

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2013-2-70 (Muafiyet)
Karar Sayısı : 14-42/767-342
Karar Tarihi : 22.10.2014

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Kenan TÜRK, Dr. Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR,
Fevzi ÖZKAN, Doç. Dr. Tahir SARAÇ

B. RAPORTÖRLER : Onur Yelda TOY, Nur Seda KÖKTÜRK, Beyza AĞVAZ

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : -Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.
Turkcell Plaza Meşrutiyet Cad. No: 153 34430 Tepebaşı/İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU:** Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. ile toplu mesajlaşma iş ortakları arasındaki mevcut sözleşmeye ek olarak imzalanacak Protokol'e muafiyet tanınması talebi.
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 27.11.2013 tarihinde giren bildirim üzerine düzenlenen 08.10.2014 tarih ve 2013-2-70/MM sayılı Muafiyet Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;
- Bildirime konu "Turkcell Toplu Mesajlaşma İş Ortaklığı Prim Sözleşmesi'ne Yapılan İlave ve Değişikliklere Dair Ek Sözleşme'nin (Ek Sözleşme) içerdiği münhasır çalışma kaydı nedeniyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesi kapsamında olduğu,
 - Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin (Turkcell) pazar payının %40 pazar payı eşiğinin üzerinde olması nedeniyle söz konusu Ek Sözleşme'nin 2007/2 sayılı Tebliğ ile değişik 2002/2 sayılı "Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağı,
 - Turkcell'in toplu mesajlaşma iş ortaklarından 3G Tasarım Bilişim Teknolojileri Danışmanlık Elektronik İletişim Hiz. İth. İhr. Ltd. Şti., Balaban Yazılım ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti., Mobilpark Telek. Bil. Yaz. Hiz. Tic. A.Ş., Codec İletişim ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti., Dataport Bilgi İşlem Çözümleri Ltd. Şti., Hermes İnternet İletişim, Reklam ve Danışmanlık Hizmetleri, Sürat Bilişim Teknolojileri San. Tic. A.Ş., Teknomart Teknoloji Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti. ile imzalanacak "Ek Sözleşme'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulları sağladığı, bu nedenle bireysel muafiyet alabileceği,
 - Figen Yazılım Evi Tic. Ltd. Şti., Mobildev İletişim Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş., ODC İş Çözümleri Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. veya Turatel Mobil Medya İletişim ve Bilişim Sistemleri Elektronik San. Tic. Ltd. Şti.'den herhangi biri ile imzalanacak "Ek Sözleşme'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) ve (d) bendindeki koşulları sağlamadığı, dolayısıyla bireysel muafiyet alamayacağı

ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) Görüşü

- (4) Dosya konusunun elektronik haberleşme sektörüne ilişkin olması sebebiyle 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu'nun (EHK) 7. maddesinin 2. fıkrası gereğince BTK'dan görüş talep edilmiştir. Söz konusu görüş 20.01.2014 tarihli ve 420 sayılı yazı ile Kurumumuz kayıtlarına girmiştir. Anılan görüşte;
- Turkcell'in "Mobil Çağrı Sonlandırma Pazar Analizi" ve "Mobil Şebekelere Erişim ve Çağrı Başlatma Pazarı Analizi" çerçevesinde etkin piyasa gücüne sahip işletmeci olarak belirlendiği ve birtakım yaptırımlara tabi tutulduğu,
 - BTK'nın görev ve sorumlulukları arasında, işletmecilerin kendi bayi veya iş ortaklıkları ile elektronik haberleşme hizmeti sunumu içinde değerlendirilmeyen ilişkileri hakkında bir husus bulunmadığı

belirtilmektedir.

G.2. Toplu Mesaj Hizmetleri

- (5) Mesajlar, kişiler arasında doğrudan iletişim sağlanmasının yanı sıra, bilgi servisi, eğlence, mobil pazarlama ve mobil ticaret amaçlı da kullanılabilir. Mesajlar başlatıldıkları ve sonlandırıldıkları cihaz/uygulamaya göre kişiden kişiye (P2P mesaj), makineden makineye/uygulamadan uygulamaya (M2M ya da A2A mesaj), kişiden uygulamaya (P2A mesaj) veya uygulamadan kişiye (A2P ya da M2P mesaj) olarak sınıflandırılmaktadır.
- (6) Mesaj hizmetleri sadece kişisel haberleşme amacıyla değil; kurum, marka ve şirketlerin hedefledikleri kişilere istedikleri içerikleri ulaştırmaları amacıyla da kullanılmaktadır. Dolayısıyla, yukarıdaki sınıflandırmayla da bağlantılı olarak, kişisel iletişim amaçlı bireysel mesajlar (P2P mesajlar) ile kurum ve şirketlerin hedefledikleri kişilere içeriklerini topluca ulaştırmalarına imkan tanıyan toplu mesajlar (A2P ya da M2P) arasında ayırım yapmak mümkündür.
- (7) Ülkemizde faaliyet gösteren mobil operatörlerin yaptığı ayırma göre; toplu mesaj temel olarak, kurum veya firmaların kendi izinli veri tabanlarında (kişi/telefon numarası listesi) yer alan kişilere gönderdikleri mesaj iken, operatörlerin izinli veri tabanında yer alan kişilere gönderilen mesajlar mobil pazarlama hizmetleri kapsamında ele alınmaktadır. Bu bağlamda, Turkcell'in muafiyet başvurusunun konusunu, temel olarak, müşterinin kendisine ait izinli veri tabanına gönderdiği mesajlar oluşturmakta ve bunlar "toplu mesaj" ya da "kurumsal mesaj" olarak nitelendirilmektedir.
- (8) Turkcell'in başvurusuna konu toplu mesaj hizmetleri, toplu SMS (kısa mesaj hizmeti), toplu MMS (multimedya mesaj), toplu video/URL, mobil anket, mobil broşür, hedefli mesaj (Turkcellilere Mesaj), sesli mesaj, TC kimlik numarasına (TCKN) SMS, vergi numarasına SMS, hızlı SMS (OTP Servisi) gibi hizmetlerden oluşmaktadır.
- (9) Müşterinin ihtiyaçlarına bağlı olarak hangi toplu mesaj hizmetini/hizmetlerini talep edeceği ve sayılan toplu mesaj türlerinin ücretleri farklılaşmaktadır. Ancak, Turkcell'in yukarıda sayılan hizmetleri içerecek şekilde tüm toplu mesaj hizmetleriyle ilgili iş ve işlemler bakımından iş ortaklarıyla münhasıran çalışmak istediği dikkate alınarak, incelemeye konu münhasırlığın rekabet üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesinde toplu mesaj hizmetleri bir bütün olarak ele alınmıştır.
- (10) Türkiye'de toplu mesaj hizmetleri yaklaşık 2002 tarihinden itibaren sunulmaya başlanmıştır. 2002-2008 döneminde iş ortakları ile operatörler arasındaki ilişki, iş ortaklarının toplu mesajı operatörden alarak tüm ticari ve mali riskler kendi üzerlerinde olacak şekilde

yeniden sattıkları bir yapıda iken 16.07.2008 tarih ve 2008/DK-08/416 sayılı BTK kararı ile toplu mesaj hizmetinin ancak GSM işletmecileri ile bunların nam ve hesaplarına bu işi yürüten firmalar tarafından sunulabileceği düzenlenmiştir.

- (11) BTK'nın 21.12.2010 tarih ve 2010/DK-08/699 sayılı kararında ise "... kısa mesaj hizmetinin; GSM, IMT-2000/UMTS, SMŞH, STH işletmecileri ve Türk Telekomünikasyon A.Ş. gibi bu hizmeti ilgili mevzuat ve yetkilendirmeleri kapsamında sunabilen işletmecilerin ad ve hesabına, tüm sorumluluğun söz konusu işletmecilerde olması, hizmete ilişkin faturaların işletmeciler tarafından kesilmesi şartıyla ... sunulabileceği..." kuralı getirilmiştir. Diğer yandan, Elektronik Haberleşme Sektörüne İlişkin Yetkilendirme Yönetmeliği'nin 19. maddesinin (ö) bendinde işletmecilerin "...yetkilendirildiği hizmete ilişkin sorumluluk kendisine ait olmak üzere yaygın ve verimli pazarlamaya yönelik olarak acentelik, bayilik, tek satıcılık verebileceği gibi, servis sağlayıcılığı, çözüm ortaklığı, servis dağıtıcılığı ve benzeri taşeronluk hizmetleri..." alabileceği hükme bağlanmıştır. BTK'nın bu düzenlemeleri gereğince iş ortakları toplu mesajlaşma hizmetlerinin müşterilerin kullanımına sunulmasında ancak işletmecilerin nam ve hesabına hareket edebilmekte; diğer bir deyişle toplu mesajlaşma hizmetinin doğrudan satışını veya yeniden satışını gerçekleştirememektedir.

G.3. Turkcell ile Toplu Mesaj İş Ortakları Arasındaki İlişki

- (12) Turkcell ile toplu mesaj iş ortakları arasındaki ilişki "Turkcell Toplu Mesajlaşma İş Ortaklığı Prim Sözleşmesi" (İş Ortaklığı Sözleşmesi) ile düzenlenmektedir. İş Ortaklığı Sözleşmesi'nin 3. maddesine göre, sözleşmenin konusu, iş ortağı tarafından geliştirilen ürün(ler) ve/veya web arayüzü ile sözleşmede tanımlı Turkcell toplu mesaj hizmetlerinin müşterilere tanıtılması, sunulması ve müşteriler tarafından kullanılmasına ilişkin tarafların hak ve yükümlülüklerini belirlemektir. Sözleşme'nin (.....) maddesi kapsamında; müşterilerin Turkcell hizmetlerinden yararlanabilmeleri amacıyla ürün/ürünleri ve/veya web arayüzünü geliştirmek, bakım/işletmesini gerçekleştirmek, müşteriler tarafından ürün/ürünlerin ve web arayüzünün tam, doğru, eksiksiz olarak kullanılabilmesi için teknik olan/olmayan her türlü çalışmayı yapmak, iş ortağının yükümlülükleri arasında sayılmıştır.
- (13) Turkcell ile iş ortakları arasındaki sözleşme hükümleri ve Turkcell tarafından verilen bilgiler çerçevesinde, toplu mesaj iş ortaklarının Turkcell ile iş ortaklığı ilişkileri kapsamında üstlendikleri fonksiyon Turkcell tarafından yönlendirilen ya da kendi çabaları ile ulaştıkları kurumsal müşteriler için, Turkcell tarafından temin edilen servis numaraları üzerinden toplu mesajlaşma hizmetinden faydalanmalarını sağlamak ve kurumsal müşterilerin Turkcell tarafından sunulan bu hizmete erişimine aracılık etmektir. İş ortaklarının kurumsal müşterilere hizmet sunabilmesi, kendi bünyelerinde geliştirdikleri yazılımı bu müşterilere sunmalarıyla ya da oluşturdukları web arayüzünü bu müşterilerin erişimine açmalarıyla mümkün olmaktadır.
- (14) İş ortağı firmaların kendi bünyelerinde geliştirdikleri yazılım üzerinden müşterilere sundukları hizmet, müşterinin istediği içerikte mesaj metninin oluşturulması, belirlenen kitleye gönderilmesi, müşterilerin ihtiyacı olan raporlamaların temini ve gerekli durumlarda teknik destek verilmesidir. Web arayüzü üzerinden erişim sağlanması halinde ise iş ortağı tarafından toplu mesajlaşma hizmetinden yararlanacak kurumsal müşterilere web arayüzüne erişim için kullanıcı adı/şifre atanmakta; müşteriler web arayüzüne giriş yaparak istedikleri içerikte hazırladıkları mesajları Turkcell alt yapısı üzerinden hedef kitlelerine iletmektedir. Bu işleyişi sağlamak amacıyla iş ortağının söz konusu yazılım ya da web arayüzünü Turkcell sistemlerine entegre şekilde işletme sorumluluğu bulunmaktadır. Ayrıca iş ortağı firmanın sözleşme kapsamındaki diğer bir yükümlülüğü ise toplu mesajlaşma

hizmetlerine ilişkin her türlü konuda müşterileri bilgilendirmek ve bu hizmetin sunulmasıyla ilgili Turkcell ile müşteriler arasında gerçekleştirilecek işlemleri yürütmektir.

