Ancak, toptan Pazar'a getirilecek yükümlülüklerin perakende Pazar'daki rekabet sorunlarını çözmek için yeterli olmadığı düşünülürse, BTHK perakende Pazar'da eğer varsa tespit edilmiş EPG'ye de yükümlülükler getirebilir.

5.1. Rekabet Analizi Metodolojisi

5.1.1. 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 anlaşılabilir 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.

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

5.1.2. 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 metodolojisi kapsamında hem perakende hem de toptan Pazar için rekabet analizi gerçekleştirilecektir.

5.2. Perakende Pazar Rekabet Analizi

Pazar tanımı bölümünde sınırları belirlenmiş olan ilgili perakende Pazar için açıklanan metodoloji kapsamında rekabet analizi gerçekleştirilmiştir.

5.2.1. 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 Genişbant Erişim Pazarındaki Gelişmeler bölümünde detaylı olarak incelendiği üzere, dönem sonu aktif abone sayıları (ön ödemeli ve faturalı) özelinde Turkcell'in Pazar payının 61% seviyesinde, Telsim'in ise 39% seviyesinde yer aldığı ve son 5 yılda kayda değer bir değişiklik olmadığı gözlenmiştir. 2 operatörlü Pazar'larda 60%-40% civarı seyreden abone Pazar payları normal olarak değerlendirilmiştir.

Analiz toplam veri kullanımı için gerçekleştirildiğinde ise abone Pazar paylarından farklı bir durum ile karşılaşıldığı, iki operatörün veri kullanımlarının birbirlerine yakın olduğu ve oranların 50% seviyesinde yer aldığı görülmektedir.

Gelirler özelinde (ön ödemeli, faturalı, mobil genişbant ve M2M gelirleri toplamı) Pazar payları incelendiğinde toplam perakende gelirlerde Turkcell'in Pazar payı Telsim'den daha yüksek olmasına rağmen iki mobil operatörün gelir bazında Pazar payları birbirine yakındır. Pazar paylarında son 5 senede hafif dalgalanmaların yaşandığı görülmekteyken Turkcell'in perakende gelirlerde Pazar payının 2022 yılında azaldığını ve 50% seviyesine gerileyerek Telsim ile eşitlenmeye başladığı 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 ayırımı 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.

Pazar paylarına bakıldığında abone sayılarında Turkcell'in ilgili perakende Pazar'da kayda değer biçimde yüksek bir paya sahip olduğu görülmekteyken veri kullanımında ve gelir paylarında iki operatörün payları birbirine yakın seviyelerdedir. Abone sayılarında Turkcell daha fazla paya sahip olsa da veri kullanımı ve gelir dağılımındaki bu durum Pazar'da iki operatör arasındaki rekabetin göstergesidir. Aynı zamanda KKTC'de yakın zamanda 4G'ye geçileceği de göz önünde bulundurulunca yeni teknoloji ile rekabetin artarak devam edeceği öngörülmektedir. Son yıllarda Pazar payı göstergelerinde dalgalanmalar olsa da ciddi bir değişiklik meydana gelmemiştir ve mobil operatörlerin Pazar paylarının belirli bir aralığa oturduğu tespit edilmiştir. Bu durum ve Pazar payları göz önünde bulundurulunca her ne kadar abone sayısı açısından Turkcell'in bir üstünlüğü bulunsa da Pazar'da sadece iki oyuncunun bulunduğu ve bu oyuncuların abonelerinin bu rapora konu hizmet olan mobil genişbant hizmetini birbirine çok yakın hacimlerde tükettiği düşünüldüğünde mevcut Pazar'ın rekabetçi olduğu anlaşılmaktadır.

İncelenen göstergeler ve pazar payları doğrultusunda mevcut rekabet ortamına bakıldığında ilgili perakende Pazar'da EPG'ye sahip bir operatör olduğu düşünülmemektedir.

Potansiyel Rekabet

Yüksek ve geçici olmayan giriş bariyerlerinden dolayı şebeke sahibi bir mobil operatörün perakende Pazar'a bu raporun kapsadığı dönemde giriş yapması beklenmemektedir. Perakende Pazar'a 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. Ancak mevcut durum ve yeni gelecek 4G teknolojisi göz önünde bulundurulduğunda Pazar'a bir Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecisinin girmesi için müsait bir ortam vardır. Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) verecek aday servis sağlayıcıların teknik ve güvenlik altyapılarının yeterli olması koşulunda Pazar'da oyuncu olabilecekleri düşünülmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda KKTC'de Pazar'a şebeke sahibi bir mobil operatörün girmesi daha zor olsa da Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerinin rekabete olumlu etki edecek şekilde girme olasılığı gözlenmektedir.

