

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2015-2-30 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 16-04/77-33
Karar Tarihi : 10.02.2016

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN, Fevzi ÖZKAN, Dr. Metin ARSLAN,
Doç. Dr. Tahir SARAÇ, Kenan TÜRK

B. RAPORTÖRLER: Neyzar ÜNÜBOL, Selvi KOCABAY, Hatice YAVUZ,
Feyami ÇAĞLAYAN

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : - Gizlilik talebi bulunmaktadır.

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILANLAR : - Türk Telekomünikasyon A.Ş.
Turgut Özal Bulvarı 06103 Aydınlıkevler, Ankara
- TTNET A.Ş.
Esentepe Mahallesi Salih Kozan Sok. Karamancılar İş Merkezi
D Blok No: 16 Şişli, İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Türk Telekomünikasyon A.Ş. ve TTNET A.Ş.'nin toptan ve perakende sabit genişbant internet erişim hizmetleri pazarlarında sahip oldukları hâkim durumlarını düzenledikleri "Toptan İnternet Kampanyası" ve "İnternet Bizden Kampanyası" yoluyla kötüye kullandıkları iddiası.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 17.06.2015 tarihinde giren başvuru üzerine hazırlanan 06.10.2015 tarih ve 2015-2-30/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, 16.10.2015 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve 15-38/623-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca düzenlenen 02.02.2016 tarih ve 2015-2-30/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **G. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle;
- Fiber optik altyapısı bulunan birkaç işletmeci ile kablo altyapısına sahip TÜRKSAT Uydu Haberleşme Kablo TV ve İşletme A.Ş.'nin genişbant internet erişimi pazarında faaliyet gösterdiği, ancak diğer işletmecilere toptan genişbant internet erişim hizmeti sunan tek işletmecinin Türk Telekomünikasyon A.Ş. (Türk Telekom) olduğu, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun (BTK) 2006 yılında Türk Telekom'u genişbant ve ses hizmetlerinin sunumu için bakır kablo ağına paylaşımlı erişimi de içeren toptan ayrıştırılmış erişim piyasasında ve toptan genişbant erişim hizmetlerine ilişkin ilgili piyasada etkin piyasa gücüne (EPG) sahip işletmeci olarak belirlediği, 2010 yılında ise Türk Telekom'un veri akış erişimini içeren toptan genişbant erişim piyasasında EPG'ye sahip işletmeci olduğuna karar verdiği,
 - Rekabet Kurulunun 13-71/992-423 sayılı kararında Türk Telekom'un sabit toptan genişbant internet erişimi hizmetleri pazarında; TTNET A.Ş.'nin (TTNET) ise sabit perakende genişbant internet erişim hizmetleri pazarında hâkim durumda olduğunun tespit edildiği, söz konusu kararda belirtilen hususlarda değişiklik olmadığının ise BTK verilerinden görülebildiği,

- Türk Telekom'un sabit toptan genişbant internet erişim hizmetleri pazarında yıkıcı fiyat uygulamak ve TTNET lehine avantaj sağlamak suretiyle hâkim durumunu kötüye kullandığı, bu çerçevede;
 - Türk Telekom'un hâkim durumda bulunduğu sabit toptan genişbant internet erişim hizmetleri pazarında uyguladığı Toptan İnternet Kampanyası ile Türk Telekom'dan toptan seviyede xDSL Al-Sat ve IP seviyesinde Veri Akış Erişimi (IP VAE) modelleri ile hizmet alan internet servis sağlayıcılarına (İSS) 4 Mbit/sn hızında ve 4 GB kotalı DSL genişbant internet hizmetini 24 ay süreyle ücretsiz sunduğu, söz konusu kampanyanın yeni tesis edilecek aboneliklerde veya tesis adresinde abonelik iptal tarihinin üzerinden 3 ay geçmiş olan aboneliklerde 1 milyon kişi ile sınırlı olacak şekilde uygulandığı, kampanyanın BTK'nın 08.04.2015 tarihli onayı ile yürürlüğe konulduğu,
 - EPG'ye sahip olması dolayısıyla tarifeleri düzenlenen ve tarifelerini maliyet esaslı belirleme yükümlülüğü bulunan Türk Telekom'un, 4GB kotalı 4 Mbit/sn erişim hızlı paketinin kampanya öncesi fiyatının maliyet esaslı belirlenmiş olduğunun karine olarak kabul edilebileceği, Toptan İnternet Kampanyası ile söz konusu paketin ücretsiz olarak sunulmasıyla Türk Telekom'un açıkça maliyet altı satış yaptığı, 1 milyon abonenin sabit genişbant internet erişimi hizmetleri pazarının yaklaşık %11'ine denk geldiği, bu durumun Türk Telekom'un önemli düzeyde feragatte bulunduğunu gösterdiği,
 - Türk Telekom'un bu davranışıyla, altyapı mülkiyeti kendisinde olan ve İSS'lerin Türk Telekom'a bağımlı olduğu, ayrıca ekstra yatırım gerektirmeyen xDSL hizmetlerinin genişbant internet erişimi hizmetleri içinde düşmeye başlayan payını artırmayı ve rakip konumundaki İSS'lerin yatırımlarının hız kazanmış olduğu fiber optik altyapıya dayalı hizmetlerin xDSL karşısında güç kazanmasını önlemeyi amaçladığı,
 - İSS'lerin fiber optik kablo yatırımlarının temel amacının yeni abone kazanımını gerçekleştirerek yatırımların geri dönüşümünü sağlamak olduğu, kampanyayla hedeflenen 1 milyon yeni abonenin xDSL hizmetine çekilmesiyle fiber optik altyapı yatırımı yapan rakiplerin abone kazanımının yavaşlatılarak faaliyetinin zorlaştırılacağı,
 - Türk Telekom'un fiber optik kablo karşısında bakır kablonun pazar kaybını önlemesinin önemli bir kazanç olacağı, Türk Telekom'un hasat elde etmeyi umduğu asıl pazarın ise alt pazar konumundaki sabit perakende genişbant internet erişimi hizmetleri pazarı olduğu,
 - Ayrıca Toptan İnternet Kampanyası ile alt pazarda faaliyet gösteren ve Türk Telekom ile aynı ekonomik bütünlük içerisinde olan TTNET lehine haksız bir avantaj yaratılarak perakende seviyedeki rekabet koşullarının bozulmasının amaçlandığı, Türk Telekom'un reklamlarında Toptan İnternet Kampanyasından bahsedilmediği, TTNET'in İnternet Bizden Kampanyasının reklamlarında ise TTNET ve Türk Telekom logosunun kullanıldığı, reklamlarla Türk Telekom'un perakende seviyede kampanya düzenlediği algısı yaratıldığı, böylece tüketicinin yönlendirildiği,
 - Türk Telekom'un TTNET lehine bilgi asimetrisi yarattığı, TTNET'in Türk Telekom'un kampanyalarından diğer İSS'lerden daha önce haberdar olduğu, Toptan İnternet Kampanyasının BTK tarafından 08.04.2015 tarihinde onaylandığı ve 13.04.2015 tarihinde yürürlüğe girdiği, aradaki 5 günlük sürenin İSS'lerin kampanya hazırlıklarını yapması için çok kısa olduğu, ancak TTNET'in bu sürede

hazırlıklarını tamamlayarak İnternet Bizden Kampanyasını ilan ettiği, toptan seviyedeki kampanyadan faydalanmaya başlayan ilk İSS'nin TTNET olmasının iç etkinlikle açıklanamayacağı,