- (15) İş ortakları tarafından sağlanan hizmetlerin karşılığında genel olarak müşteriden herhangi bir ücret alınmamaktadır. Müşteri sadece Turkcell tarafından belirlenen toplu mesaj ücretini doğrudan Turkcell'e ödemektedir. İş ortağı, gerek Turkcell toplu mesajlaşma hizmetlerinin tanıtımını, pazarlamasını gerçekleştirmesi gerekse yukarıda sayılan hizmetleri sunması karşılığında, müşterilerce Turkcell'den satın alınan ve iş ortağının arayüzü ya da yazılımı vasıtasıyla gönderilen toplu mesajlar için Turkcell tarafından alınan ücretin belli bir oranı kadar prim (diğer işletmeciler tarafından komisyon ya da gelir paylaşımı gibi kavramlar da kullanılmaktadır) almaktadır.
- (16) Yukarıda yapılan açıklamalardan ve BTK düzenlemelerinden de anlaşılacağı üzere, toplu mesaj hizmetlerinin müşteriye satışında iş ortakları aracılık faaliyeti yürütmekte, Turkcell nam ve hesabına hareket etmektedir. Dolayısıyla, iş ortakları toplu mesaj hizmetinin müşterilere doğrudan satışını ya da yeniden satışını gerçekleştirmemektedir. Hizmetin alım satımına ilişkin sözleşme Turkcell (ya da diğer işletmeciler) ile müşteri arasında yapılmakta, hizmetin alım satım koşulları Turkcell tarafından belirlenmektedir. Bu çerçevede, Turkcell ile iş ortakları arasındaki ilişki iş ortağının Turkcell toplu mesaj hizmetlerinin müşterilere tanıtımını, pazarlamasını yaptığı ve satışına aracılık ettiği, ayrıca hizmetin kullanılabilmesi için Turkcell müşterilerine belli arayüz/yazılım, teknik destek gibi hizmetleri sunduğu dikey bir ilişki niteliğindedir.

G.4. Değerlendirme

G.4.1. 4054 Sayılı Kanun'un 4. Maddesi Çerçevesinde Değerlendirme

- (17) Turkcell, toplu mesajlaşma hizmetine ilişkin iş ve işlemlerde iş ortaklığı kurulmasına yönelik çeşitli firmalarla imzaladığı İş Ortaklığı Sözleşmesi'ne ek bir protokolle (Turkcell Toplu Mesajlaşma İş Ortaklığı Prim Sözleşmesi'ne Yapılan İlave ve Değişikliklere Dair Ek Sözleşme (Ek Sözleşme)) rekabet etmeme (münhasır çalışma) koşulu getirmek istediğini belirtmektedir.
- (18) İş Ortaklığı Sözleşmesi'nin ayrılmaz bir parçası olan ve bazı maddelerinin değiştirilmesini, diğer maddelerinin ise aynen kalmasını öngören Ek Sözleşme ile, İş Ortaklığı Sözleşmesi'nin iki yıl olan süresine ilişkin herhangi bir düzenlemeye ya da değişikliğe gidilmediği görüldüğünden, münhasıran Turkcell ile çalışma kaydının süresinin, Turkcell'in de belirttiği üzere, herhangi bir otomatik uzamaya tabi olmaksızın iki yıl olduğu anlaşılmaktadır.
- (19) Ek Sözleşme'nin (.....) maddesi ile bu sözleşmeyi imzalayacak iş ortaklarına, sadece Turkcell'in toplu mesajlaşma hizmetlerinin satışına ve sunumuna aracılık etme ve bağlantılı olarak toplu mesajlaşma hizmetlerinin müşteri tarafından kullanımına olanak tanıyan yazılım ve/veya arayüz sağlama, kurulum, entegrasyon, teknik destek gibi hizmetleri sadece Turkcell müşterilerine sunma yükümlülüğü getirildiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, münhasırlık içeren söz konusu düzenleme 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamındadır.
- (20) Turkcell'in toplu mesaj geliri yönünden toplu mesaj hizmetleri pazarındaki pazar payının, %40'ın üzerinde olması nedeniyle, Ek Sözleşme'nin 2007/2 sayılı Tebliğ ile değişik 2002/2 sayılı "Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin (2002/2 sayılı Tebliğ) sağladığı muafiyetten yararlanma olanağı bulunmamaktadır. Bu çerçevede, sözleşme 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde bireysel muafiyet değerlendirmesine tabi tutulmuştur.

G.4.2. 4054 Sayılı Kanun'un 5. Maddesi Çerçevesinde Değerlendirme

- (21) Bildirim Formunda, henüz hiçbir iş ortağı firma ile imzalanmamış olan Ek Sözleşme'nin, Rekabet Kurulunun uygun bulması halinde, sadece, Turkcell ile münhasır çalışmak isteyen iş ortakları ile, serbest iradeleri/ticari tercihleri ile kabul etmeleri halinde imzalanacağı belirtilmektedir. Ayrıca Turkcell, Ek Sözleşme'yi imzalamak istemeyen teşebbüslerle de işbirliği ilişkisini münhasır olmayan koşullar altında korumak ve yürütmek niyetinde olup, muafiyet talebine konu münhasırlığı iş ortakları ile çalışmanın ön koşulu olarak ileri sürmemektedir
- (22) Turkcell tarafından verilen bilgilere göre, Ek Sözleşme halihazırda toplu mesajlaşma iş ortağı olan 12 firmaya teklif edilecek ve kabul edenlerle imzalanacaktır. Bu firmalar; 3G Tasarım Bilişim Teknolojileri Danışmanlık Elektronik İletişim Hiz. İth. İhr. Ltd. Şti. (3G Tasarım), Balaban Yazılım ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. (Balaban), Mobilpark Telek. Bil. Yaz. Hiz. Tic. A.Ş. (Mobilpark), Codec İletişim ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Codec), Dataport Bilgi İşlem Çözümleri Ltd. Şti. (Dataport), Figen Yazılım Evi Tic. Ltd. Şti. (Figen Yazılım), Hermes İnternet İletişim, Reklam ve Danışmanlık Hizmetleri (Hermes), Mobildev İletişim Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş. (Mobildev/Mobiltim¹) ODC İş Çözümleri Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. (ODC İş Çözümleri), Sürat Bilişim Teknolojileri San. Tic. A.Ş. (Sürat Bilişim), Teknomart Teknoloji Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti. (Teknomart), Turatel Mobil Medya İletişim ve Bilişim Sistemleri Elektronik San. Tic. Ltd. Şti. (Turatel)'dir. Bu bakımdan, Ek Sözleşme'nin yukarıda sayılan 12 teşebbüs ile imzalanacağı varsayımı altında değerlendirme yapılmıştır.
- (23) Turkcell'in yazısına göre, toplu mesajlaşma alanında münhasır iş ortaklarıyla münhasır olmayan iş ortaklarının Turkcell ile çalışma şekilleri arasında gidilecek farklılaşmaları; (i) münhasır çalışacak iş ortaklarına (.....) puan aralığında daha yüksek prim uygulanması, (ii) Turkcell'in ödüllendirme sisteminde "Gold" iş ortağı statüsüne sadece münhasır iş ortaklarının aday olabilmesi, (iii) partner portalın, sadece münhasır iş ortaklarını ilgilendirebilecek (örneğin; lansmanı yapılacak yeni bir ürünün test sürecine ilişkin bilgilendirme) hususlarda bu iş ortaklarının erişimine açılması, diğer hususlarda tüm iş ortaklarının erişimine açık olması, (iv) Turkcell ürünlerinin müşteriye doğru bir şekilde aktarılması ve müşteri tercihinin isabetli bir şekilde konumlandırılmasını sağlayacak her türlü eğitim, seminer vb. uygulamalara tüm iş ortaklarının dahil edilmesi, özel içerikli eğitimlerin ise sadece Turkcell'in münhasır iş ortaklarına sağlanması, (v) münhasır olan ve olmayan iş ortakları arasında müşteri yönlendirmesi bakımından farklı yaklaşım sergilenmesi, iş ortaklarının Turkcell'e getirdiği müşteriler bakımından ise aynı süreçler dahilinde işbirliği kurulması şeklinde özetlemek mümkündür.
- (24) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesine göre, bireysel muafiyet tanınabilmesi için aşağıda yer alan ikisi pozitif, ikisi negatif toplam dört şartın tamamının gerçekleşmesi gerekmektedir:
- "(a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,*
- (b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,*
- (c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,*
- (d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlandırılmaması."*

¹ Bildirim Formu'nda, şirketin adı Mobiltim İletişim Kurumsal Hizmetler San. ve Tic. A.Ş. (Mobiltim) olarak geçmektedir. Ancak yapılan incelemede şirketin unvan değişikliğine gittiği anlaşılmıştır.

G.4.2.1. Malların Üretim veya Dağıtımını ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması ve Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması

- (25) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendine göre, bir anlaşmanın aynı Kanun'un 4. maddesi hükümlerinin uygulanmasından muaf olabilmesi için belirli etkinlik kazanımlarını ortaya çıkarması gerekmektedir. Bu etkinlikler maliyetlerin düşürülmesi gibi niceliksel olabileceği gibi, yeni ürün ortaya çıkarılması, üretimde veya malların sunulmasında iyileşme sağlanması gibi niteliksel de olabilmektedir.
- (26) Turkcell, toplu mesaj hizmetinin iş ortağı firmalar kanalıyla münhasıran dağıtılmasını konu edinen Ek Sözleşme'nin yararlarını şu şekilde özetlemiştir: *"Sadece hizmete erişimle sınırlı olmayıp; hizmetin tanıtımı, talep/ihiyaçların belirlenmesi ve hizmete ilişkin prosedür işlemlerin yürütülmesi bakımından İş Ortağı firmalar Şirketimiz adına tüketicilere temas eden önemli birer iletişim noktası konumuna da gelmektedir. Bu yönüyle bakıldığında, İş Ortağı firmaların varoluş amacı, toplu mesajlaşma hizmetinin tüketicinin talep/ihiyaçları doğrultusunda ve daha etkin biçimde sunulmasıdır. Bunu teminen, başvuru konusu Sözleşme kapsamında İş Ortağı firmaların toplu mesajlaşma hizmetini talep eden tüketici kitlesinin erişimine sunması ve/veya dağıtımını gerçekleştirebilmesi için iki yol öngörülmüştür: (i) web arayüzü ve (ii) ürün (uygulama)."*
- (27) Dosya kapsamında elde edilen bilgilerden anlaşıldığı üzere, operatörlerle toplu mesaj firmaları arasındaki iş ortaklığı ilişkisi gerek ilişkinin tarafları, gerekse müşteriler açısından bazı faydalar ortaya çıkarmaktadır. İlk olarak, GSM operatörü nam ve hesabına hareket ederek toplu mesajlaşma hizmeti açısından bir aracılık faaliyeti yürüten iş ortakları, bu hizmet kapsamında GSM operatörü tarafından sunulan ürünlerin tanıtım ve pazarlamasını yapmaktadır. Bu faaliyet Turkcell satış ekibi tarafından da yürütülmekle birlikte, aynı zamanda iş ortakları, potansiyel müşterilere kendi satış temsilcileri ve/veya (alt) bayii/iş ortağı kanalları vasıtasıyla ulaşmaktadır. Ayrıca, müşteri ile yapılan tanıtım toplantılarına Turkcell satış ekipleriyle birlikte iş ortaklarının da katıldığı ve bu şekilde satış pazarlama faaliyetlerinin yürütüldüğü anlaşılmaktadır.
- (28) İş ortakları, müşteri kazanımı faaliyeti kapsamında verdikleri hizmetin yanı sıra müşterilere arayüz/yazılım, kurulum, teknik destek gibi çeşitli hizmetler sunmaktadır. Bu çerçevede Turkcell, kendileri tarafından yönlendirilen müşterilerin ücret, tarifler vb. konularda bilgilendirilmesi, anılan hizmetin sunulmasıyla ilgili Turkcell ile müşteriler arasında gerçekleştirilmesi gereken sözleşme/taahhütnamelerin imzalatılması, siparişlerin alınması gibi prosedürel işlemlerin gerçekleştirilmesi ve satış sonrası destek sağlanması gibi hizmetlerin iş ortakları tarafından verildiğini belirtmektedir. Özetle, Turkcell ile iş ortakları arasındaki sözleşmenin, gerek toplu mesajlaşma hizmetinin müşterilere tanıtılıp pazarlanması, gerekse satış sonrası hizmetlerin verilmesi noktasında operatör ile iş ortağı arasında eş güdüm sağlayarak, etkinlik kazanımları yarattığı görülmektedir.
- (29) Turkcell tarafından da ifade edildiği üzere, iş ortakları toplu mesajlaşma hizmeti talep eden müşterilere hizmet sunabilmek için kendilerinin geliştirdikleri bir web ara yüzünü veya yazılım ürününü kullanmaktadır. Web ara yüzü üzerinden erişimde, iş ortağı müşteriye bir kullanıcı adı ve şifre atamakta, müşteri de bu web ara yüzüne giriş yapıp, istediği içerikteki mesajı hazırlayarak Turkcell altyapısı üzerinden hedef kitesine iletmektedir. Bir yazılım ürünü üzerinden sunulan hizmette ise kurulum, gerekiyorsa müşterinin mevcut yazılımlarıyla entegrasyon gibi hizmetler iş ortağı tarafından sağlanmaktadır. Ayrıca, müşterinin istediği içerikte mesaj metninin oluşturulması, belirlenen kitleye gönderilmesi, raporlamaların temini vs. iş ortağının sorumluluğunda olmaktadır. İş ortağı tarafından Turkcell'in belirlediği kriterlere göre sağlanan ve sunulan başta yazılım/arayüz olmak üzere

çeşitli hizmetlerin, müşterilerin toplu mesajlaşma hizmetlerinden daha kolay ve daha iyi bir şekilde faydalanmalarını sağladığı anlaşılmaktadır.

- (30) Ayrıca, Turkcell sözleşmedeki bazı hükümlerle iş ortaklarına, sunulan hizmete ilişkin kalite standardı getirmekte, hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik uygulamaları zorunlu kılmaktadır.
- (31) Başvuruda, iş ortaklarına teknik, pazarlama ve mevzuat konularında eğitim verileceği, hizmet kalitesinin artırılması için cihaz ve teknik destek sağlanacağı belirtilmektedir. Raportörlerin GES Telekomünikasyon ile yaptığı görüşmede, Turkcell tarafından iş ortaklarının teknik ekiplerine ve pazarlama birimlerine eğitim verildiği, bu eğitimlere tüm iş ortaklarının katılabildiği ifade edilmiştir. ODC İş Çözümleri, operatörlerin zaman zaman eğitim ve atölye çalışmaları ile tüm iş ortaklarının bilgi seviyesini artırıp eşitleyerek yatırımlarının karşılığını almak istediğini belirtmiştir. Söz konusu eğitimlerin, hizmet kalitesinin artmasına katkı sağlayacağını söylemek mümkündür.
- (32) İşletmeci ile iş ortağı arasındaki işbirliği sonucunda yeni hizmetlerin geliştirilerek müşterilere sunulması da elde edilmesi beklenen faydalar arasındadır. Başvuruda, Turkcell tarafından geliştirilen yeni ürün ve hizmetlerin lansmanının yapılarak piyasaya sürülmesinden önce iş ortaklarıyla test edilmesi ve iş ortaklarının sistemlerine entegrasyon yapılmasının gerektiği, iş ortaklarıyla paylaşılan ticari sırrın muhafazası için daha sıkı bir ilişki kurulması gerektiği belirtilmektedir. Avea ve Vodafone ise toplu mesajlaşma alanında operatör tarafından yeni ürün geliştirilmesinin söz konusu olabileceğini ifade etmiştir.
- (33) İş ortaklarıyla yapılan görüşmelerde de, test sürecinin yaşandığı, işin gereği olarak bazı bilgilerin paylaşıldığı ve Turkcell ile iş ortağının teknik ekiplerinin temas halinde yeni ürünü piyasaya hazırladığı (iş ortaklarının yazılım ve arayüzleri ile entegrasyon) bilgisi aktarılmıştır.
- (34) Yukarıda yer verilen hususlar değerlendirildiğinde, Turkcell ile iş ortakları arasındaki anlaşmanın, toplu mesajlaşma hizmetinin ve ilgili ürünlerin müşteriye tanıtılması, pazarlanması, satışı vb. hizmetlerin sunulması noktasında bir iyileşme yarattığı ve bu şekilde başvuruya konu işlemin 4054 sayılı Kanunun 5 (a) maddesinde yer alan koşulu sağladığı kanaatine varılmıştır.
- (35) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olan anlaşmalara muafiyet tanınması için aranan şartlardan biri de 5. maddenin (b) bendinde belirtilen, tüketicilerin bu anlaşma ile oluşacak faydadan pay almasıdır. Tüketicinin elde edeceği fayda, ilgili ürünün/hizmetin fiyatının düşmesi, kalitesinin artması veya çeşitliliğinin sağlanması yoluyla olabilmektedir. Söz konusu faydaların; makul bir zaman içinde tüketiciye yansması, doğrudan sözleşmeye bağlı olarak oluşması ve muafiyet talebine konu sözleşme nedeniyle doğacak rekabet kısıtlamasıyla orantılı olması beklenmektedir.
- (36) Başvuruda anlaşma sonucu tüketiciye yansıtılacak faydalar dört başlık altında sunulmaktadır:
- Müşteri talebinin doğru anlaşılacak memnuniyetin artırılması,
 - Tüketici yönlü bilgi asimetrisinin kaldırılması,
 - Hizmetin zamanında, kesintisiz ve etkin şekilde sağlanması,
 - İş ortaklarına sağlanacak eğitim, cihaz, ekipman gibi faydalarla hizmet kalitesinin artırılması.
- (37) Başvuruda belirtilmiş olan iş ortaklarıyla test edilen yeni hizmetlerin tüketicilere sunulması da bu başlıkta sayılabilmektedir.

- (38) İş ortaklığı sözleşmesi ve ek sözleşmenin amacı, işletmeci ile iş ortağı arasındaki iş ilişkisini düzenlemektir. Bahse konu iş ilişkisinin niteliği müşteriler açısından da önem taşımaktadır. İş ortağı ile işletmecinin yakın iş ilişkisi içinde bulunması hizmetin kalitesi ve müşterinin memnuniyeti açısından önemli bir unsurdur. Nitekim, hizmet hem iş ortağının hem de işletmecinin katkıda bulunmasıyla ve sürekli işbirliği ile sunulabilmektedir. Sözleşmede işletmeci ile iş ortağı arasındaki uyum ve işbirliğinin sağlanması amacıyla iş ortağına çeşitli yükümlülükler getirilmektedir. İş ortağı ile işletmeci arasında kurulacak düzenli bilgi akışının ve yoğun işbirliğinin mevcut hizmetlere ilişkin müşteri memnuniyeti ve beklentilerinin öğrenilmesi, geliştirilecek yeni ürünler için müşteri talebinin daha iyi anlaşılması, sorunların daha hızlı çözülmesi ve önlenmesinde etkili olabileceği kanaatine ulaşılmıştır.
- (39) Sözleşme ile iş ortaklarına yüklenen yükümlülüklerin iş ortağı tarafından yerine getirilmesi cezai şartla desteklenmiştir. İş etiği, talimat, kural, bildirim ve sözleşme hükümlerine aykırılık halinde verilebilecek uyarı, para cezası ve performans puanının düşürülmesi cezalarının derecesinin belirlenmesinde "müşteri memnuniyetinin negatif etkilenmesi" bir ölçüt olarak sayılmıştır. Bunun yanında ürün ve hizmetlerin sunulmasında bir iyileşme olarak ele alınan hizmet kalitesinin artırılması unsuru açısından bakıldığında; şikayetlerin cevaplanması, hizmetin zamanında ve tam olarak verilmesi, sorunların giderilmesi, güvenliğin sağlanması ve müşterilerin bilgilendirilmesi gibi konularda iş ortağının performansının artırılması ve denetlenmesinin müşteri için fayda doğuracağı değerlendirilmektedir. Lansmanı öncesinde yeni ürün ve hizmetlere ilişkin know-how ya da ticari sır niteliğindeki bilgilerin korunmasının işletmecinin yenilikçilik motivasyonunu artıracığı ve bu şekilde sunulacak yeni hizmetlerle tüketicinin hizmet/ürün çeşitliğinden faydalanacağı, dolayısıyla başvuruya konu işlemin 4054 sayılı Kanunun 5 (b) maddesinde yer alan koşulu da sağladığı kanaatine varılmıştır.