Pazar'a yeni bir oyuncunun girebilme ihtimaline ek olarak mevcut operatörlerin teknolojik yeterlilikleri, altyapıları, satış ağları ve sermaye piyasalarına erişimleri arasında kayda değer bir fark olmaması, perakende Pazar'da rekabetin devam edeceğini işaret etmektedir.

Bir diğer taraftansa numara taşıma yolu ile aboneler iki operatör arasında numaralarını değiştirmeden değişim yapabilmektedirler. Bu durum, her ne kadar mobil genişbant erişim Pazarı içerisine dahil olmasa da ilerleyen süreçte KKTC'de aktif olacak 4G/5G teknolojisi ile birlikte konu olabilir, ve rekabete etki yaratabilir. İlerleyen süreçte genişbant Pazarında numara taşıma ile operatör değişikliği konusu BTHK tarafından yakından takip edilecektir.

Potansiyel rekabet kriteri sonucunda perakende Pazar'ın mevcut rekabetçi konumunu koruyacağı, dolayısıyla Pazar'da operatörler arası hakim bir durum olmayacağı ve rekabetin yeni teknolojiyle birlikte Pazar'a girebilecek Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecileri ile artarak devam edebileceği öngörülmektedir.

Dengeleyici alıcı gücü

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

Aynı zamanda ilerleyen dönemde Pazar'a girebilecek yeni bir oyuncu ile birlikte mevcut perakende müşterilerin, Turkcell ve Telsim'e karşı dengeleyici alıcı gücünün artacağına işaret etmektedir.

Sonuç

İncelenen 3 kriter sonucunda BTHK perakende Pazar'da bu rapora konu hizmet olan mobil genişbant açısından herhangi bir EPG'ye sahip olan şirket olmadığına kanaat getirmiştir.

5.2.2. 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 Pazar'da ortak hakimiyetin olabileceğini işaret eder niteliktedir:

- ▶ İki operatörün veri kullanımı ve gelir paylarının birbirlerine yakın olduğu görülmektedir.
- ▶ Perakende Pazar'da mevcut durumda Turkcell ve Telsim haricinde bir mobil operatörün bulunmuyor olması, bu iki operatörün aynı anda fiyat değişikliği gerçekleştirilmesi 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 Pazar'da ortak hakimiyetin olmadığını işaret eden unsurlar da bulunmaktadır. Ortak hakimiyetin olduğu oligopolistik pazarlarda oyuncuların pazar paylarının birbirlerine yakın olması beklenir. Ancak, abone 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. Bir diğer taraftan ise Pazar'a Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerinin girmesinin yasal olarak düzenlenmiş ve mümkün olması ileriki dönemde rekabette oluşabilecek azalmalara karşı ek bir koruma olarak değerlendirilebilir.

Öte yandan Pazar'ın geleceği ile çok yakından alakalı olan ve 2022 yılı sonlarında gerçekleştirilmiş 4G frekans ihalesinde de Pazar'daki iki oyuncunun birbirinden bağımsız hareket ettiği ve frekans fiyatlama konusunda farklı argümanlar öne sürmüş olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum da oyuncuların bu raporun kapsadığı dönem boyunca ortak hakimiyete sahip olmadığına işaret etmektedir.

Sonuç

Ortak hakimiyetin varlığının olmadığına işaret eden unsurlar gözlemlendiği için, BTHK, ilgili perakende Pazar'da ortak hakimiyet olmadığına 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 genişbant erişim hizmetleri ve Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecilerine satılan toptan mobil genişbant erişim hizmetlerini içermektedir.

Pazar'daki 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 Pazar'ın rekabet analizinde doğrudan kullanılabilir.

Dolayısıyla, perakende Pazar için gerçekleştirilen rekabet analizi çıktılarının toptan Pazar'daki rekabeti de yansıttığı düşünülmektedir. Bu nedenle ilgili perakende Pazar'daki gibi ilgili toptan Pazar'da da EPG'ye sahip bir operatör olmadığına karar verilmiştir.