- Ayrıca, sabit perakende genişbant internet hizmetleri pazarında hâkim durumda olan TTNET'in düzenlediği İnternet Bizden Kampanyası kapsamında yıkıcı fiyat uygulayarak hâkim durumunu kötüye kullandığı, bu çerçevede;
 - TTNET'in İnternet Bizden Kampanyasının bireysel müşterilere yönelik olduğu, kurumsal müşterileri kapsamadığı, kampanya çerçevesinde abonelerden ilk 24 ay için aboneliğin iptal edilmesi halinde cayma bedelinin, Yalın/TTNET alo erişim ücretleri, yalın devre hazırlama ücreti, TTNET Alo bağlantı ve geçiş ücreti ile bağlantı ücreti için verilen indirimlerin tahsil edilmeyeceği, abonenin kampanyadan Türk Telekom bireysel ev telefonu paketleriyle yararlanması durumunda aylık 400 dakikanın ücretsiz verileceği, kampanyadan yalın internet paketleriyle yararlanılması durumunda aylık erişim ücretinin ilk 24 ay boyunca 15 TL yerine 10 TL olacağı ve 8 TL'lik devre hazırlama ücretinin alınmayacağı, kampanyadan TTNET Alo paketleriyle yararlanılması durumunda aylık erişim ücretinin ilk 24 ay boyunca 15 TL yerine 10 TL olacağı, 14 TL tutarındaki bağlantı ücretinin alınmayacağı, sabit telefon aboneliği olan müşterilerin ödediği TTNET Alo'ya geçiş ücretinin 10 TL yerine 5 TL olacağı ve kablosuz ADSL modemin 24 ay taksitle ayda 3 TL'ye sunulacağı,
 - Dolayısıyla İnternet Bizden Kampanyası ile sunulan konuşma dakikası, ücretsiz ev telefonu, kablosuz modem gibi yan faydalarla Toptan İnternet Kampanyası'nın perakende seviyeye yansıtıldığı,
 - Toptan İnternet Kampanyası kapsamında, TTNET'in xDSL ve fiber abone sayısının %10'u, diğer İSS'lerin ise %30'una kadar yeni aboneye satış yapabileceği, bu durum diğer İSS'lere pozitif ayrımcılık yapıldığı şeklinde algılansa da TTNET'in hâlihazırda 6.818.784 abonesi bulunması nedeniyle bu kuralın TTNET lehine sonuç doğurduğu; Türk Telekom'un, internet penetrasyonunu artırma ve diğer İSS'lere pazarın büyümesinden hakkaniyetli pay verme görüntüsü altında aslında TTNET lehine haksız avantaj yarattığı,
 - Abone ömrü kampanya süresi ile paralel biçimde 24 ay olarak alınarak yapılan hesaplamalara göre, TTNET'in modemli yalın ADSL hizmeti haricinde diğer bütün paketlerinde maliyet altı satış yaparak ciddi miktarda zarar ettiği, modemli yalın ADSL hizmetinde ise çok küçük bir kar marjına sahip olduğu,
 - İSS'ler arasındaki rekabetin yeni müşteriler üzerinde gerçekleştiği, xDSL alanında TTNET ile rekabet şansı olmayan rakip İSS'lerin ciddi yatırım maliyetlerine katlanarak fiber yatırımlarını hızlandırmış olduğu, pazarı tek seferde %11 büyütebilecek bir kampanyadan en büyük payın yıkıcı fiyatlama yapan TTNET tarafından alınmasının rakip İSS'lerin yeni abone kazanımını zorlaştırarak pazarı kapatıcı etki yaratabileceği, hem Avrupa Birliği hem de Amerika Birleşik Devletleri'nde muhtemel etkinin ihlal tespiti için yeterli olduğu,
 - TTNET'in, bu kadar yüksek bir zarara katlanarak oluşturduğu talep artışını ve elde ettiği yeni aboneleri kampanya sırasında ve sonrasında ücretli paketlere geçirerek karlılığını artırmasının, yıkıcı fiyat uygulaması sonrasında elde edeceği hasat olacağı,

ifade edilmiştir.

- (4) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 41. maddesi uyarınca Türk Telekom ve TTNET hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı belirtilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Başvuru Konusu Kampanyalar Hakkında Bilgi

I.1.1. Toptan İnternet Kampanyası

- (5) Bu kampanya, xDSL Toptan Al-Sat ve IP Seviyesinde VAE (paket bazlı ücretlendirme yapısı ve port ve transmasyon temelli ücretlendirme yapısı) modellerinde 4 Mbit/sn ve 4 GB kotalı olarak, yeni aboneliklerde ve tesis adresinde abonelik iptali üzerinden en az 3 (üç) ay geçmiş olmak şartıyla, 1 milyon abone sınırlı internet satışını kapsamaktadır. Kampanya, BTK'nın 08.04.2015 tarihli kararı ile onaylanan 13.04.2015-13.07.2015 tarihleri arasındaki birinci dönem; BTK'nın 14.07.2015 tarihli kararı ile 31.08.2015 tarihine kadar uzatılan ikinci dönem olmak üzere Türk Telekom tarafından iki dönem şeklinde uygulanmıştır.

I.1.2. İnternet Bizden Kampanyası ve İşyerim İnternet Bizden Kampanyası

- (6) Türk Telekom tarafından sunulan Toptan İnternet Kampanyası altında perakende pazarda TTNET tarafından; bireysel abonelere yönelik "İnternet Bizden Kampanyası", kurumsal abonelere yönelik "İşyerim İnternet Bizden Kampanyası" olmak üzere kurgu ve kampanya koşulları birbirine benzer olan iki farklı kampanya 23.04.2015-13.07.2015 tarihleri arasında bir dönem olarak düzenlenmiştir. Bahse konu kampanyaların koşulları şu şekildedir:

- Abone, "Akıllı Kota 4 GB" paketinden ilk 24 ay boyunca ücretsiz faydalanabilecektir. Bu sürenin bitiminden itibaren 30 gün içinde kampanyadan ayrılmayan aboneye ilk 24 ayı takip eden 24 ay boyunca Akıllı Kota 4 GB paketinin kampanyalı aylık ücreti olan 16,90 TL uygulanacaktır.
- Akıllı Kota 4 GB paketinde, veri kullanımı 4 GB'a geldiğinde internet kullanımı otomatik olarak durmaktadır. Abone, Akıllı Kota 4GB paketinde, internet hattının bulunduğu yerdeki 4Mbps'e kadar destekleyen hızı kullanabilecek olup, bu hız bağlanılan yere göre değişiklik gösterebilecektir.
- Kampanya kapsamında, internet hizmetinden yalın internet hizmetine veya yalın internet hizmetinden internet hizmetine geçiş yapılması mümkündür. Kampanyadan faydalanabilecek abone sayısı sınırlı tutulmuştur.
- Akıllı Kota 4 GB paketi ile Tivibu Ev, Tivibu Go paketleri aboneliği yapılamayacaktır.
- Kampanyada geçişe açık diğer paketlerde Tivibu Ev ve Tivibu Go servislerinden yararlanılması mümkündür.
- Abone, Akıllı Kota 4 GB paketi ile kampanyaya giriş yapacak olup, kampanya süresince, TTNET tarafından belirlenen paketlere geçiş yapabilecektir. Paket değişikliği yapılması durumunda, Akıllı Kota 4 GB paketine dönüş yapılamamaktadır.
- Abone, kampanya kapsamında, TTNET'ten aldığı internet hizmetinin Türkiye sınırları içerisinde bedeli mukabilinde bir başka yere naklini talep edebilme hakkına sahiptir.

- (7) Dosya mevcudu belgelerde, kampanyalar kapsamında sağlanan faydalar şu şekilde sıralanmıştır:
- Kampanya kapsamında 48 TL olan bağlantı ücreti alınmayacak, talep eden abonelere kablosuz ADSL modem 24 ay taksitle ayda 3 TL'ye sunulacaktır.
 - Paket satış çerçevesinde; kampanyadan Türk Telekom bireysel ev telefonu paketleriyle yararlanılması durumunda aylık ücretsiz olarak 400 dakika verilecektir. 400 dakika, şehir içi ve şehirlerarası Türk Telekom yönlerine yapılan aramalarda geçerlidir. Dakikalar aylık olup, bir sonraki aya devredilemeyecektir. Kampanya kapsamı dışındaki arama yönleri ve hediye dakikaları aşan görüşmeler abonenin kendi tarifesinden ücretlendirilmektedir. Kampanya faydası, internet sahibi olunan 24 ay süresince devam etmektedir. Hattın iptali durumunda kalan hediye dakikalar abone tarafından kullanılamayacaktır.
 - Bireysel abonelere sunulan İnternet Bizden Kampanyası kapsamında abonenin kampanyadan TTNET Alo paketleriyle yararlanması durumunda Aylık Erişim Ücreti ilk 24 aylık indirim süresince vergiler dâhil 15 TL yerine 10 TL olarak belirlenmiştir. 24 aylık indirim süresinin bitimini takiben yürürlükteki TTNET Alo erişim ücreti aylık olarak abonenin faturasına yansıtılacaktır. Söz konusu indirimler TTNET Alo hizmeti aylık erişim/sabit ücretlerini kapsamakta olup, arama dakika ücretlerinde ve abone tarafından seçilen tarifede yer alan diğer ücretlerde herhangi bir indirim söz konusu değildir. Mevcut sabit telefon aboneliği bulunmayan yeni abonelerden bir defaya mahsus alınan vergiler dâhil 14 TL tutarındaki TTNET Alo bağlantı ücreti ilk 24 aylık indirim süresince kampanya kapsamında alınmayacaktır. Mevcut sabit telefon aboneliği olan abonelerden ise bir defaya mahsus alınan vergiler dâhil 10 TL tutarındaki TTNET Alo'ya geçiş ücreti ilk 24 ay kampanya kapsamında 5TL olarak belirlenmiştir.
 - Kampanyadan Yalın internet paketleriyle yararlanılması durumunda Yalın İnternet Aylık Erişim Ücreti ilk 24 ay süresince vergiler dâhil 15 TL yerine 10 TL olarak belirlenmiştir. 24 aylık indirim süresinin bitimini takiben yürürlükteki Yalın İnternet hizmeti erişim ücreti aylık olarak abonenin faturasına yansıtılacaktır. TTNET Yalın İnternet hizmeti başvurularında, sabit telefon hattı ve internet hizmeti aboneliği olmayan yeni abonelerden bir defaya mahsus alınan 8 TL tutarındaki Devre Hazırlama Ücreti ilk 24 ay kampanya kapsamında alınmayacaktır.