G.4.2.2. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması

- (40) Turkcell'in bildirim konu münhasır çalışma yükümlülüğünün 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) bendi çerçevesinde ele alınmasından önce, iş ortaklarının hem operatör ürünlerinin tanıtımını, pazarlamasını yapma ve satışına aracılık etme yönleriyle dağıtıcılık benzeri bir fonksiyon üstlendikleri hem de operatör müşterilerine arayüz/yazılım, teknik destek gibi hizmetler sunarak birer sağlayıcı fonksiyonu üstlendikleri dikkate alınmalıdır. İster bir alıcıya ya da satışa aracılık eden teşebbüse getirilmiş olsun, ister bir sağlayıcıya getirilmiş olsun, münhasırlık düzenlemelerinin değerlendirilmesinde kullanılan yöntem temelde aynıdır.
- (41) Turkcell'in iş ortaklarıyla münhasır çalışma kaydı içeren anlaşma yapmasının rekabet üzerinde ortaya çıkarabileceği olumsuz etkileri, dosya bakımından, pazar kapama ve benzer kapsamda değerlendirilebilecek rakibin maliyetinin artırılması olarak ele almak mümkündür. Münhasırlık içeren anlaşmaların muhtemel rekabet karşıtı etkilerinin değerlendirilmesinde başlangıç noktasını, lehine münhasırlık kaydı getirilen teşebbüsün ve bu teşebbüsün rakiplerinin pazardaki güç ve konumlarının belirlenmesi oluşturmaktadır.
- (42) Ülkemizde toplu mesaj hizmetleri mobil işletmeciler, Türk Telekom ve sabit telefon hizmeti (STH) işletmecileri tarafından sunulabilmektedir. STH işletmecileri ilgili mevzuat uyarınca yetkilendirmeleri kapsamında, operatörlerle arabağlantı anlaşmaları yaparak kendi nam ve hesaplarına ve kendi markaları altında toplu mesaj hizmeti sunabilmektedir. 2013 yıl sonu itibarıyla 228'i kullanım hakkı, 32'si bildirim kapsamında olmak üzere yetkilendirilmiş toplam 260 STH işletmecisi bulunurken; 2014 yılı birinci çeyrek verilerine göre, BTK tarafından 249'u kullanım hakkı kapsamında, 50'si bildirim kapsamında olmak üzere toplam 299 STH işletmecisi yetkilendirilmiştir. Dosya mevcudunda yer alan, 2012 ve 2013 yılları itibarıyla

Turkcell ve rakiplerinin toplu mesaj geliri bazında toplu mesaj hizmetleri pazarındaki paylarına ilişkin tablodan; Turkcell'in 2013 yılında %(.....) oranıyla yüksek bir pazar payına sahip olduğu, en yakın rakibi olan Avea'nın ise %(.....)'lük pazar payı ile Turkcell'in oldukça gerisinde kaldığı anlaşılmaktadır. Yaklaşık %(.....)'lük pazar payı ise Türk Telekom ve çok sayıda STH işletmecisi arasında bölüşülmüş durumdadır. Diğer bir önemli nokta, 2012 yılından 2013 yılına STH işletmecilerinin pazar payında ortaya çıkan (.....) puanlık artıştır. Bu durumun ortaya çıkmasında, BTK'nın 2013 yılı Temmuz ayından itibaren geçerli olacak şekilde arabağlantı ücretlerinde indirimle gitmesinin etkili olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, ilgili mevzuat uyarınca STH işletmecilerine, mobil operatörler için %25 olan özel iletişim vergisi %15 olarak uygulanmakta ve mobil operatörlerin brüt satışları üzerinden ödedikleri %15 oranındaki hazine payı STH işletmecileri için geçerli olmamaktadır. Dolayısıyla, STH işletmecilerinin mobil operatörler karşısında yukarıda açıklanan nedenlerle belli ölçüde bir maliyet avantajları bulunmaktadır. Bu maliyet avantajının 2013 yılının Temmuz ayından itibaren arabağlantı ücretlerinde gidilen indirimle birleşmesinin STH işletmecilerinin pazar payını olumlu etkilediği anlaşılmaktadır.

- (43) Nitekim Vodafone, toplu mesaj alanında STH işletmecilerinin mobil operatörler üzerinde ciddi bir rekabetçi baskı yaratmadığı kanaatinde olmakla birlikte, STH'lerin ancak önemli ölçüde fiyat indirimine giderek bir rekabetçi ortam oluşmasına katkı sağlayabildiklerini belirtmektedir. Turkcell iş ortaklarından Mobildev'in verdiği bilgilere göre ise, 2013 yılında BTK tarafından arabağlantı ücretlerinin önemli ölçüde düşürülmesi piyasanın gidişatını etkilemiştir. Mobildev halihazırda STH işletmecilerinin maliyetlerinin, vergi avantajı ve düşen arabağlantı ücretleri nedeniyle çok düşük seviyede olduğunu belirtmekte, hatta Mobildev'in bir STH işletmecisi olarak faaliyet göstermesinin çok daha karlı olabileceğini ifade etmektedir. GES Telekomünikasyon yetkililerinden alınan bilgiler ise, STH işletmecilerinin son dönemde fiyat avantajlarıyla ön plana çıktıkları yönündedir.
- (44) Yukarıda verilen bilgiler çerçevesinde, STH işletmecilerinin maliyet avantajları nedeniyle operatörler karşısında düşük fiyatlı rekabet güdüsü içinde oldukları ve bu güdünün arabağlantı ücretlerinde yapılan indirimle artarak, bu işletmecilerin pazar payına önemli katkıda bulunduğu kanaatini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca, STH işletmecilerinin pazar payı artışlarının devam etmesi de beklenmektedir. Bununla birlikte, STH işletmecilerinin özellikle Turkcell olmak üzere mobil operatörler karşısındaki konumlarının değerlendirilmesinde hizmet kaliteleri ve ürün portföyleri gibi değişkenlerin de dikkate alınması gerekmektedir. Vodafone'un verdiği bilgilerden anlaşıldığı üzere, hizmet kaliteleri, ürün özellikleri, ürün portföylerinin genişliği gibi unsurlardan kaynaklanan nedenlerle, STH işletmecileri GSM operatörleri üzerinde ciddi bir rekabetçi baskı yaratamamaktadır. Ancak, ürün portföyü bakımından STH işletmecilerinin toplu mesaj kapsamında değerlendirilen tüm hizmetleri vermedikleri anlaşılmaktadır. STH işletmecileri, toplu SMS ve sesli mesaj hizmetlerini müşterilerine sunabilmelerine karşın, bunların dışında kalan ve mobil operatörlerce sunulan toplu MMS, toplu video, TC Kimlik numarasına SMS, vergi numarasına SMS, OTP gibi hizmetleri sağlayamamaktadır.
- (45) Yapılan açıklamalar çerçevesinde, STH işletmecilerinin toplu mesaj pazarındaki faaliyetlerinin daha çok standart düzeyde toplu SMS hizmetlerine odaklanan, düşük kaliteli-düşük fiyatlı bir yapı gösterdiği anlaşılmaktadır. STH işletmecilerinin toplu SMS alanındaki faaliyetlerinin bu özelliklerinin bir sonucu olarak hedef müşteri kitlelerini de daha çok küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ); özellikle de KOBİ'lerin küçük ölçekli işletme kategorisinde yer alanlarının oluşturduğu görülmektedir.
- (46) Turkcell'in toplu mesajlaşma iş ortakları ile münhasır çalışmasının pazar üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi bakımından öncelikle diğer oyuncuların iş ortakları hakkında da

bilgi verilmesi gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda mobil operatörlerin ve Türk Telekom'un toplu mesajlaşma iş ortakları sunulmaktadır.

Tablo 1 - İşletmecilerin Toplu Mesaj İş Ortakları

TURKCELL	AVEA	VODAFONE	TÜRK TELEKOM
3G Tasarım	Aytel	Bio Tekno	Ges Telekom
Balaban	Ges Telekom	Digital Sahne	Asistel
Mobilpark	Mobilse	Esra Telekom	Telebilgi
Codec	Venero	Poli Telekom	
Dataport	Turbo Mesaj	Teknoban	
Figen Yazılım	Figen Yazılım	Vodasis	
Hermes	Mobrion	Teknomart	
Mobildev	Isobil	ODC İş Çözümleri	
ODC İş Çözümleri	ODC İş Çözümleri		
Sürat Bilişim			
Teknomart			
Turatel			

- (47) Tablodan görüldüğü üzere, ODC İş Çözümleri her üç mobil operatörün de, Figen Yazılım Turkcell ve Avea'nın, Teknomart Turkcell ve Vodafone'un iş ortaklığını yürütmektedir. Turkcell'in iş ortakları arasında yer alan Dataport bir dönem aynı zamanda Avea'nın da iş ortaklığını yapmış olmakla birlikte, Avea'nın verdiği bilgilere göre Dataport'un Avea ile ilişkisi 2013 yılının Ağustos ayında sonlanmıştır².
- (48) Diğer yandan Vodafone'un verdiği bilgilere göre, teşebbüs (.....)³.(.....) Avea'nın ise (.....)
- (49) Turkcell'in toplu mesajlaşma iş ortaklarıyla münhasıran çalışması halinde pazarın ne ölçüde etkileneceğinin değerlendirilmesi amacıyla öncelikle iş ortaklarının Turkcell'in müşteri segmenti bazında hangi fonksiyonu ne ölçüde üstlendiklerine ilişkin bilgilerin sunulması gerekmektedir. Bu amaçla, toplu mesajlaşma iş ortaklarının operatörlerle ilişkilerinde üstlendikleri fonksiyonu temel olarak; satış fonksiyonu (müşteri kazanımı, yeni müşteri bulunması) ve satış sonrası operasyon fonksiyonu (sözleşmenin imzalatılması, arayüze erişim/yazılım sağlanması, teknik tanımlama ve entegrasyonların yapılması, teknik destek verilmesi gibi) şeklinde ikili bir ayrıma tabi tutmak mümkündür.
- (50) Ancak, bu noktada satış fonksiyonu bakımından pazarın ve iş ortaklığı ilişkisinin işleyişine ilişkin bazı açıklamaların yapılması gerekmektedir. Toplu mesaj hizmeti müşterisinin kazanımında, iş ortağı satış ekip ve kanalları ile operatör satış ekipleri ve kurumsal satış kanalları iş birliği halindedir. Potansiyel müşteri, operatör ya da iş ortağına başvurabilmekte ya da potansiyel müşteriye ilk olarak operatör ya da iş ortağı tarafından ulaşılabilir. Bazı durumlarda ise iş ortağı ve operatör ekipleri birlikte potansiyel müşteri ziyaretlerinde bulunmakta, bu ziyaretlerde müşterinin ihtiyaçları ve projenin ayrıntıları hakkında bilgi alışverişi gerçekleşmektedir.
- (51) Toplu mesaj hizmetlerinin potansiyel müşterileri çoğu durumda aynı zamanda operatörlerin sundukları çeşitli kurumsal hizmetlerin müşterileri olduklarından, operatörlerin satış ekiplerinin, kurumsal satış kanallarının kurumsal müşterileriyle olan ilişkilerinde müşterinin toplu mesaj ihtiyacını tespit etme ya da ilgili hizmet konusunda müşterilere bilgilendirme yaparak talep yaratma olanakları bulunmaktadır. Diğer taraftan, iş ortakları da satış ekip ve kanallarıyla potansiyel müşterilere ulaşabilmektedir. Dolayısıyla, potansiyel müşteriye

² Bununla birlikte bazı bölümlerde, 2013 yılına ilişkin olarak Avea ve iş ortakları hakkında verilen bilgiler kapsamında Dataport'a ilişkin veriler de yer almıştır.

³ Vodafone'un bu yazıda verdiği bilgilere göre, halihazırda hakim durumdaki operatör tarafından kullanılmakta olan münhasırlığa ilişkin hükümler ilgili pazarın kapanması riskini doğurmaktadır (.....)

ulaşma ya da potansiyel müşterinin ürüne/hizmete ulaşmasında satış süreci operatör veya iş ortağı üzerinden başlayabilmektedir.