6. Yükümlülükler

Daha önce de belirtildiği üzere BTHK öncelikle toptan Pazar'daki EPG'ye sahip servis sağlayıcılara yükümlülükler getirerek perakende Pazar'daki rekabet sorunlarını çözmeyi hedeflemektedir. Ancak, toptan Pazar'daki yükümlülüklerin perakende Pazar'daki rekabet sorunlarını çözmede yetersiz olacağı düşünülürse perakende Pazar'a da yükümlülükler getirilecektir.

Erişim, Ara Bağlantı, Piyasa Analizi ve Tarifeler Tüzüğü'nde EPG'ye sahip servis sağlayıcılarına getirilebilecek yükümlülükler yer verilmiştir. Aşağıdaki maddeler tüzükte listelenen yükümlülükleri 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 Pazar'a getireceği yükümlülükler ile perakende Pazar'a yeni oyuncuların girmesini teşvik etmeyi ve Pazar'ın etkin rekabete doğru ilerlemesini sağlamayı hedeflemektedir.

Bu bölümde toptan ve perakende Pazar'daki mevcut yükümlülükler incelenmiş ve bu piyasa analizi sonucu getirilecek yükümlülükler açıklanmıştır.

6.1. Toptan Pazar Yükümlülükleri

6.1.1. Mevcut yükümlülükler

2020 yılında gerçekleştirilen piyasa analizinde BTHK, mobil ağlar üzerinden geniş bant hizmeti sağlanmasını dikkate almıştır. Ancak BTHK, söz konusu pazar analizinin zaman çerçevesi içinde 4G ve 5G teknolojilerinin bulunmadığı göz önüne alındığında, bu teknolojileri piyasa analizi çalışmasına dahil etmemiştir. Bu durumda toptan Pazar'da bir EPG incelemesi yapılmamış ve yükümlülük getirilmemiştir. Dolayısıyla ilgili toptan Pazar'da mevcut bir yükümlülük bulunmamaktadır.

6.1.2. Getirilecek yükümlülükler

Bu dökümanda yapılan Mobil Genişbant Erişim Piyasa Analizi sonucunda toptan Pazar'da EPG'ye sahip bir mobil operatör olmadığına karar verilmiştir.

6.2. Perakende Pazar Yükümlülükleri

6.2.1. Mevcut yükümlülükler

2020 yılında gerçekleştirilen piyasa analizinde BTHK, mobil ağlar üzerinden geniş bant hizmeti sağlanmasını dikkate almıştır. Ancak BTHK, söz konusu pazar analizinin zaman çerçevesi içinde 4G ve 5G teknolojilerinin bulunmadığı göz önüne alındığında, bu teknolojileri piyasa analizi çalışmasına dahil etmemiştir. Bu durumda perakende Pazar'da bir EPG incelemesi yapılmamış ve yükümlülük getirilmemiştir. Dolayısıyla ilgili perakende Pazar'da mevcut bir yükümlülük bulunmamaktadır.

6.2.2. Getirilecek yükümlülükler

BTHK, ilgili toptan Pazar'ın rekabetçi olduğunu öngörmektedir. Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) işletmecileri de Pazar'a ileriki dönemde giriş yaparsa etkin rekabet artarak devam edecektir. SMŞH girişinin teşviği konusunda bu yeni oyuncuların iş planlarına uygun gerekebilecek ekonomik ve vergisel şartların sektör paydaşları arasında ileriki dönemde tartışılmaya devam edileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla, bu dökümanda yapılan Mobil genişbant erişim piyasa analizi sonucunda perakende Pazar'da EPG'ye sahip bir mobil operatör olmadığına karar verilmiştir. Ancak, operatörlerin 4G teknolojisini peşi sıra hayata geçirmesinin ardından, BTHK'nın, pazardaki rekabeti periyodik olarak takip ederek gerekli durumlarda rekabet ortamını düzenleyici önlemler alması amaçlanmalıdır. Bu kapsamda BTHK, KKTC'deki tüm mobil genişbant erişim sağlayıcılarından, genişbant müşteri sayıları, ilgili trafik hacimleri ve perakende fiyat bilgileri hakkında belirli aralıklarda güncelleme almayı amaçlamalıdır. Böylece, BTHK, Pazar'daki rekabet konumunu daha yakından izleyebilir ve Pazar'ın kısa sürede rekabetsiz hale geleceğini gösteren büyük Pazar değişimleri durumunda, önceden veya sonradan daha hızlı müdahale edebilir. Yine gerekli görülürse Pazar Analizi'ni 2 yıl beklemeden gerçekleştirebilir.

Ek A. 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]