I.2. BTK Görüşü

- (8) Yukarıda özetlenen başvurunun elektronik haberleşme sektörüne ilişkin olması sebebiyle 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu'nun 7. maddesinin ikinci fıkrası gereğince BTK'dan talep edilen görüş 07.09.2015 tarihinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Görüşte;
- BTK tarafından, Veri Akış Erişimini de içeren "Toptan Genişbant Erişim Pazarı" ve "Fiziksel Altyapı Şebekesine Erişim Pazarı" adları altında pazar analizleri yapılarak düzenlemeler gerçekleştirildiği, diğer taraftan perakende seviyede genişbant internet hizmetine ilişkin pazar tanımlanmasına gerek görülmediği,
 - Başvuruya konu Toptan İnternet Kampanyası teklifinin Türk Telekom tarafından 07.04.2015 tarihinde onaylanmak üzere BTK'ya iletildiği, İSS'lere ise 01.04.2015 tarihinde e-posta ile kampanyaya ilişkin bilgilendirmede bulunduğu, bazı İSS'lerin kampanyaya yönelik görüş ve önerilerinin BTK'ya ulaştığı, söz konusu görüş ve öneriler dikkate alınarak kampanya teklifinin incelendiği ve kampanyanın ilgili mevzuat çerçevesinde 08.04.2014 tarihli ve 2015/DK-ETD/198 sayılı BTK kararı ile 13.04.2015-13.07.2015 tarihleri arasında uygulanmak üzere onaylandığı, Türk

Telekom tarafından 17.04.2015 tarihinde İSS'lere e-posta yoluyla yapılan bilgilendirmede kampanyanın teknik geliştirmeler nedeniyle 21.04.2015 tarihinden itibaren uygulamaya alınacağı belirtilmiştir, 07.07.2015 tarihinde ise kampanyanın süresinin uzatılması için BTK'ya başvurulduğu, 14.07.2015 tarihli ve 2015/DK-ETD/335 sayılı BTK kararı ile kampanyanın 31.08.2015 tarihine kadar uzatıldığı,

- Söz konusu kampanyanın, xDSL Al-Sat ve IP VAE hizmetleri üzerinden yeni aboneliklerde ve tesis tarihi üzerinden en az 3 ay geçmiş satışlara uygulanmasını ve 4Mbit/sn hız ve 4 GB kotalı internet paketinin 24 ay boyunca sunulmasını içerdiği, abonenin sabit telefon hattı bulunması halinde paketin ücretsiz, sabit telefon hattı olmaması durumunda ise paket bazlı IP VAE modeli için vergiler hariç aylık 7,11 TL, port/transmisyon bazlı IP VAE modeli için vergiler hariç aylık 3,64 TL yalın DSL ücreti karşılığında sunulduğu, bunun dışında abonelere aylık ücret ve kota aşım ücreti faturalandırılmadığı,
- Kampanyanın onaylanması sürecinde BTK tarafından;
 - 4 Mbit/sn hızında ve 4 GB kotalı internet paketinin, mevcut abonelerin sıklıkla tercih ettiği internet paketlerine alternatif bir ürün olmayıp tüketicilerin temel seviyede internete erişebilecekleri çok düşük hız ve kota içeren bir paket olması,
 - Söz konusu paketin internet aboneliği olmayan kullanıcılara internet ile tanışma imkanı sağlaması,
 - Ayrıca genişbant internet penetrasyonunun artması ve internet kullanımının yaygınlaşmasına olumlu katkıda bulunması, internet okur yazarlığının gelişmesinde ve bölgeler arası sayısal uçurumun giderilmesinde faydalı olması,
 - Tüketicilerin makul fiyatlarla elektronik haberleşme, şebeke, altyapı ve hizmetlerinden yararlanmasının sağlanması

hususlarının dikkate alındığı,

- Fiber internet teknolojisi ile sunulan internet paketlerinin hızının en az 25 Mbit/sn ve kotasının 25 GB olduğu, DSL abonelerinin aylık ortalama veri kullanım miktarının yaklaşık 40 GB seviyesinde gerçekleştiği, kampanya kapsamında sunulan 4 Mbit/sn hızlı ve 4 GB kotalı paketin yüksek hızlı internet tercih eden abonelere hitap etmeyeceği, bu nedenle kampanyanın yüksek hızlı internet teknolojilerine yatırım yapan İSS'lerin yeni abone kazanımlarını engelleyici nitelik arz etmediğinin değerlendirildiği,
- Toptan İnternet Kampanyasından en fazla 1 milyon abonenin faydalanabileceği, kampanya yürürlüğe girdiği tarihte Türk Telekom altyapısı üzerinden Al-Sat veya IP VAE yöntemiyle hizmet sunulan DSL ve fiber abone sayısı dikkate alındığında TTNET'in söz konusu sayının %10'u kadar aboneye, diğer İSS'lerin ise %30'u kadar aboneye satış yapabileceği şartlarının belirlendiği, 2015 Temmuz ayı sonu itibarıyla kampanyadan toplam 25 bin abonenin faydalandığı (TTNET (.....), Turknet İletişim Hizmetleri A.Ş. (TurkNet) (.....), Millenicom (.....), diğerleri (.....)), bu çerçevede TTNET dışındaki İSS'lerin kampanya kapsamında satış yapmaları önünde engel bulunmadığı, 31.08.2015 tarihine kadar uygulanması öngörülen kampanya kapsamında Temmuz ayı sonu itibarıyla ulaşılan 25 bin abonenin belirlenen kotanın %3'üne dahi denk gelmediği, bu kadar düşük abone sayısının İSS'lerce elde edilecek yüksek hızlı internet aboneliklerini olumsuz etkilemesinin mümkün olmadığı düşünüldüğü

ifade edilmiştir.

I.3. İlgili Pazar

I.3.1. İlgili Ürün Pazarı¹

- (9) Genişbant internet erişimi için kullanılan teknolojileri ikiye ayırmak mümkündür. İlk genişbant erişim türü 'sabit genişbant' olup, bakır kablo ağı üzerinden sunulan hizmetler, kablo TV şebekesi üzerinden sunulan hizmetler ile fiber erişim hizmetleri bu kapsamda yer almaktadır. Genişbant erişimin bir diğer türü ise mobil şebekeler üzerinden erişimdir. BTK tarafından mobil genişbant erişimi, "3G veya daha üstündeki mobil standartları kullanan internet erişimi" olarak tanımlanmaktadır.
- (10) Sabit genişbant internet abonelerinin önemli bir çoğunluğu Türk Telekom'un sahip olduğu bakır kablo ağı altyapısı üzerinden (xDSL teknolojisi ile) hizmet almaktadır. Türkiye'de sabit genişbant internet erişim hizmetleri Türk Telekom tarafından 2000'li yılların başından itibaren sağlanmaya başlamıştır. 2003 yılında sadece 18.604 abone genişbant internet hizmeti almaktayken, bu sayı 2015 yılı üçüncü çeyreği itibarıyla 46 milyonu aşmıştır². 2015 yılı üçüncü çeyreğinde sabit genişbant abonelerinin yaklaşık %75'inin xDSL teknolojisini kullandığı görülmektedir³.
- (11) Kablo TV altyapısı üzerinden sağlanan internet hizmetleri de sabit genişbant alanında uzun zamandır var olan bir teknolojidir. Bu altyapı üzerinden hizmet alan abone sayısı, 2015 üçüncü çeyrek verilerine göre yıllık %15,7'lik bir artışla yaklaşık 600 bine yaklaşmıştır.
- (12) Sabit genişbant alanında son dönemde yaygınlık kazanan bir diğer erişim biçimi; abonelere yüksek bant genişliklerinde erişim imkânı sağlayan fiber erişim teknolojisidir. İşletmecilerin fiber altyapısına olan yatırımlarının arttığı görülmektedir. DSL teknolojisinin aksine hâlihazırda BTK'nın fiber erişim altyapısına ilişkin herhangi bir tarife düzenlemesi bulunmamaktadır⁴. 2015 yılı üçüncü çeyrekte xDSL abone sayısı 6,9 milyonu, fiber abone sayısı ise 1,6 milyonu bulmuştur. Öte yandan 2015 yılı üçüncü çeyreği itibarıyla alternatif işletmecilerin toplam fiber uzunluğu 55.393 km, Türk Telekom'un ise 205.944 km fiber altyapısı ile üç milyon haneye fiber internet hizmeti verilebilecek altyapı kurulmuş durumdadır.
- (13) Genişbant erişimin diğer türü olan mobil genişbant erişim ise Türkiye'de Ağustos 2009 tarihinde 3. nesil telekomünikasyon hizmetlerinin (3G) devreye girmesi ile mobil telekomünikasyon operatörleri Avea, Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. ve Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. (Vodafone) aracılığıyla sunulmaya başlamıştır.

¹ Pazar tespitinde, Türk Telekom ile aynı ekonomik bütünlükte bulunan TNET'in, perakende genişbant internet erişim hizmetleri piyasasında uyguladığı fiyatlandırma politikasıyla fiyat sıkıştırmasına yol açtığı iddiasının incelendiği 19.12.2013 tarihli ve 13-71/992-423 sayılı Kurul kararında yer verilen değerlendirme ve tespitlerden faydalanılmıştır. Söz konusu karar, Ankara 8. İdare Mahkemesinin 09.06.2015 tarihli ve 2014/1793 E. 2015/965 K. sayılı kararı ile iptal edilmiştir. Ancak, bahse konu iptal kararında ilgili pazara ilişkin değerlendirme veya itiraz bulunmamaktadır.

² Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü Üç Aylık Pazar Verileri Raporu, BTK, 2015 Yılı 3. Çeyrek.

³ Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü Üç Aylık Pazar Verileri Raporu, BTK, 2015 Yılı 3. Çeyrek.

⁴ BTK, 03.10.2011 tarihli ve 2011/DK-10/511 sayılı 'Fibere Erişim' konulu kararı ile beş yıl boyunca veya fiber internet abonelerinin sabit genişbant internet aboneleri içerisindeki payı %25'e ulaşana dek fibere erişim hizmetlerinin pazar analizi sürecine dâhil edilmemesine karar vermiştir. Bu şekilde fiber toptan (VAE/Al-Sat) tarifelerin söz konusu süre boyunca Kuruma bildirilmesi yeterli görülmüştür.