- (52) Turkcell'in verdiği bilgilere göre, Turkcell toplu mesajlaşma müşterilerini oluşturdukları alım ve iş hacmine göre 1) SMA (*strategic and major account*) 2) LA (*large account*) 3) MB (*medium bussiness*) 4) SB (*small bussiness*) şeklinde konumlandırmaktadır. Turkcell tarafından bu şekilde kategorize edilen firmalar toplu mesajlaşma alım hacimlerinin yanı sıra sahip oldukları teknik yeterlilikler bakımından da farklılaşmaktadır. SMA'ler büyük hacimli SMS alımı yapan banka, finans kuruluşu, holding gibi teşebbüslerdir. SMA statüsündeki teşebbüslerin bir kısmı aynı zamanda toplu mesajlaşma içeriğini ve gönderimini sağlayan arayüz kurulumunu kendi yatırımlarıyla gerçekleştirmişlerdir. Bu durumda SMA tarafından kurularak işletilen arayüz Turkcell şebekesiyle doğrudan entegre bir şekilde çalışmakta, SMA bu sistem üzerinden SMS içeriklerini oluşturmakta ve müşterilerine göndermektedir. Dolayısıyla, bu tür SMA'ler bakımından satış sonrası operasyonel süreç doğrudan Turkcell tarafından yürütülmüş olmaktadır.
- (53) Diğer yandan, SMA segmentindeki müşterilere yapılan satışlar (müşteri kazanımı) büyük ölçüde Turkcell tarafından gerçekleştirilmekte, ayrıca diğer gruptaki müşterilerden farklı olarak sözleşmenin imzalanması süreci de Turkcell satış ekipleri tarafından yürütülmektedir.
- (54) Öte yandan, LA, MB ve SB statüsünde bulunan firmalar oluşturdukları işlem hacmi dışında kendi aralarında teknik yeterlilik anlamında farklılaşmamaktadır. Her üç gruptaki firmaların yapmış oldukları bir arayüz yatırımı bulunmamaktadır. Müşterilerine toplu mesaj göndermek isteyen ilgili firmalar iş ortağı tarafından işletilen web arayüzü ya da yazılım aracılığıyla müşterilerine mesajlarını iletmekte, iş ortakları bu firmalara teknik destek sağlamaktadır.
- (55) İş ortaklarının müşteri segmenti bazında satış fonksiyonunu (müşteri kazanma) müşteri adedi bakımından hangi oranda üstlendiklerine ilişkin dosya mevcudunda yer alan verilere göre, SMA grubu müşterilerin ancak %(.....)'ine satış iş ortakları tarafından gerçekleştirilirken, bu oran alım/iş hacmi daha az olan müşteri gruplarına kayıldıkça artmakta, LA ve MA'ler için %(.....); alım hacmi en düşük grup olan SB'lerde ise %(.....)'ye çıkmaktadır.
- (56) Söz konusu oranların Turkcell'in toplu mesajlaşma geliri ve pazarın gelir açısından büyüklüğü bakımından ne anlam ifade ettiğinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu amaçla, 2013 yılı itibarıyla Turkcell'in müşteri segmenti bazında müşteri sayıları ve bunların Turkcell'in toplu mesajlaşma gelirinden aldıkları paylar incelenmiştir. Buna göre, Turkcell'in toplam (.....) müşteriden 2013 yılında elde ettiği toplu mesaj gelirinin yaklaşık %(.....)'lik pay ile (.....) SMA statüsünde yer alan sadece (.....) müşteriden kaynaklanmıştır. SMA segmentinden daha alt segmentlere geçildikçe, Turkcell'in elde ettiği müşteri başına ortalama toplu mesajlaşma geliri önemli ölçülerde azalmaktadır.
- (57) Ayrıca dosya mevcudu bilgilerden anlaşılacağı üzere, iş ortaklarının kazandıkları müşterilerden kaynaklı gelirin, Turkcell'in 2013 yılı toplam toplu mesajlaşma geliri içindeki payı yaklaşık %(.....) düzeyindedir. Söz konusu iş ortaklarının kazandığı Turkcell müşterilerinden elde edilen gelirin, pazarın toplam gelirine oranı ise 2013 yılı itibarıyla yaklaşık %(.....) düzeyindedir. Diğer bir deyişle, Turkcell iş ortaklarının kazandığı müşterilerin Turkcell'in 2013 yılı pazar payına yaptığı katkı yaklaşık (.....) puandır. 2013 yılında Turkcell iş ortaklarının kazandıkları yeni müşterilerden elde edilen gelirin Turkcell'in 2013 yılı toplam toplu mesajlaşma geliri içindeki payı ise yaklaşık %(.....).

- (58) Dosya mevcudunda yer alan, Turkcell'in, iş ortaklarının hizmet verdiği müşterilerden elde ettiği gelirin, diğer bir deyişle iş ortaklarının arayüzü/yazılımları kullanılarak elde edilen gelirin (iş ortakları üzerinden elde edilen gelir) Turkcell'in 2013 yılı toplu mesaj geliri içindeki payı ile toplam pazar büyüklüğü içindeki payına ilişkin rakamlar incelendiğinde; 2013 yılında Turkcell'in toplu mesajlaşma gelirinin yaklaşık %(.....)'inin iş ortaklarının arayüzü/yazılımlarının kullanılarak elde edildiği ve bu gelirin toplam pazar büyüklüğüne oranının ise yaklaşık %(.....) olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca, Turkcell'in münhasıran çalışmayı istediği iş ortaklarının arayüzü/yazılımları kullanılarak operatörlerin elde ettiği gelir ise pazarın yaklaşık %(.....)'ünü oluşturmaktadır. Avea'nın verdiği bilgilere göre, Avea'nın 2013 yılında iş ortakları üzerinden elde ettiği gelir, toplam toplu mesajlaşma gelirinin %(.....)'ünü oluşturmaktadır. Dolayısıyla, Avea'nın iş ortakları üzerinden elde ettiği gelirin 2013 yılı pazar büyüklüğüne oranının yaklaşık %(.....) olduğu anlaşılmaktadır.
- (59) Bu veriler doğrultusunda, Turkcell'in münhasır çalışma teklifinin ilgili teşebbüslerin tümü tarafından kabul edildiği varsayımı altında pazarın potansiyel ve 2013 yılı verileriyle fiili olarak ne ölçüde etkileneceğine/bağlanacağına bakıldığında; etkilenen/bağlanan pazar oranının %(.....); Avea için fiili bağlama oranının %(.....) ve Vodafone için fiili bağlama oranının ise %(.....) olduğu görülmektedir.
- (60) Münhasır çalışma teklifinin tüm iş ortakları tarafından kabul edilmesi halinde Turkcell, toplu mesaj pazarının %(.....)'üne hizmet veren iş ortaklarını kendisine bağlamış olacaktır. Potansiyel ve fiili bağlama/kapanma oranlarının ayrı ayrı belirtilmesinin nedeni Turkcell'in Figen Yazılım, ODC İş Çözümleri, Dataport (2013 yılının Ağustos ayına kadar), Teknomart dışındaki iş ortaklarının zaten Turkcell ile münhasır çalışıyor olmalarından kaynaklanmaktadır. Ancak rekabet teorisi, üzerine münhasır çalışma yükümlülüğü getirilecek teşebbüslerin zaten incelenen teşebbüsle kendi tercihleri doğrultusunda münhasıran çalışıp çalışmadığından bağımsız olarak, pazarın potansiyel olarak ne büyüklükteki bölümünün münhasır çalışma koşulundan etkileneceğini dikkate almaktadır. Bununla birlikte, Turkcell'in münhasıran çalışmak istediği iş ortakları üzerinden elde ettiği gelirin pazara oranı olan %(.....) ile pazarın potansiyel olarak bağlanacağı %(.....)'lük oran arasındaki yaklaşık (.....) puanlık fark, Avea ve Vodafone'un yukarıda sayılan ve Turkcell ile münhasıran çalışmayan 4 iş ortağı üzerinden elde ettikleri gelirin pazara oranı olup, bu yönüyle dikkate değer bir veridir.
- (61) Bu veriyi biraz daha açmak gerekirse, Avea için fiili bağlama oranının %(.....) olacağı görülmektedir. Bu durum 2013 yılı itibariyle Avea'nın toplu mesaj pazarında sahip olduğu yaklaşık %(.....)'lük pazar payının, (.....) puanlık bölümünün Turkcell ile münhasır çalışmaları gündeme gelebilecek olan Figen Yazılım, ODC İş Çözümleri ve mevcut durumda Turkcell ile münhasıran çalışsa da 2013 yılının ortalarına kadar Avea ile de çalışan Dataport'un üzerinden Avea'nın elde ettiği gelirden kaynaklandığı görülmektedir. Avea, 2013 yılında toplu mesajlaşma gelirinin, %(.....)'i ODC İş Çözümleri; %(.....)'si Figen Yazılım ve %(.....)'ü Dataport üzerinden olmak üzere toplamda yaklaşık %(.....)'sini ilgili dönemde aynı zamanda Turkcell'in de iş ortağı olan firmalar üzerinden elde etmiştir.
- (62) Bağlı pazar oranlarının hangi seviyede olması halinde pazarın rakiplere kapanması riskinin ortaya çıktığı konusunda genel kabul gören tek bir orandan bahsetmek mümkün değildir. Nitekim, ortaya çıkan kapanma/bağlama oranlarının değerlendirilmesinde her pazarın kendine özgü koşullarının dikkate alınması gerekmektedir.
- (63) Bununla birlikte, "Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz"da konuya yönelik bazı yol gösterici belirlemeler bulunmaktadır. Buna göre, pazar kapama etkisinin rakiplerin tek marka anlaşması uygulayan sağlayıcıdan önemli ölçüde küçük olduğu hallerde ortaya çıkması olasılığı artmaktadır. Konu, iş ortaklarının aynı zamanda arayüz/yazılım, teknik destek gibi

hizmetler bakımından sağlayıcı fonksiyonlarına dolayısıyla, bu açıdan operatörlerin alıcı fonksiyonlarına atıf yapılarak tersinden ifade edilirse, rakip alıcılar sınırlamayı getiren alıcı ile karşılaştırıldığında ne kadar küçükler ise sınırlamanın rekabeti olumsuz etkileme ihtimali o derecede artmaktadır. Turkcell ve rakiplerinin pazar paylarına ilişkin verilen bilgiler doğrultusunda, Turkcell'in bu alandaki en büyük iki rakibi olan Avea ve Vodafone'un bu açıdan Turkcell'in oldukça gerisinde kaldığı, pazarın kalan bölümünün ise Türk Telekom ve çok sayıda STH tarafından paylaşıldığı görülmektedir. "Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz"da farklı durumlar için kapanma riskinin ortaya çıkması bakımından %30, %40, birikimli etkideki %50 gibi oranlara atıflar bulunmakla ve Turkcell'in münhasırlık uygulaması halinde etkilenecek pazar büyüklüğünün sayılan oranların üstünde olduğu görülmekle birlikte, kapanma riskinin ölçülmesinde pazarın diğer özelliklerinin de dikkate alınması önem taşımaktadır.