- (14) Pazara ilişkin genel açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, internet hizmetinin sağlanabilmesi için nihaî tüketicilere yönelik bir perakende pazar ile tüketicilere söz konusu hizmeti sağlayan teşebbüslere altyapı hizmetinin sağlandığı bir toptan pazar ayırımına gidilmesi gerekmektedir. Bu açıdan genişbant pazarı; alıcının son kullanıcılara sunduğu hizmete yönelik alt pazar olan “perakende genişbant hizmetleri” ile yerleşik işletmeciden temin edilen hizmete yönelik üst pazar olan “toptan genişbant hizmetleri” olmak üzere iki aşamalı olarak incelenmiştir.
- (15) Dosya konusu kampanyalarla benzer içerikli kampanyaların da incelendiği 19.12.2013 tarihli ve 13-71/992-423 sayılı Rekabet Kurulu kararında perakende pazara ilişkin değerlendirmede altyapı, yatırım gereksinimi, teknoloji, veri kapasitesinin paylaşılması, kullanıcı kitlesi ve alışkanlıkları, tüketilen veri miktarı, sunulan bağlantı hızı, hizmet/bağlantı kalitesi ve fiyat gibi unsurlar özellikle göz önünde bulundurulmuş ve mobil internet erişim hizmetleri dâhil edilmeyerek perakende seviye için ilgili ürün pazarı “sabit genişbant internet erişim hizmetleri” olarak belirlenmiştir.
- (16) Söz konusu Kurul kararından bugüne kadar ilgili pazarın belirlenmesinde dikkate alınan hususlarda değerlendirmeyi değiştirecek bir gelişme olmadığı dikkate alındığında, mevcut dosya bakımından perakende seviyede ilgili ürün pazarı xDSL, kablo ve fiber teknolojilerini içerecek şekilde “perakende sabit genişbant internet erişim hizmetleri” olarak tanımlanmıştır. Öte yandan, İSS’lerin perakende seviyede internet erişim hizmeti sunabilmesi için ya kendi altyapılarına sahip olması ya da böyle bir altyapıya erişebiliyor olması gerekmektedir. Toptan seviyede yapılacak pazar tanımı bakımından da 19.12.2013 tarihli ve 13-71/992-423 sayılı karar göz önünde bulundurularak ilgili ürün pazarı “toptan sabit genişbant internet erişim hizmetleri” olarak tanımlanmıştır.

I.3.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (17) Söz konusu hizmetlerin herhangi bir coğrafi kısıt olmadan ülke genelinde sunuluyor olması ve söz konusu hizmetler bakımından rekabet şartlarının ülke çapında homojen olması nedeniyle ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

I.4. Değerlendirme

I.4.1. Türk Telekom’un Toptan Sabit Genişbant İnternet Erişim Hizmetleri Pazarındaki Konumunun Değerlendirilmesi

- (18) İlk olarak, bir teşebbüsün hâkim durumda olup olmadığının tespitinde en önemli gösterge olan pazar payına bakıldığında, 2015 yılı üçüncü çeyrek itibarıyla sabit genişbant internet abonelerinin %75’inin Türk Telekom’un sahip olduğu bakır kablo ağı altyapısı üzerinden (xDSL teknolojisi ile), yaklaşık %7,8’inin Türk Telekom’un fiber optik altyapısı üzerinden hizmet almakta olduğu görülmektedir⁵. Dolayısıyla, Türk Telekom’un sabit genişbant internet aboneleri içerisindeki payı yaklaşık %83’tür. Buna karşılık kablo internet abonelerinin %6,5, diğer işletmecilere ait fiber optik altyapı üzerinden sunulan internet abonelerinin %9,5’luk pazar payına sahip olduğu değerlendirildiğinde, Türk Telekom’un pazar payının toptan pazarda yüksek olduğu görülmektedir.

⁵ Veriler, BTK’nın 2015 yılı 3. Çeyrek Pazar Verileri Raporu ve Türk Telekom internet sitesinde yer alan yatırımcı ilişkileri bilgilerinden yararlanarak hesaplanmıştır. <http://www.ttyatirimciiliskileri.com.tr/tr/default.aspx> (son erişim tarihi, 30.01.2016)

- (19) Genel olarak erişim şebekelerine yapılacak yatırımların yüksek ve batık maliyet niteliğinde olduğu ve bu şebekelerde genellikle yüksek seviyeli ölçek ve kapsam ekonomilerinin var olduğu, ayrıca sabit genişbant internet erişiminde bakır kablo ağına en yakın rakip olan fiber optik altyapısının yaklaşık %80'nin Türk Telekom'a ait olduğu dikkate alındığında; Türk Telekom'un toptan seviyedeki gücünün kısa vadede değişmesinin mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.
- (20) Bu bilgiler ışığında, yasal ve idari engeller, batık maliyetler, ölçek ve kapsam ekonomileri ile şebeke etkileri gibi pazar özelliklerinin toptan seviyede sabit internet erişim hizmetleri pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin büyümesinin ya da pazara yeni teşebbüslerin girmesinin önünde engel yarattığını söylemek mümkündür.
- (21) Hâkim durum değerlendirmesinde dikkate alınan bir diğer husus ise alıcıların gücüdür. Kurul'un 19.12.2013 tarihli ve 13-71/992-423 sayılı kararında; D-Smart'ın sunduğu internet hizmetlerinin tamamında Türk Telekom'un altyapısını, TurkNet'in ve Superonline İletişim Hiz. A.Ş.'nin (Superonline) kendi fiber altyapılarını ve Türk Telekom'un altyapısını, Vodafone Net İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin (VodafoneNet) ise büyük ölçüde Türk Telekom altyapısını kullandıkları ifade edilmektedir. Dolayısıyla xDSL hizmeti sunan İSS'lerin büyük ölçüde Türk Telekom altyapısını kullandığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, Türk Telekom ile aynı ekonomik bütünlük içerisinde bulunan TTNET dışındaki İSS'lerin pazar paylarının düşük olması ve toptan seviyede İSS'lere internet hizmeti sunan alternatif bir sağlayıcının bulunmaması, İSS'lerin kısa vadede kendi altyapılarını oluşturmalarının önünde engellerin bulunması toptan seviyede alıcı konumunda bulunan İSS'lerin alıcı gücünün oldukça düşük seviyede olduğunu göstermektedir.
- (22) Yukarıda aktarılan bilgiler ışığında, yüksek pazar payına sahip olan Türk Telekom'un, büyüme ve giriş engellerinin yüksek olduğu ve alıcı gücünün düşük olduğu toptan sabit genişbant internet erişim hizmetleri pazarında hâkim durumda olabileceği değerlendirilmektedir.

1.4.2. TTNET'in Perakende Sabit Genişbant İnternet Erişim Hizmetleri Pazarındaki Konumunun Değerlendirilmesi

- (23) Alt pazar niteliğinde olan sabit perakende genişbant internet erişimi hizmetleri bakımından yapılan hâkim durum analizinde ilk olarak, TTNET'in, Superonline'ın ve VodafoneNet'in perakende düzeyde sundukları xDSL ve fiber internet hizmetleri bakımından 2015 yılı için aylık ortalama abone sayıları incelenmiştir. Buna göre, TTNET'in 2015 yılı aylık ortalama abone sayısı (xDSL ve fiber) toplam aylık ortalama abone sayısının⁶ %(.....)'ine tekabül etmektedir. TTNET'i %(.....) oranındaki pazar payı ile Superonline takip etmektedir. VodafoneNet'in pazar payı ise %(.....) düzeyindedir. Söz konusu pazar paylarının, TTNET'in perakende sabit genişbant internet hizmetlerinde hâkim durumda bulunduğu işaret ettiği değerlendirilmektedir.
- (24) Bir işletmecinin perakende seviyede internet hizmeti sunabilmesi için öncelikle BTK tarafından yetkilendirilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra, mevcut işletmecilerin dikey bütünleşik yapıya, güçlü ve ortak bir dağıtım ağına ve geniş bir ürün portföyüne, yüksek marka bilinirliğine, finansal ve ekonomik güce sahip olmasının da piyasadaki teşebbüslerin büyümesi veya piyasaya giriş engeli oluşturmasının muhtemel olacağı değerlendirilmektedir. Dolayısıyla perakende seviyede, toptan seviyedeki pazara kıyasla daha düşük de olsa, giriş engellerinin bulunduğunu söylemek mümkündür.

⁶ TTNET, Superonline ve VodafoneNet'in toplam abone sayısı.

- (25) Yukarıda aktarılanlar ışığında, sabit perakende genişbant internet hizmetleri pazarında TTNET'in yüksek ve rakipleriyle orantısız pazar payı, piyasaya giriş engellerinin bulunması ve düşük alıcı gücünün varlığı dikkate alındığında, önceki Kurul kararlarıyla⁷ örtüşür şekilde TTNET'in perakende sabit genişbant internet hizmetleri pazarında hâkim durumda olabileceği değerlendirilmektedir.

1.4.3. 4054 Sayılı Kanun'un 6. Maddesi Çerçevesinde Yapılan Değerlendirme

- (26) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ilk fıkrasında, *"Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hakim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması"* yasaklanmakta ve maddenin ikinci fıkrasında da beş bent halinde örnek niteliğinde kötüye kullanma halleri sayılmaktadır.
- (27) Belli şartlar altında, hâkim durumdaki teşebbüslerin yıkıcı fiyatlama uygulaması da 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında yasaklanan eylemlerdendir. Hakim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz'da (Kılavuz) yıkıcı fiyat, *"hâkim durumdaki bir teşebbüsün pazar gücünü korumak veya artırmak üzere mevcut veya potansiyel rakiplerinden birini veya daha fazlasını piyasa dışına çıkarmak, disipline etmek ya da diğer biçimlerle rakibin rekabetçi davranışını engellemek için kısa vadede maliyetinin altında satış fiyatı belirleyerek zarar etmeyi göze aldığı (feragatte bulunduğu) rekabet karşıtı bir fiyatlama stratejisi"* şeklinde tanımlanmaktadır. Yıkıcı fiyat uygulamasında, her ne kadar kısa dönemde tüketiciler düşük fiyatlardan faydalansa da, rekabetin kısıtlanması orta veya uzun dönemde yüksek fiyatlar, düşük kalite ve tüketici tercihlerinin azalması gibi istenmeyen sonuçlar doğurabilmektedir.
- (28) Hâkim durumdaki teşebbüsün incelenen davranışı açısından uyguladığı fiyat ile katlandığı maliyetinin karşılaştırıldığı yıkıcı fiyat analizinin ilk aşamasını hâkim durumdaki teşebbüsün fiyatlama davranışı ile kısa dönemde feragatte bulunup bulunmadığının değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, incelenen davranış sonucunda eşit etkinlikteki bir rakibe piyasanın kapanmasının muhtemel olup olmadığının araştırılması da gerekmektedir. Rekabet karşıtı piyasa kapama Kılavuz'da, hâkim durumdaki teşebbüsün davranışları sonucunda, tüketicilerin zararına olacak şekilde mevcut ya da potansiyel rakiplerin arz kaynaklarına veya pazarlara ulaşımının zorlaştırılması ya da engellenmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Kılavuz'da rekabet karşıtı piyasa kapamanın oluşup oluşmadığının değerlendirilmesinde dikkate alınacak hususlar şu şekilde sıralanmıştır: hâkim durumdaki teşebbüsün konumu, ilgili pazardaki koşullar, hâkim durumdaki teşebbüsün rakiplerinin konumu, müşterilerin ya da sağlayıcıların konumu, incelenen davranışın kapsamı ve süresi, fiili piyasa kapamayla ilgili olası deliller, dışlayıcı stratejiye dair doğrudan veya dolaylı deliller.
- (29) Bu çerçevede aşağıda öncelikle Türk Telekom'un sunduğu Toptan İnternet Kampanyasına ilişkin iddialar ile TTNET tarafından düzenlenen İnternet Bizden Kampanyasına ilişkin iddiaların Kanun'un 6. maddesi kapsamında değerlendirilmesine, ardından da Türk Telekom tarafından bahse konu kampanyalar kapsamında TTNET lehine haksız avantaj sunulduğu iddiasına ilişkin değerlendirmeye yer verilmektedir.

⁷ Rekabet Kurulunun 19.11.2008 tarihli ve 08-65/1055-411 sayılı, 06.11.2013 tarihli ve 13-71/992-473 sayılı kararları.

I.4.4. Türk Telekom'un ve TTNET'in Düzenlediği Kampanyalara İlişkin İddiaların Değerlendirilmesi

- (30) Önaraştırma kapsamında, Türk Telekom'un 4 Mbit/sn ve 4 GB kotalı DSL sabit genişbant internet hizmetini tüm İSS'lere ücretsiz sunması nedeniyle söz konusu üründe toptan düzeyde maliyet altı fiyatlama yaptığı varsayımı altında, Türk Telekom'un bahse konu kampanya ile pazarın hem toptan hem de perakende düzeyde rakiplere kapanmasının muhtemel olup olmadığı değerlendirilmektedir. Benzer şekilde TTNET'in de perakende düzeyde sunduğu kampanya kapsamında uyguladığı ücretlerin maliyet altı fiyatlama niteliği taşıdığı varsayılarak, TTNET'in düzenlediği kampanyanın perakende düzeyde piyasayı kapatıcı etkisinin bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Diğer taraftan, incelemeye konu kampanyaların süresinin kısıtlı, kapsamının dar olması nedeniyle, rekabet karşıtı piyasa kapamanın oluşup oluşmadığına ilişkin değerlendirmenin yukarıda yer verilen unsurlardan "incelenen davranışın kapsamı ve süresi" ve "fiili piyasa kapamayla ilgili olası deliller" çerçevesinde yapılması öngörülmüştür. Bu amaçla aşağıda, inceleme konusu kampanyaların amacı, kapsamı ve süresi ile toptan ve perakende düzeyde xDSL ve fiber internet satışlarına etkileri incelenmektedir.
- (31) Türk Telekom tarafından, Toptan İnternet Kampanyasının amacının, yeni tesis edilecek aboneliklerde toptan genişbant erişim hizmetlerinin kullanımının teşvik edilerek internet kullanımının yaygınlaştırılması, ülkemizde nüfus ve bölgeler arasındaki sayısal uçurumun azaltılması ve hâlihazırda sabit internet aboneliği bulunmayan kullanıcıların genişbant internet aboneliğinin temin edilmesi suretiyle elektronik haberleşme hizmetlerine yönelik talebin ve arzın artırılması olduğu ifade edilmiştir. Kampanyanın, xDSL Toptan Al-Sat ve IP Seviyesinde VAE modellerinde ve 4 Mbit/sn hız ve 4 GB kotalı internet paketinde yapılan yeni satışları kapsadığı belirtilmiştir. Bu doğrultuda kampanya kapsamında sunulan toptan internet paketi, yeni aboneliklerde ve tesis adresinde abonelik iptali üzerinden en az üç ay geçmiş satışlarda uygulanmıştır. Başka bir ifadeyle kampanya ile daha önce sabit internet kullanmayan veya aboneliğini iptal etmiş kişilere düşük hızda ve kotada DSL paketinin ücretsiz sunulmasıyla internet kullanımının yaygınlaştırılması amaçlanmaktadır.
- (32) Türk Telekom tarafından, düzenlenen kampanya öncesinde ve sonrasında 4 Mbit/sn hız ve 4 GB kotalı toptan internet paketinin bulunmadığı belirtilmiştir. Diğer yandan kampanya kapsamında ücretsiz olarak sunulan 4 Mbit/sn hız ve 4 GB kotalı DSL toptan genişbant internet paketinin kampanyasız sunulması durumunda ücretlendirilmesinin aşağıdaki tablodaki gibi olacağı belirtilmiştir. Bununla birlikte Türk Telekom'un internet sitesinde bu paketin mevcut durumda satışa kapalı olduğu bilgisi yer almaktadır. Her ne kadar halihazırda satışı yapılmıyorsa da, 4 Mbit/sn hız ve 4 GB kotalı internet paketi ücretlerinin maliyet esaslı belirlendiği varsayımı altında, kampanya kapsamında söz konusu paketin ücretsiz sunulmasının maliyet altı fiyatlama teşkil edebileceği değerlendirilmektedir.

Tablo 1: 4 Mbit/sn Hız ve 4GB Kotalı DSL İnternet Paketi Ücretleri

	Aylık Ücret (TL)	Kota Aşım Ücreti (TL/MB)	Aylık En Yüksek Ücret (TL)
AL-SAT Tarifeleri	16,31	0,005240	49,08
IP-VAE Tarifeleri	11,37	0,003563	26,99

Kaynak: Türk Telekom tarafından dosya kapsamında sunulan bilgiler

- (33) Bu noktada, bahse konu kampanyanın DSL ve fiber internet satışlarına etkilerinin görülebilmesi için, söz konusu paketin hız ve kota bakımından internet kullanımı içindeki yerinin incelenmesi gerekmektedir. Türk Telekom ve TTNET'in 2013-2015 dönemindeki abone başı aylık ortalama veri kullanım miktarlarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir. Superonline abonelerinin aylık ortalama veri kullanım miktarlarının ise hem DSL hem de fiber için (.....) GB üzerinde olduğu belirtilmiştir.

Tablo 2: Abone Başı Aylık Ortalama Veri Kullanım Miktarları (GB)

Yıllar	Türk Telekom		TTNET	
	xDSL	Fiber	xDSL	Fiber
2013	(.....)	(.....)	-	-
2014	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2015	-	-	(.....)	(.....)

Kaynak: Türk Telekom ve TTNET tarafından dosya kapsamında sunulan bilgiler

- (34) Bunun yanı sıra, BTK'nın yayımladığı veriler uyarınca genişbant internet pazarında kullanıcıların 2014 ve 2015 yıllarında ortalama veri kullanımı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. BTK pazar verilerine göre genişbant internet pazarında kullanıcıların ortalama veri kullanımının sürekli artış içinde olduğu ve 2015'in 3. çeyreğinde 60,11 GB olarak gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla Toptan İnternet Kampanyası adı altında ücretsiz olarak sunulan paket kapsamındaki 4 GB düzeyindeki kullanım miktarının, gerek DSL gerekse fiber internet kullanıcılarının ortalama veri kullanım miktarının oldukça altında olduğu görülmektedir. Bu nedenle, söz konusu kampanyanın gerek yüksek kotalı xDSL internet satışlarını gerekse fiber internet satışlarını etkilemesinin muhtemel olmadığı değerlendirilmektedir.