- (64) Pazarın kapanması riski, özellikle, rakip teşebbüslerin pazardaki her bir müşterinin (alıcının) tüm talebi için eşit koşullarda rekabet edemedikleri durumda ortaya çıkmaktadır. Bir rakibin her bir müşterinin tüm talebi için eşit koşullarda rekabet edememesi, ilgili teşebbüsün müşterilerin talebinin en azından belli bir bölümü için vazgeçilmez bir ticaret ortağı olması ya da rakiplerin kapasite sınırlarıyla karşı karşıya olmaları nedeniyle müşterinin en azından talebinin belli bir bölümünü mutlaka ilgili teşebbüsten karşılanmasının gerekmesi gibi unsurlardan kaynaklanabilmektedir. Eğer pazarda rakip teşebbüsler her bir müşterinin tüm talebi için eşit koşullarda rekabet edebiliyorlarsa, belli bir teşebbüsün tek marka uygulamasının etkin rekabete zarar vermesi ihtimali azalmaktadır.
- (65) Dolayısıyla Turkcell'in rakiplerinin, Turkcell'in münhasıran iş ortaklığı ilişkisi içine girmek istediği iş ortaklarını varsayımsal olarak sadece kendileriyle çalışmaya ikna etmek üzere Turkcell ile eşit koşullarda rekabet edip edemeyeceklerinin, diğer bir anlatımla rakip operatörlerin iş ortaklarına benzer satış olanakları sunup sunamayacaklarının sorgulanması gerekmektedir. Bu amaçla iş ortaklarının operatörlerden elde ettikleri prim gelirleri dikkate alınabilecektir. Toplu mesaj iş ortaklarının aynı zamanda operatörlere aracılık hizmeti sağladıkları, operatör müşterilerine yazılım, arayüz, kurulum, teknik destek gibi hizmetler sundukları ve bu hizmetler karşılığında operatörlerden prim geliri (komisyon ya da gelir paylaşımı geliri olarak da ifade edilmektedir) elde ettikleri dikkate alındığında, toplu mesaj iş ortaklarının bu hizmetlerin sağlayıcısı olarak güçlerinin prim gelirleriyle ölçülmesi ve bir anlamda operatörlere/operatör müşterilerine verdikleri hizmetler bakımından birbirlerine göre pazar paylarının belirlenmesi mümkündür. Dosya mevcudunda yer alan 2013 yılı için geçerli bu verilere bakıldığında; Turkcell toplu mesaj iş ortaklarının toplam prim gelirlerinden aldığı payın yaklaşık %(.....) olduğu; bu oranın Avea için yaklaşık %(.....), Vodafone için ise yaklaşık %(.....) oranında gerçekleştiği anlaşılmıştır. Birbirlerine göre pazar güçlerinin bir yansıması olarak, her bir iş ortağının prim gelirinin mobil operatörlerden elde edilen toplam prim gelirleri içindeki payları dikkate alındığında ise, en fazla paya sahip ilk beş iş ortağının sırasıyla Figen Yazılım, ODC İş Çözümleri, Turatel, Mobildev ve Hermes olduğu görülmektedir. Elde ettikleri prim gelirleri bakımından en büyük paya sahip beş teşebbüsün tümünün Turkcell iş ortağı oldukları, bununla birlikte ilk sırada gelen Figen Yazılım'ın Turkcell'in yanı sıra Avea'yla da ve ikinci sıradaki ODC İş Çözümleri'nin her üç mobil operatörle de çalıştıkları anlaşılmaktadır.
- (66) İş ortaklarının operatörler açısından önemlerinin bir ölçütü olarak ilgili operatörün toplam prim ödemelerinden aldıkları pay kullanılabilir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, Turkcell için en önemli iş ortağının Figen Yazılım olduğu, bunu Turatel ve Mobildev'in izlediği görülmektedir. Avea içinse en önemli iş ortağı ODC İş Çözümleri'dir. ODC İş Çözümleri, tek başına, Avea'nın tüm toplu mesaj iş ortaklarına ödediği primlerin yaklaşık %(.....)'unu elde etmektedir. Figen Yazılım ise toplam Avea prim ödemelerinden aldığı

yaklaşık %(.)'lik payla ikinci sırada gelmektedir. Bu noktada dikkati çeken husus, Avea'nın en önemli iki iş ortağının aynı zamanda Turkcell'in de iş ortağı olduğu ve Turkcell'in teklifini kabul etmeleri halinde münhasıran Turkcell ile çalışmalarının gündeme geleceğidir.

- (67) Dosyada yer alan, 2013 yılı itibariyle Turkcell ve Avea'nın iş ortaklarına yaptıkları prim ödemelerinin ilgili iş ortakları üzerinden elde edilen gelir içindeki payına bakıldığında, Turkcell ve Avea'nın iş ortakları üzerinden elde ettikleri gelirin her 100 TL'si için, sırasıyla (.) ve (.)TL prim ödemesinde buldukları (.) görülmektedir.
- (68) Turkcell'in münhasıran iş ortaklığı ilişkisi içine girmek istediği iş ortaklarını varsayımsal olarak sadece kendileriyle çalışmaya ikna etmek üzere, rakiplerin Turkcell ile eşit koşullarda rekabet edip edemeyeceklerinin değerlendirilmesi amacıyla, 2013 yılı için mobil operatörlerin kendileriyle münhasıran çalışmakta olan iş ortaklarına yarattıkları prim gelirleri incelendiğinde ise, Avea ve Vodafone'un münhasıran çalışmakta oldukları iş ortakları için yarattıkları prim gelirin, Turkcell'in münhasır iş ortakları için yarattığı prim gelirin oldukça gerisinde kaldığı anlaşılmıştır. Bu çerçevede, Avea ya da Vodafone'un münhasıran çalışmakta olduğu tüm iş ortakları yerine sadece bir iş ortağıyla münhasıran çalışacakları varsayılsa bile Figen Yazılım, ODC İş Çözümleri, Codec, Hermes, Mobildev ve Turatel'e, bu teşebbüslerin 2013 yılı verileriyle elde ettikleri prim gelirlerinden daha yüksek bir prim geliri sağlayamayacakları ya da bu prim gelirini sağlamak üzere mevcut durumda iş ortaklarına ödemekte oldukları primin çok daha üstünde bir prim ödemesi yapmalarının gerekeceği görülmektedir. Diğer bir deyişle, Avea ve Vodafone'un Turkcell'in münhasıran çalışmak istediği iş ortakları arasında yer alan ve yukarıda sayılan iş ortaklarına Turkcell'in sağladığı iş hacmini sağlamaları mümkün görünmemekte, dolayısıyla Turkcell ile eşit koşullarda rekabet etmemektedirler. Münhasır iş ortağı başına ortalama prim ödemeleri dikkate alındığında da Turkcell'in, Avea ve Vodafone'a göre iş ortağı başına yaklaşık (.) kat daha fazla prim geliri yarattığı görülmektedir.
- (69) Ayrıca Turkcell'in, toplu mesajlaşma iş ortakları için potansiyel satış tabanı anlamına gelen kurumsal müşterilere yönelik GSM hizmetlerindeki pazar konumunun, marka imajının (toplu mesajlaşma iş ortakları "Turkcell İş Ortağı" nitelemesini kullanmış olmaktadır), satış kanalı gücünün (iş ortaklığı ilişkisi çerçevesinde toplu mesaj iş ortakları potansiyel satış imkanlarına ulaşmada operatörün satış kanalını da kullanmış olmaktadır) toplu mesajlaşma iş ortakları için önem taşıdığı anlaşılmaktadır.
- (70) Ticaretin seviyesi ve ürünün niteliği pazar kapama bakımından önemli faktörlerdir. Ara mallarda veya ürünün homojen olduğu hallerde pazar kapama ihtimalinin daha az olduğu kabul edilmektedir. Bildirime konu münhasırlık yükümlülüğü toplu mesaj hizmetlerinin perakende düzeyde sunumuyla ilgilidir. Farklı sınıf ve kalite olan heterojen bir ürüne göre homojen bir üründe kapatılmış bir alıcı için olası temin kaynaklarından birini kaybetmek daha az önemlidir. Aslında bu husus hem piyasanın kapatılması hem de rakiplerin maliyetinin yükseltilmesi kapsamında ele alınabilecek, bir teşebbüsün pazardaki alıcıların ya da sağlayıcıların tamamını ya da önemli bir bölümünü kendisine bağlamasa bile pazarın kapanabileceğine ya da rakiplerin maliyetlerini yükseltebileceğine işaret eden darboğaz teorisiyle de bağlantılıdır.
- (71) Bu çerçevede, toplu mesaj iş ortaklarının pazardaki fonksiyonlarını, bu fonksiyonun pazar, oyuncular ve müşteriler açısından önemini, iş ortaklığı ilişkisi çerçevesinde üstlendikleri fonksiyonlarla, sundukları hizmetlerle operatörlerin ve müşterilerin gözünde benzer konumda olan teşebbüsler olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceklerini incelemek gerekmektedir.

- (72) Toplu mesajlaşma iş ortağı firmalar toplu mesaj hizmetlerinin yanı sıra müşterilerine kurumsal çözümler üretmek adına, mobil pazarlama, sosyal medya pazarlama, araç takip sistemi, web tabanlı çözümler, web tasarım, yazılım, çağrı merkezi, bilişim danışmanlık, teknik servis vb. hizmetler de sunabildikleri görülmektedir. Dolayısıyla, toplu mesaj iş ortakları müşterilerine toplu mesajlaşma alanı dışında operatörlerle iş birliği içinde oldukları ya da olmadıkları çeşitli kurumsal çözümler sunabildikleri anlaşılmaktadır.
- (73) Toplu mesajlaşma iş ortağı firmalar tarafından müşterinin salt toplu mesaj hizmetini kullanabilmesini sağlamak üzere sunulan arayüz/yazılım, kurulum, teknik destek vb. hizmetler için nihai müşteriden herhangi bir ücret almaları büyük ölçüde söz konusu değildir. Müşterinin ilgili hizmeti iş ortağının arayüzü üzerinden kullanması ya da müşterinin yazılımlarıyla iş ortağının toplu mesaj yazılımlarının entegrasyonunda standart yazılımların kullanılması hallerinde müşteri tarafından iş ortağına herhangi bir ödeme yapılmamaktadır. Müşterinin programlarının iş ortağının mesaj programı ile konuşamaması/uyum sağlayamaması gibi durumlarda araya ek bir yazılım konulması gerekebilmekte, bu yazılım iş ortağı tarafından ayrıca ücretlendirilebilmektedir. Ancak, ODC İş Çözümleri'nin verdiği bilgiye göre bu tür durumlarla nadiren karşılaşılmaktadır. Hizmetin sunumunda karşılaşılan diğer bir unsur ise özellikle banka, finans kuruluşu, holding gibi büyük müşterilerin ihtiyaçlarına özgü yazılımların, entegrasyonların geliştirilmesini istedikleri durumlardır. Bu tür büyük ölçekli işletmeler, toplu mesajlaşma, mobil pazarlama hizmetlerinin CRM (müşteri ilişkileri yönetimi-customer relationship management), ERP (işletme kaynak planlaması-enterprise resource planning) vb. platformlarla/yazılımlarla entegre çalışması için, iş ortağının kendilerine kuracağı özel platform ve sağlayacağı yazılım karşılığında iş ortağı firmaya (operatörden bağımsız olarak) bir hizmet/proje bedeli ödeyebilmektedir. Bununla birlikte, müşteriye özel entegrasyon, yazılım geliştirildiği durumlarda dahi müşterinin kullanacağı toplu mesaj miktarına bağlı olarak iş ortakları tarafından ücret talep edilmeyebilmekte, müşterinin toplu mesaj kullanımıyla ortaya çıkan gelirin iş ortağının bu maliyetlerini karşılayacağı beklentisiyle hareket edilmektedir.
- (74) Dolayısıyla, müşteri çoğunlukla iş ortağından aldığı hizmet için ayrıca bir ücret ödememekte, kullandığı ve fiyatı operatör tarafından belirlenen toplu mesajın ücretini doğrudan operatöre ödemektedir. Müşterinin iş ortağının hizmetleri için ayrıca bir ücret ödemediği böylesi durumlarda müşterinin hangi iş ortağı ile çalışacağı seçimi farklı iş ortaklarının fiyat-kalite bileşenleri arasındaki seçime değil; sadece iş ortağının üstlendiği fonksiyon bakımından hizmet kalitesine bağlı olmaktadır. Diğer bir deyişle, iş ortakları arasındaki rekabette en önemli unsurlardan biri olan fiyat rekabeti devre dışı kalmaktadır. Fiyat, operatörler tarafından belirlenmekte ve operatörler arası ya da toplu mesaj hizmeti sunan diğer teşebbüsler arası rekabetin bir unsuru olarak kalmaktadır.
- (75) Çoğu durumda iş ortağı hizmetlerinden dolayı müşterinin ayrıca bir ödemede bulunmasının gerekmemesi, müşterinin seçimini operatör tarafından belirlenen fiyat ve kısmen operatör kısmen iş ortağı tarafından belirlenen kalite bileşenleri arasındaki bir seçime dönüştürmektedir. Dolayısıyla, söz konusu iş ortaklarının sundukları hizmetlerle operatörlerin ve müşterilerin gözünde benzer konumda olan, eş değerde kabul edilebilecek teşebbüsler olup olmadıkları değerlendirilmelidir.
- (76) Avea'nın verdiği bilgilere göre, iş ortaklarının müşteri portföyleri, hizmet kaliteleri, marka bilinirlikleri, referansları, network güçleri, bunlara bağlı olarak pazardaki müşteri kazanımları, rekabet ve müşteri tarafından tercih edilme güçleri birbirinden farklılık göstermektedir. Bu farklılık söz konusu iş ortaklarının müşteri adetleri ve gelirleriyle doğru orantılıdır. Söz konusu farklılık iş ortağının sahip olduğu kurumsal SMS ve bunun dışındaki yazılım ve teknik altyapıları, satış gücü, alt bayi kanalı ve bu kanaldaki alt bayi sayısı gibi kriterlerden kaynaklanmaktadır. Avea'nın verdiği bilgilere göre, örneğin Mobildev, Turatel