Tablo 3: Ortalama Veri Kullanımları

Dönem	Ortalama Veri Kullanımı (GB)
2015-3	60,11
2015-2	55,91
2015-1	53,56
2014-4	47,26
2014-3	42,23
2014-2	38,56
2014-1	38,44

Kaynak: BTK Üç Aylık Pazar Verileri Raporu⁸

- (35) Bahse konu kampanya dahilinde sunulan paketin hız bakımından da sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Türk Telekom'un toptan fiber internet paket satışlarında sunduğu minimum hızın 24 Mbit/sn olduğu görülmektedir.⁹ Zira Türk Telekom tarafından fiber internetin kampanya dışında tutulmasının gerekçesine ilişkin olarak, fiber internet hizmetinin yüksek hızda sunulan bir hizmet olduğu, bu kampanyanın amacının ise hâlihazırda sabit internet aboneliği bulunmayan kullanıcıların genişbant internet abonesi olmalarının temin edilmesi ve internet kullanımının yaygınlaştırılması olduğu, bu nedenle düşük hızlı bir paketin tercih edildiği ifade edilmiştir. Diğer fiber İSS'leri tarafından da fiber internetin yüksek hız özelliğiyle öne çıkarıldığı da dikkate alındığında, 4 Mbit/sn hızın yüksek hızlı internet kullanmayı hedefleyen yeni aboneler için etkin bir alternatif olmadığı değerlendirilmektedir. Bu nedenle, 4 Mbit/sn hız ve 4 GB kotalı toptan DSL genişbant internet paketinin, fiber internet ile aynı pazarda yer alan ürünler olmakla birlikte, birbirinin yakın ikamesi olmadığı, kampanya ile internet abonesi olması hedeflenen kitlenin fiber internet sağlayıcılarının hedef kitleleriyle

⁸ http://www.btk.gov.tr/File/?path=ROOT%2f1%2fDocuments%2fSayfalar%2fPazar_Verileri%2f2015-Q3_v1.pdf (Son Erişim Tarihi: 02.02.2016)

⁹ https://kurumsal.turktelekom.com.tr/_files/pdf/Toptan-Fiber-Internet.pdf

farklılaştığı anlaşılmaktadır. Zira Türk Telekom tarafından söz konusu kampanya dışında benzer bir ürünün satılmaması da kampanya kapsamında özel bir kitlenin hedeflendiğini göstermektedir. Dolayısıyla, kullanım hızı bakımından da oldukça düşük olan incelemeye konu paketin, fiber internet satışlarını etkileyebilecek nitelikte olmadığı değerlendirilmektedir.

- (36) Yapılan incelemeler neticesinde, Türk Telekom'un 31.08.2015'te sona eren Toptan İnternet Kampanyasının pazardaki etkisinin süre bakımından da sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu kampanya, BTK tarafından 08.04.2015 tarihinde ve 13.04.2015-13.07.2015 tarihlerinde geçerli olmak üzere onaylanmıştır. Kampanyanın fiilen başladığı tarih ise 21.04.2015 olup, 14.07.2015 tarihli BTK kararı ile kampanyanın süresi 31.08.2015 tarihine kadar uzatılmıştır. Dolayısıyla kampanya iki dönem halinde ve yaklaşık 4,5 ay süre ile uygulanmıştır.
- (37) Bunun yanı sıra, kampanyanın gerçekleşen satışlar bakımından da etkisinin kısıtlı olduğu anlaşılmaktadır. Zira 1 milyon abone üst limiti ile uygulanmaya başlanan kampanya kapsamında, Türk Telekom tarafından (.....) adet paket satışı gerçekleştirilmiştir. Toptan İnternet Kampanyası kapsamında yapılan satışlar abone sayısı bakımından Türk Telekom'un 2015 yılında gerçekleşen toptan düzeyde xDSL internet satışlarının yaklaşık %(.....)'unu oluşturmaktadır. Kampanya kapsamında kazanılan abonelerin Türk Telekom'un aylık yeni kazanılan xDSL internet aboneleri içerisindeki oranına ise aşağıdaki tabloda yer verilmektedir. Tablodan görüleceği üzere, Nisan-Ağustos döneminde kampanyadan yararlanan abone sayısının toplam xDSL satışları içerisindeki payı %(.....) ile %(.....) arasında değişmektedir. Dolayısıyla, kampanyadan yararlanan abone sayısının Türk Telekom'un toptan düzeydeki xDSL satışları içinde düşük bir paya sahip olduğu anlaşılmakta, kampanyanın Türk Telekom'un xDSL satışlarını önemli düzeyde artırmadığı, bu nedenle fiber internet satışlarını da olumsuz yönde etkilemesinin muhtemel olmayacağı değerlendirilmektedir.

Tablo 4: Kampanyadan Yararlanan Abone Sayıları - Aylık

Dönem	Kampanya Kapsamında Yapılan Satışlar	Türk Telekom'un xDSL Satışları	Oran (%)
Nisan 2015	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2015	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2015	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2015	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2015	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül-Aralık 2015	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsler tarafından dosya kapsamında sunulan bilgiler

- (38) Tüm İSS'lerin katılımına açık olan Toptan İnternet Kampanyasından yararlanarak perakende düzeyde yeni abone kaydı gerçekleştiren İSS'lerin kampanya kapsamında edindiği yeni abone sayısı ise aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 5: Kampanyadan Yararlanan Abone Sayısı

İnternet Servis Sağlayıcısı	Abone Sayısı
TTNET	(.....)
Superonline	(.....)
VodafoneNet	(.....)
TurkNet	(.....)
Diğer	(.....)
Toplam	(.....)

Kaynak: Teşebbüsler tarafından dosya kapsamında sunulan bilgiler

- (39) Tablodan görüleceği üzere, kampanya kapsamında perakende düzeyde en fazla satışı TTNET gerçekleştirmiştir. Türk Telekom'un sunduğu Toptan İnternet Kampanyası kapsamında TTNET tarafından perakende düzeyde bireysel abonelere yönelik "İnternet Bizden Kampanyası"nın, kurumsal abonelere yönelik olarak ise "İşyerim İnternet Bizden Kampanyası"nın düzenlendiği tespit edilmiştir. Daha önce de bahsedildiği üzere, bireysel abonelere yönelik hazırlanan kampanyanın amacının, düşük gelir segmentinde bulunan abonelere ulaşarak internetle tanışmalarını sağlamak, temel ihtiyaçları karşılayabilecek kadar kotayla internet kullanım alışkanlığı kazandırmak, perakende seviyede internet pazarını büyütmek, belirlenen kriterlere uygun olan abonelerin daha yüksek kota ve hızdaki paketlere geçişini sağlamak olduğu; kurumsal müşterilere yönelik hazırlanan kampanyanın amacının ise, işyerinde interneti olmayan ve birkaç yıl içinde internet kullanmayı düşünmeyen müşteri kitlesine ulaşmak ve bu şekilde penetrasyonun artırılmasına katkı sağlamak olduğu belirtilmiştir. Bahse konu kampanyaların 23.04.2015-13.07.2015 tarihleri arasında satışa açık tutulduğu ifade edilmiştir.
- (40) TTNET tarafından kampanya kapsamında hedeflenenenden daha düşük sayıda abone elde edilmesinin nedenine ilişkin olarak ise, abonelerin genel eğilimlerinin ev internetinde limitsiz internet paketlerini tercih etmek yönünde olduğu, ayrıca kampanya kapsamında modem ve erişim ücreti (TTNET Alo-Yalın internet) gibi ek ücretlerin tahsil edilmesinin abonelerin talebini etkilediği belirtilmiştir.
- (41) TTNET'ten sonra kampanya kapsamında en fazla satış yapan TurkNet tarafından, 01.05-13.07.2015 döneminde sunulan "4 Dörtlük Kampanya" ile toplam (.....) abone elde etmiştir.
- (42) Superonline tarafından dosya kapsamında sunulan yazıda ise, Toptan İnternet Kampanyası altında perakende düzeyde üç kampanya sunulduğu, kampanya kapsamında toplam (.....) aboneye satış yapıldığı ifade edilmiştir. Bu kampanyalar şunlardır:
- ADSL Bizden Kampanyası (05.05-31.08.2015),
 - Yalın ADSL Bizden Kampanyası (05.05-31.08.2015),
 - Yalın ADSL + ALO Bizden Kampanyası (22.05-31.08.2015)
- (43) Yukarıda isimleri ve süreleri belirtilen kampanyalardan ilk ikisinin amacının TTNET'in İnternet Bizden Kampanyası ile rekabet etmek ve müşterilere alternatif teklifler sunmak olduğu, üçüncü kampanyanın amacının ise yalın ADSL ürününe eklenen ses paketi ile Türk Telekom abonelerine Superonline ses hizmeti sunmak olduğu belirtilmiştir.
- (44) Son olarak, VodafoneNet tarafından Toptan İnternet Kampanyasından faydalanılarak perakende düzeyde herhangi bir kampanya düzenlenmediği ifade edilmiştir. VodafoneNet tarafından bu durumun gerekçesine ilişkin olarak, VodafoneNet'in VAE'nin alt modeli olarak Port ve Transmisyon modeli ile hizmet sağladığı, kampanya ile VAE ile Port ve Transmisyon arasında maliyet farkının olduğu (VAE'nin maliyeti bulunmazken, Port ve Transmisyon modelinde transmisyon maliyetinin bulunduğu), bu nedenle VodafoneNet'in TTNET tarafından sunulan ücretsiz kampanya ile karşılaştırılabilir bir kampanya oluşturamadığı belirtilmiştir.

- (45) Bu noktada, kampanya kapsamında yapılan 4 Mbit/sn hız ve 4 GB kotalı xDSL paketinin, perakende düzeyde yapılan fiber internet satışlarına etkisinin incelenmesinde fayda olduğu değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, fiber kablo altyapısı bulunan ve toptan ve perakende düzeyde fiber internet satışı yapan Superonline'ın kampanyanın devam ettiği dönemi de içine alan Ocak-Aralık 2015 döneminde her ay kazandığı yeni fiber abone sayısı 2014'ün aynı ayları ile karşılaştırıldığında, Superonline'ın yeni fiber abone sayısında azalma yaşanmadığı, hatta kampanyanın uygulandığı 2015 yılı Nisan-Ağustos döneminde, bir önceki yıla kıyasla yeni fiber abone sayısında artış olduğu görülmektedir. Aynı zamanda, kampanya dönemindeki aylık abone sayısının, kampanya öncesi Ocak-Mart dönemindeki abone sayısından çok farklı olmadığı anlaşılmaktadır. Zira Superonline'dan gelen yazıda da, Toptan İnternet Kampanyasının firmanın fiber internet satışları üzerinde bir etkisi olmadığı, ancak kampanyanın süresinin uzaması ya da kampanyanın daha geniş kitlelere hitap etmesi halinde etkisinin olabileceği ifade edilmiştir.

Tablo 6: Superonline'ın 2014 ve 2015 için Aylık Yeni Fiber Abonesi Sayısı

	Superonline		TurkNet		TTNET	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Ocak	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Superonline, TurkNet ve TTNET tarafından dosya kapsamında sunulan bilgiler

- (46) Yukarıdaki tabloda, TurkNet'in 2014 ve 2015 yılları Ocak-Aralık dönemindeki aylık yeni fiber internet abone sayılarına da yer verilmiştir. Kampanya döneminde, TurkNet'in yeni fiber internet abone sayıları bir önceki yıla kıyasla düşmekle birlikte, TurkNet'in fiber internet abonelerinin kurumsal segmentte yer alması ve sayılarının oldukça düşük olması nedeniyle, bu durumun kampanyanın fiber internet satışlarına etkisi bakımından gösterge niteliği taşımadığı değerlendirilmektedir. TTNET'in kampanya dönemindeki yeni abone sayıları incelendiğinde ise, fiber internet abone sayılarının bir önceki yılın aynı ayında ve 2015 yılının Ocak-Mart döneminde gerçekleşen yeni abone sayısından çok farklı olmadığı görülmektedir.

- (47) VodafoneNet'in 2014 yılına ait verisi bulunmadığından, 2015 yılında fiber internet abone sayılarının ay bazında artışı incelenmiştir. Aşağıdaki tabloda görülebileceği üzere, kampanyanın uygulandığı dönemde VodafoneNet'in fiber internet abone sayısındaki artış devam etmiş ve bu artış Mayıs 2015'ten itibaren hız kazanmıştır.

Tablo 7: VodafoneNet'in Fiber İnternet Abone Sayısı Aylık Değişimi

Dönem	Fiber İnternet Abone Sayısındaki Aylık Değişim
Ocak-Şubat	(.....)
Şubat-Mart	(.....)
Mart-Nisan	(.....)
Nisan-Mayıs	(.....)
Mayıs-Haziran	(.....)
Haziran-Temmuz	(.....)
Temmuz-Ağustos	(.....)
Ağustos-Eylül	(.....)
Eylül-Ekim	(.....)
Ekim-Kasım	(.....)
Kasım-Aralık	(.....)

Kaynak: VodafoneNet tarafından dosya kapsamında sunulan bilgiler

- (48) Yukarıda yer verilen, İSS'lerin yeni fiber internet abone sayılarına ilişkin yapılan tespitler sonucunda, Toptan İnternet Kampanyası ile İnternet Bizden Kampanyasının, kampanya döneminde İSS'lerin fiber internet satışlarının düşmesine neden olmadığı, aksine Superonline ile VodafoneNet'in fiber internet satışlarında artış olduğu kanaatine varılmıştır. Bu bağlamda, perakende sabit genişbant internet hizmetleri pazarında fiili piyasa kapamadan bahsedilmesi mümkün görünmemektedir.
- (49) Son olarak, düzenlenen kampanyalar çerçevesinde, kampanyadan yararlanan abonelere üst paketlere geçiş hakkı tanınıp tanınmadığının incelenmesi gerekmektedir. Türk Telekom tarafından düzenlenen Toptan İnternet Kampanyası kapsamında, kampanya süresinde aboneliğini iptal eden veya farklı pakete geçen abonelere cezai ücret yansıtılmayacağı; ayrıca daha yüksek veya daha düşük hızlı paketlere geçiş yapılabileceği, ancak bu durumda kampanya indirimlerinden faydalanılamayacağı öngörülmüştür. Dolayısıyla, İSS'lerin perakende düzeyde yaptıkları kampanyadan yararlanan abonelerin farklı paketlere geçmeleri durumunda, Toptan İnternet Kampanyası kapsamında İSS'lerin Türk Telekom'a karşı herhangi bir cezai sorumluluğu olmayacaktır. Bu durum, İSS'lerin lehine olup, Türk Telekom'un sunduğu kampanyadan yararlanan ve bu şekilde ilk defa internet kullanmaya başlayan abonelerin istedikleri takdirde kampanya daha sona ermeden bahse konu İSS'ler tarafından sunulan, yüksek hız ve kota içeren xDSL veya fiber internet paketlerine geçiş yapmalarına olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla, Türk Telekom'un kampanyasının geçerli olduğu süre boyunca, İSS'ler tarafından perakende düzeyde sunulan xDSL ve fiber internet satışlarını olumsuz yönde etkilemeyeceği değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra, TTNET'in de perakende seviyede sunduğu kampanya kapsamında, kampanyadan cayma bedeli öngörülmendiğinden, abonelerin diğer İSS'lerin sunduğu farklı hız ve kotalı paketlere geçişinde herhangi bir engel bulunmadığı anlaşılmaktadır.

I.4.5. Türk Telekom'un TTNET Lehine Haksız Avantaj Sunduğu İddiasına İlişkin Değerlendirme

(50) Söz konusu değerlendirme bakımından önaraştırma kapsamında, Türk Telekom'dan toptan düzeydeki kampanyaların İSS'lere duyurulma süreci hakkında bilgi talep edilmiştir. Türk Telekom tarafından, toptan seviyede sunulan kampanyaların işletmecilere genellikle e-posta yolu ile toplu bir şekilde duyurulduğu, zaman zaman karşılıklı yapılan toplantılar yolu ile de bilgi verildiği belirtilmiştir. Toptan İnternet Kampanyasına ilişkin olarak ise 2015 yılı Mart ayında işletmecilerle karşılıklı yapılan toplantılarda bilgi verildiği, kampanyaya ilişkin süreç ve Türk Telekom tarafından İSS'lere yapılan duyurular ile ilgili olarak:

- 1 Nisan 2015'de kampanyanın BTK onayına sunulduğuna dair İşletmecilere bilgilendirme maili gönderildiği,
- 8 Nisan 2015'de BTK tarafından kampanyanın onaylandığı,
- 17 Nisan 2015'de kampanya reklamında İşletmecilerin yer alabilmesine ilişkin İşletmecilere bilgilendirme maili gönderildiği,
- 17 Nisan 2015'de kampanyanın BTK tarafından onaylandığına dair İşletmecilere bilgilendirme maili gönderildiği,
- 21 Nisan 2015'de kampanya duyurusunun Türk Telekom'un internet sitesinde yayımlandığı,
- 14 Mayıs 2015'de reklam kampanyasına (anılan kampanyaya ilişkin yapılan reklam) başvurunun uzatıldığına dair işletmecilere bilgilendirme maili gönderildiği,
- 15 Mayıs 2015'de reklam kampanyasına (anılan kampanyaya ilişkin yapılan reklam) katılım için işletmecilere bilgi ve hatırlatma maili gönderildiği,
- 13 Haziran 2015'de kampanyanın uzatılmasına ilişkin olarak çalışmaların devam ettiği ve bu hususta BTK'ya başvuru yapılacağına dair işletmecilere bilgilendirme maili gönderildiği,
- 14 Temmuz 2015'de kampanyanın uzatılmasına ilişkin başvurunun BTK'nın onayına sunulduğuna dair işletmecilere bilgilendirme maili gönderildiği,
- 14 Temmuz 2015'de BTK tarafından 2015/DK-ETD/335 sayılı karar ile anılan kampanyanın süresinin uzatılmasına yönelik talebin onaylandığı,
- 28 Temmuz 2015'de BTK'nın bahsi geçen onayına ilişkin işletmecilere bilgilendirme maili gönderildiği,
- 30 Temmuz 2015'de anılan kampanyanın süresinin uzatıldığına dair duyurunun Türk Telekom'un sitesinde yayımlandığı

belirtilmiştir.