gibi firmalar pazara ilk giriş yapan, marka bilinirliği yüksek olan ve geniş alt bayi ağına sahip olan teşebbüslerdir. Ayrıca Avea, zaman zaman toplu SMS ürününün mobil reklam, M2M (machine to machine) vb. diğer çözüm ürünleri ile paket halinde müşteriye sunulduğunu belirtmektedir.

- (77) Vodafone'un verdiği bilgilere göre, bazı iş ortakları uzun vadeli profesyonel hizmet anlayışı, yüksek performanslı hizmet sağlayışı, yüksek organizasyon becerisi ve spesifik durumlara özel anında çözüm üretebilme yetisi, yüksek standartlı yazılım hizmetleri, kontrollü, güvenli, hızlı ve istikrarlı çalışan sistem altyapıları ile farklılık yaratmaktadır. Pazarda tanınan iş ortaklarının marka güç ve bilinirlikleri ile yıllar içinde oluşturdukları güçlü ve büyük müşterilerden oluşan referansları da kendilerini pazarda farklılaştırmaktadır. Ayrıca banka, finans kuruluşu, holding gibi büyük ölçekli işletmeler toplu mesajlaşma, mobil pazarlama, web tasarım, yazılım, bilişim danışmanlık, operasyonel destek gibi hizmetleri birlikte talep edebilmektedir. İş ortağının kurumsal çözümler kapsamında sunduğu ürünlerin çeşitliliğine ve niteliğine göre de bu firmaların profilleri ve mevcut ya da potansiyel müşteri skalası değişebilmektedir. Vodafone'a göre, iş ortağı firmaların farklılaşmasına neden olan diğer bir unsur bu firmaların destek firmalarının sayısı ve yaygınlığı olup, destek firma sayısı yüksek olan firmalar pazarda daha etkin bir şekilde faaliyet gösterebilmektedir.
- (78) Turkcell ise, iş birliği içinde olduğu iş ortaklarının farklı müşteri gruplarına hitap edebilecek mahiyette birbirlerinden farklılaştığını, iş ortaklarının benimsedikleri satış yönteminin farklılaşmayı tetikleyen önemli bir unsur olduğunu, örneğin sadece internet üzerinden satış pazarlama faaliyeti yürüten iş ortakları ile destek firmaları aracılığıyla çalışan ya da kendi satış yapılanmasını kuran iş ortakları arasında bilinirlik, hizmet kalitesi gibi çeşitli parametreler bakımından farklılaşma olmasının muhtemel olduğunu, diğer yandan iş ortaklarının odak noktalarının da birbirleri arasında farklılaşmayı getirdiğini, bir kısım iş ortağının sadece sektörel bazlı müşterilere odaklanmayı tercih ederken bazı firmaların bölgesel ya da müşteri grubuna göre odaklanmayı tercih edebildiklerini bu durumun ise destek firmalarının sayıları ve yaygınlıkları (örneğin bölgesel olarak yayılmış bir müşteriye hizmet sunabilmek için yaygın bir iş birimi ağına gereklilik duyulması gibi) bakımından farklılaşmaya yol açabileceğini ve son olarak pazara önceden giriş yapılması ve Türkiye çapında faaliyet gösterilmesi gibi etkenlerin iş ortağı firmaların marka bilinirlikleri ve güçlerine katkı sağlayabileceğini belirtmektedir.
- (79) Görüldüğü üzere, her üç operatör de iş ortaklarını ve hizmet kalitelerini operatör ve müşteri gözünde farklılaştıran unsurlar bulunduğunu ifade etmektedir. İş ortaklarının pazardaki konumları arayüzleri/yazılımları üzerinden elde edilen toplu mesaj geliri ya da sağladıkları hizmetlerin karşılığı olarak elde ettikleri prim gelirleri ya da yeni müşteri kazanma güçleri gibi çeşitli kriterlerle ölçülebilecektir. Ancak bu ölçümlemede, toplu mesaj hizmetinin sunuluşu ve iş ortaklığı ilişkisinin işleyişi çerçevesinde operatör etkisinin göz ardı edilmeden yapılması gerekmektedir. Nitekim, belli bir iş ortağının pazardaki konumu iş ortaklığı ilişkisi içinde bulunduğu operatörün gücünden etkilenmektedir. Bu nedenle, münhasıran çalışmaları gündeme gelecek olan iş ortaklarının, Turkcell ile iş ortaklığı çerçevesindeki faaliyetleri bakımından güçlerinin karşılaştırılması operatör farklılıklarından kaynaklı sorunları elimine edebilecektir. Bu amaçla öncelikle, her bir Turkcell iş ortağı üzerinden Turkcell tarafından elde edilen gelirin Turkcell geliri içindeki payını yansıtan veriler incelendiğinde, iş ortaklarının bu açıdan paylarının yaklaşık %(.....) ile %(.....) gibi bir skalada farklılaştığı ve Figensoft, Turatel ve Mobildev'in %(.....)'in üzerindeki birbirlerine yakın paylarıyla diğer iş ortaklarına göre önemli ölçüde ön plana çıktıkları görülmektedir. Nitekim, Turkcell iş ortaklarının Turkcell'den elde ettikleri prim gelirleri incelendiğinde de, Turkcell prim ödemeleri içindeki payı itibarıyla iş ortaklarının birbirlerinden önemli ölçüde

farklılaştıkları ve bu veri açısından da Figensoft, Turatel ve Mobildev'in en az %(.....) üzerindeki paylarıyla ön plana çıkan Turkcell iş ortakları olduğu anlaşılmaktadır.

- (80) Yeni müşteri kazanımı bakımından iş ortaklarının konumunun ele alınışında ise dosyada ayrıntılarına yer verilen Turkcell iş ortaklarının 2013 yılında doğrudan kazandıkları yeni müşterilerin sayısına, ilgili yılda bunlar üzerinden elde edilen toplu mesaj geliri ile iş ortaklarının bu açıdan paylarına bakılması önem taşımaktadır. Buna göre, Turkcell iş ortaklarının doğrudan kazandıkları yeni müşterilerden elde edilen gelir rakamları karşılaştırıldığında, yine ilk üç sırayı Mobildev, Turatel ve Figensoft'un aldıkları anlaşılmaktadır.
- (81) Turkcell ile münhasıran çalışmaları gündeme gelebilecek olan iş ortakları, Turkcell bünyesindeki faaliyetleri bakımından karşılaştırıldıklarında, arayüzleri/yazılımları üzerinden elde edilen gelir veya sağladıkları hizmetlerin karşılığı olarak elde ettikleri prim gelirleri ya da yeni müşteri kazanma güçleri gibi çeşitli kriterler bakımından farklılaştıkları, dolayısıyla tüm iş ortaklarının operatör ve müşteri bakımından değerlerinin aynı ya da benzer olduğunun söylenemeyeceği, pazarda sayılan kriterler bakımından ön plana çıkan iş ortaklarının bulunduğu kanaati oluşmaktadır. Bu iş ortaklarının hangileri olduğunun belirlenmesinde, iş ortaklarının rakip operatörlerle de yürüttükleri faaliyetler dikkate alınarak bir değerlendirme yapılması ihtiyacı çerçevesinde, iş ortaklarının sundukları hizmetlerin karşılığı olarak elde ettikleri prim gelirleri, diğer bir deyişle ciroları paydasında karşılaştırma yapılması mümkündür. Bu açıdan dosyada sunulan veriler doğrultusunda, Figen Yazılım, ODC İş Çözümleri, Turatel ve Mobildev'in elde ettikleri prim geliri bakımından en yakın rakiplerine göre yüksek pazar paylarıyla faaliyet gösterdikleri, münhasıran Turkcell ile çalışmaları gündeme gelebilecek bu dört teşebbüsün birlikte, mobil operatör iş ortaklarının toplam cirosu içinde yaklaşık %(.....) paya sahip oldukları anlaşılmaktadır.
- (82) Avea ve Vodafone'un, Turkcell'in iş ortaklarını birbirlerinden farklılaştıran unsurlar için değindikleri hususlardan biri de iş ortaklarının alt bayilerinin (destek firmalarının) sayı ve yaygınlıklarıdır. Alt bayiler genel olarak lisanslı paket yazılımlar sunan yazılım ve teknoloji firmalarıdır. Bu firmalar müşterilerine sağladıkları müşteri ilişkileri yönetimi ya da muhasebe programı gibi yazılımların yanında müşterilerin bu yazılımlar üzerinden mesaj gönderebilmelerine imkan tanıyan yazılım ya da arayüzlerin kurulumunu yaparak, ana faaliyet konularını oluşturan yazılım hizmetlerinin yanında toplu mesaj hizmetlerinin de pazarlamasını yapmaktadır.
- (83) Avea'nın verdiği bilgilere göre, özellikle KOBİ niteliğindeki işletmeciler bakımından iş ortakları ve iş ortaklarının alt bayileri ayrı bir öneme sahiptir. KOBİ segmentindeki müşterilere ulaşmak iş ortakları ve iş ortaklarının alt bayi ağı üzerinden gerçekleşmektedir. Avea'ya göre, bu müşteri segmentinde güçlü olan iş ortakları ile Turkcell'in münhasır çalışması durumunda diğer işletmecilerin KOBİ kanalına etkin bir şekilde satış yapması mümkün olmayacaktır. Ayrıca Avea'nın sahadan edindiği bilgiler, Turkcell'in toplu mesajlaşma iş ortaklarının hâlihazırda alt bayileri ile münhasır çalışmakta oldukları yönündedir. Vodafone da benzer şekilde kendi kategorizasyonunda SME (Small Medium Enterprise) segmentindeki müşterilere Vodafone kurumsal satış kanalı ve iş ortakları üzerinden satış yapıldığını, iş ortaklarının farklılaşmasının ve büyüklüğünün bir göstergesi olan yaygın alt bayi ağlarının SME grubu müşterilere büyük ölçüde satışı gerçekleştirdiklerini, ayrıca piyasadaki edindikleri bilgiye göre, iş ortaklarının rakip operatörün ürünlerini satan alt bayiler ile çalışmayı tercih etmediklerini ifade etmektedir.
- (84) Ayrıca STH işletmecileri toplu mesajlaşma hizmetini verirken iş ortakları yerine daha düşük kar marjı ile çalışan alt bayileri tercih etmektedir. Nitekim, GES Telekomünikasyon da STH işletmecilerinin mobil operatörlerden daha fazla sayıda iş ortağına sahip olduklarını,

bununla birlikte bu iş ortaklarının GSM operatörlerinin iş ortaklarının alt bayilerine denk düşüğünü belirtmektedir.