- (51) Ayrıca Türk Telekom'un toptan düzeyde uygulayacağı kampanyalarının duyurulmasına ilişkin olarak, BTK'nın genel bir düzenlemesinin bulunmadığı, diğer yandan BTK tarafından 2012 yılı Aralık ayında yayımlanan "Veri Akış Erişimini İçeren Toptan Genişbant Erişim Pazarı Pazar Analizi Dokümanı"nda¹⁰ (Pazar Analizi Dokümanı) "Ayrım Gözetmeme Yükümlülüğü" başlığı altında Türk Telekom tarafından sunulacak tarife ve kampanyaların duyurulmasına ilişkin birtakım yükümlülüklerin getirildiği belirtilmiştir. Dokümanın "Ayrım Gözetmeme Yükümlülüğü" başlığı altında aşağıdaki açıklama ve yükümlülükler de yer verildiği görülmektedir:

"... Yerleşik işletmecinin toptan pazarda sunduğu hizmetlerde yapmayı planladığı değişiklikleri ve/veya sunmayı planladığı yeni hizmetleri ve hizmetlere ilişkin tarife değişiklikleri ve kampanyalara ilişkin bilgileri kendi perakende birimlerine/iştirakine daha önce vermek suretiyle perakende pazardaki rakiplerine karşı bir avantaj sağlaması muhtemeldir. Bu itibarla, Türk Telekom tarafından, tüm İSS'lerin yeni ürünler/hizmetler ile tarifelere/kampanyalara yönelik gerekli teknik düzenlemeleri ve pazarlama, reklam vs. çalışmalarını tamamlayarak eşit koşullarda rekabet edebilmelerini teminen ayırım gözetmeme yükümlülüğü kapsamında;

- *Toptan genişbant erişim hizmetleri pazarında yeni sunulacak ürünlere/hizmetlere ilişkin teknik bilgilerin, hizmet sunumuna ilişkin koşul ve şartların ve halihazırda sunulan hizmetlere ilişkin yapılacak teknik değişikliklerin aksi Kurum tarafından belirtilmediği sürece yürürlüğe girmeden en az 2 ay öncesinde,*
 - *Toptan genişbant erişim hizmetleri pazarında daha önce sunulmaya başlanılan toptan ürün/hizmetlere ilişkin yapılacak tarife değişikliklerinin veya kampanyaların aksi Kurum tarafından belirtilmediği sürece yürürlüğe girmeden en az 1 ay öncesinde kamuoyuna duyurulması gerekmektedir."*
- (52) Pazar Analizi Dokümanı'nda ayrıca "EPG'ye Sahip İşletmecilerin ve Bu İşletmecilere Getirilecek Yükümlülüklerin Belirlenmesi" başlığı altında söz konusu iki yükümlülüğün de yer aldığı görülmektedir. Buna ek olarak Türk Telekom tarafından kampanyanın, BTK kararında belirtilen tarihten itibaren yürürlüğe girdiği, BTK kararında bu hususta herhangi bir tarihin belirtilmediği durumlarda ise, BTK'nın kampanyaya ilişkin almış olduğu kararının resmi yazı ile Türk Telekom'a tebliğ edildiği tarih itibari ile yürürlüğe girdiği ifade edilmiştir.
- (53) Türk Telekom tarafından aktarılan süreç ve ilgili BTK düzenlemeleri birlikte değerlendirildiğinde, yukarıda yer verilen BTK kararına göre 13.04.2015-13.07.2015 tarihlerinde geçerli olacağı düzenlenen ve fiilen 21.04.2015 tarihinden itibaren uygulanmaya başlayan Toptan İnternet Kampanyası'nın 01.04.2015 tarihinde BTK onayına sunulduğunun işletmecilere duyurulduğu anlaşılmaktadır. 21.04.2015 tarihinde ise Türk Telekom'un internet sitesinde duyurulduğu belirtilmektedir. BTK'nın yukarıda yer verilen Pazar Analizi Dokümanı'nda toptan genişbant erişim hizmetleri pazarında yapılacak kampanyaların, aksi Kurum tarafından belirtilmediği sürece, yürürlüğe girmeden en az 1 ay öncesinde kamuoyuna duyurulması gerektiği düzenlenmiştir. BTK kararında ise söz konusu kampanyanın uygulanacağı tarihlere yer verilmiştir. Bu bağlamda Türk Telekom'un kampanyayı BTK düzenlemesine aykırı şekilde İSS'lere duyurduğu değerlendirmesinde bulunmak mümkün değildir.

¹⁰http://www.btk.gov.tr/File/?path=ROOT%2f1%2fDocuments%2fSayfalar%2fPazar+Analizleri%2fVeri+Ak%c4%b1%c5%9f+Eri%c5%9fimini+i%c3%a7eren+Toptan+Geni%c5%9fbant+Pazar%c4%b1%2fVAEGenisbant_PA_ND_2012.pdf (Son erişim tarihi: 02.01.2016).

- (54) Diğer yandan, başvuruda Toptan İnternet Kampanyasının BTK tarafından 08.04.2015 tarihinde onaylandığı ve 13.04.2015 tarihinde yürürlüğe girdiği, aradaki 5 günlük sürenin İSS'lerin kampanya hazırlıklarını yapması için çok kısa olduğu, ancak TTNET'in bu sürede hazırlıklarını tamamlayarak İnternet Bizden Kampanyasını ilan ettiği, toptan seviyedeki kampanyadan faydalanmaya başlayan ilk İSS'nin TTNET olmasının iç etkinliklerle açıklanamayacağı iddiasına yer verilmektedir. Ancak dosya kapsamında edinilen bilgilerden 01.04.2015 tarihinde İSS'lerin kampanyadan haberdar oldukları ve kampanyanın 21.04.2015 tarihinde uygulanmaya başladığı görülmektedir. Bu bağlamda, ilk olarak İSS'lerin kampanya yapmaya hazırlanma süresinin şikayet dilekçesinde yer verildiği üzere beş gün olmadığı anlaşılmaktadır. İkinci olarak Türk Telekom'un toptan düzeydeki kampanyalarını belirli bir süre önce İSS'lere duyurmasının İSS'lerin perakende düzeyde etkin bir şekilde rekabet edebilmeleri açısından önemli olduğu değerlendirilmekle birlikte, 01.04.2015-21.04.2015 tarihleri arasındaki 20 günlük sürenin İSS'lerin kampanya kurgulama noktasında yeterli bir süre olup olmadığının ise oldukça teknik bir husus olduğu ve Rekabet Kurumunun belirli süreler tayin etmesinin mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Ayrıca anılan Pazar Analizi Dokümanı'nda Türk Telekom kampanyalarının BTK tarafından bir aydan daha az süre önce duyurulmasına imkan tanındığı dikkate alındığında söz konusu 20 günlük sürenin makul olup olmadığı şeklinde bir tespit yapılması mümkün görünmemektedir. Dosya mevcudu bilgilere göre TTNET'in İnternet Bizden Kampanyası ve İşyerim İnternet Bizden Kampanyası 23.04.2015 - 13.07.2015 tarihleri arasında satışa açık tutulmuştur. TTNET'in oldukça kısa bir zaman içerisinde perakende düzeydeki kampanyasını uyguladığı anlaşılmakla birlikte dosya mevcudunda TTNET'in kampanyadan daha önce haberdar olduğuna yönelik bir bulgu bulunmamaktadır.
- (55) Türk Telekom'un reklamlarında Toptan İnternet Kampanyasından bahsedilmediği, TTNET'in İnternet Bizden Kampanyasının reklamlarında ise TTNET ve Türk Telekom logosunun kullanıldığı, reklamlarla Türk Telekom'un perakende seviyede kampanya düzenlediği algısı yaratıldığı, böylece tüketicinin yönlendirildiği iddiasına ilişkin olarak Türk Telekom tarafından dosya kapsamında sunulan bilgilerden İSS'lerin Türk Telekom'un toptan düzeydeki kampanyalarında yer alabilme imkanına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle TTNET lehine bir uygulama yapıldığı tespitine ulaşılamamaktadır.

1.5. Genel Değerlendirme

- (56) Yukarıda yer verilen tespit ve değerlendirmeler neticesinde, Türk Telekom tarafından "Toptan İnternet Kampanyası" adı altında toptan seviyede İSS'lere sunulan, İSS'ler tarafından da perakende seviyede yeni abonelere sunulan 4 Mbit/sn hız ve 4 GB kotalı xDSL genişbant internet hizmetinin, gerek kullanım miktarı gerekse hız bakımından oldukça kısıtlı olduğu, bu nedenle daha yüksek hız ve kotaya sahip xDSL ve fiber internet hizmeti satışlarını etkileyebilecek potansiyele sahip olmadığı değerlendirilmektedir. Nitekim, İSS'lerin kampanya dönemindeki fiber internet satışları incelenmiş ve satışların kampanya öncesi aylara ve bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla azalmadığı, hatta bazı aylarda artış gösterdiği görülmüştür. Bunun yanı sıra, kampanyanın 4,5 ay gibi kısa bir için uygulandığı ve 1 milyon abone üst limiti belirlenmesine rağmen sadece (.....) aboneye satış yapıldığı dikkate alındığında, bahse konu kampanyalar kapsamında maliyet altı fiyatlandırma yapıldığı varsayımı altında, kampanyaların diğer işletmecilerin fiber internet satışlarını olumsuz yönde etkilemediği ve hem toptan hem de perakende düzeyde genişbant internet hizmetleri pazarında piyasa kapama etkisine yol açmasının muhtemel olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

- (57) Buna ilaveten, gerek BTK'nin ilgili düzenlemeleri gerekse incelenen kampanyanın duyurulma süreci göz önünde bulundurulduğunda, Toptan İnternet Kampanyasının İSS'lere duyurulma zamanının İSS'lerin kendi kampanya kurgularını yapabilme noktasında makul olmadığını gösterecek bir bulgunun olmadığı kanaatine varılmıştır. Dolayısıyla, Türk Telekom ve TTNET hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

- (58) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikayetin reddi ile soruşturma açılmamasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.