- (85) Turkcell'in alt bayilere ilişkin verdiği bilgiler ise; münhasır çalışma yükümlülüğünün sadece Turkcell'in halihazırda çalışmakta olduğu iş ortakları için uygulanmasının planlandığı, Turkcell'in bugüne kadar ne doğrudan ne de iş ortağı üzerinden dolayı olarak iş ortaklarının alt bayileriyle işbirliğinin, bu firmalardan herhangi bir talebinin ya da müdahalesinin olmadığı, bundan sonra da olmayacağı, münhasırlık uygulamasına muafiyet verilmesi halinde iş ortaklarının alt bayilerine herhangi bir kısıt ileri sürülemeyeceği yönündedir. Ayrıca Turkcell'e göre, mevzuat, pazarın işleyişi, fiili olanaklar/olanaksızlıklar değerlendirildiğinde, alt bayilerin farklı operatör ürünlerinin satışına aracılık etmeleri önünde bir engel bulunmamaktadır. Dosyada yer alan Turkcell ile münhasıran çalışmaları gündeme gelebilecek Turkcell iş ortaklarının alt bayi sayılarına bakıldığında, en fazla alt bayisi bulunan ilk üç firmanın sırasıyla, Mobildev ((.....)), Figen Yazılım ((.....)) ve Turatel ((.....)) olduğu görülmektedir. Bu üç firma aynı zamanda arayüzleri/yazılımları üzerinden elde edilen gelir, aldıkları prim ya da yeni müşteri kazanma gücü açılarından pazarda ön plana çıkan firmalardır. Bununla birlikte, iş ortaklarının pazardaki güçleriyle alt bayi sayıları arasında her iş ortağı için geçerli doğru orantılı bir ilişki olduğu da ileri sürülememektedir. Nitekim, pazarda güçlü bir konuma sahip olan ODC İş Çözümleri'nin hiçbir alt bayisi olmadığı görülmektedir. ODC İş Çözümleri daha çok büyük müşterilerle özellikle bankalarla çalışmaktadır.
- (86) Turkcell'in iş ortaklarının benimsedikleri satış yöntemlerinin farklılaşabileceği⁴ yönünde verdiği bilgilere ek olarak, ODC İş Çözümleri'nin verdiği bilgiler bazı iş ortaklarının standart hizmet alan küçük müşterilerle satış ağırlıklı çalışırken bazı iş ortaklarının entegrasyonlu hizmetler ile yazılım ağırlıklı çalıştıkları yönündedir. Bununla birlikte Mobildev, Figen Yazılım, Turatel gibi görece alt bayi ağı daha geniş olan iş ortaklarının aynı zamanda büyük müşterilere yazılım ve entegrasyon ağırlıklı hizmetler sunma yeterliliklerinin de bulunduğu bu nedenle pazardaki güçleri bakımından ön plana çıktıkları anlaşılmaktadır.
- (87) Avea ve Vodafone'un iş ortaklarının alt bayi ağının genişliğinin özellikle KOBİ niteliğindeki müşterilere erişimde büyük öneme sahip olduğu yönündeki argümanları bakımından Turkcell iş ortaklarının 2013 yılında doğrudan kazandıkları MB ve SM segmenti müşterileri sayıları ile bu müşteriler üzerinden elde edilen gelir bakımlarından payları incelendiğinde; öncelikle hiç alt bayi ağı olmayan ya da alt bayi sayısı son derece sınırlı düzeyde olan iş ortaklarının da MB ve SB statüsündeki müşterilere satış yapabildikleri görülmektedir. Ayrıca, yine her bir iş ortağı için alt bayi sayısı ile kazandığı yeni MB ve SB statüsündeki müşteri sayıları ve bunlar üzerinden elde edilen gelir açısından (tam bir doğru orantı kurulmasa da) en geniş alt bayi ağına sahip Mobildev, Figen Yazılım ve Turatel'in ilk üç sırada oldukları görülmektedir⁵. Sonuç olarak, Mobildev, Figen Yazılım ve Turatel'in diğer unsurların yanı sıra alt bayi ağı yaygınlıklarıyla da ön plana çıkan firmalar oldukları anlaşılmaktadır.
- (88) İş ortaklarının alt bayileriyle çalışma şekilleri ise münhasırlık açısından farklılık göstermektedir. İş ortaklarının alt bayi bulmalarının ne kadar zor ya da kolay olduğunun değerlendirilmesi bakımından çeşitli iş ortaklarından alınan bilgiler, alt bayi olarak çalışacak firmaların bulunmasının zor olmadığı yönündedir. ODC İş Çözümleri bir alt bayilik ağı kurmak istedikleri takdirde alt bayi olarak çalışacak firmaların bulmalarının güç olmayacağını ancak böyle bir ağın kurulmasının zaman alacağını düşünmektedir. Hem Avea hem de

⁴ Örneğin, sadece internet üzerinden satış pazarlama faaliyeti yürüten iş ortakları ile destek firmaları aracılığıyla çalışan ya da kendi satış yapılanmasını kuran iş ortakları gibi.

⁵ Sadece SB statüsü müşteri kazanımında kazanılan müşteri sayısı bakımından ((.....)) geçtiği görülmektedir.

Türk Telekom iş ortağı olarak faaliyet gösteren GES ise, kırtasiyeler, bilgisayar tamircileri gibi kurumsal olmayan yerlerin dahi alt bayi olabileceğini ve bunlarla iş ortakları arasındaki ilişkilerin çoğunlukla belli bir sözleşmeye dayanmayan arızı nitelikte ilişkiler olduğunu belirtmektedir. GES Telekom, Türk Telekom'un geniş satış ağı nedeniyle alt bayilik ağı kurmaya gerek duymadığını, ancak sadece mobil operatörlerin iş ortaklığını yürütüyor olsaydı bir bayilik ağı kurmaya ihtiyacının oluşacağını belirtmektedir. Mobildev, iş ortaklarının alt bayi bulmalarının zor olmadığını ancak kendisinininkile benzer bir ağın kurulması için zaman, istek ve yoğunlaşmanın gerektiğini, Mobildev'in söz konusu alt bayi sayısına (.....) yılda ulaştığını, ancak STH işletmecilerinin hızlıca alt bayi ağlarını genişlettiklerini ifade etmektedir.

- (89) Bu çerçevede, operatörlerin toplu mesajlaşma iş ortaklarının alt bayi bulmalarının güç olmadığı, bununla birlikte söz konusu iş ortaklarının gerek odaklandıkları müşteri profillerine, sektörlerine, satış ağırlıklı bir iş modeli seçip seçmediklerine ve iş birliği içinde oldukları operatörün satış ağını kendileri için yeterli bulup bulmadıklarına bağlı olarak alt bayilik ağı kurma ya da kurmama eğilimi içinde oldukları anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, mevcut durumda alt bayilik ağı daha geniş olan iş ortaklarının birlikte çalıştıkları operatörün satış gücüne katkı sağladıklarının da açık olduğu ve Mobildev, Figensoft ve Turatel'in görece daha geniş bayilik ağları ile çalıştıkları operatörlere özellikle KOBİ niteliğindeki müşterilere yapılan satışlarda müşteri kazanımı bakımından belli bir ölçüde fayda sağladıkları kanaati oluşmaktadır. Küçük ölçekli olanları için geçerli olmak üzere KOBİ'ler açısından operatörlerin STH işletmecilerinin düşük fiyatlı rekabetçi baskısı altında oldukları dikkate alınsa dahi, bu rekabetçi baskının Turkcell kadar Avea ve Vodafone için de geçerli olduğu dikkate alınmalıdır. Dolayısıyla, alt bayi ağı görece geniş olan Mobildev, Figensoft ve Turatel gibi firmalarla Turkcell'in münhasıran çalışmasının, Avea ve Vodafone'un iddia ettiği şekilde KOBİ niteliğindeki müşterilere erişimi tamamen ya da büyük ölçüde engelleyemese de, bu operatörler aleyhine, Turkcell lehine belli bir avantaj sağlayacağı kanaatine varılmıştır.
- (90) Bu noktada geçiş maliyetlerinin de değerlendirilmesi gerekmektedir. Operatörler müşterilerine toplu mesajlaşma hizmetlerini sunarken müşterinin aylık ya da yıllık bazda verdiği belli bir adette toplu mesaj gönderme yönündeki taahhütlerine bağlı olarak, birim mesaj ücretlerinde indirim gitmektedir. Müşteri taahhüdünü dolduramaz ya da taahhüdünden cayar ise, BTK düzenlemeleri çerçevesinde hizmetin taahhütsüz kullanımına göre oluşan faydanın müşteri tarafından bir anlamda geri ödenmesi söz konusu olmaktadır.
- (91) Değerlendirme açısından iş ortağı değiştirme maliyetleri önemli bir unsurdur. İş ortaklarından alınan bilgilere göre, iş ortağı birden fazla operatörle çalışıyorsa, müşteri için operatör değiştirmek kendisini operatöre bağlayan başkaca herhangi bir anlaşma ya da taahhüdünün olmaması halinde maliyet doğurmamaktadır. İş ortağı değişiminde ise bir zaman ve operasyon maliyeti gündeme gelmekle birlikte, bu maliyet hizmetin sunumunda standart arayüz ya da yazılımların kullanıldığı hallerde müşterinin iş ortağını değiştirmesini zorlaştıracak düzeyde olmamaktadır. Bununla birlikte, iş ortağının verdiği hizmette entegrasyon seviyesi arttıkça iş ortağını değiştirmek daha uzun zaman gerektirmekte ve zorlaşmaktadır. Ayrıca ODC İş Çözümleri'nin verdiği bilgiye göre, sigorta, perakende, tekstil, otelcilik gibi sektörlerde entegrasyon gerektiren yazılımlarla hizmet alımı son bir yıldır artmaktadır.
- (92) Diğer yandan rakip operatörler, GES Telekom ile ODC İş Çözümleri'nden alınan bilgilerden, müşterinin iş ortağının hizmetinden memnun olduğu ölçüde iş ortağını değiştirme eğiliminin azaldığı anlaşılmaktadır. ODC İş Çözümleri'nin verdiği bilgiye göre, operatörlerin uyguladığı fiyat göz ardı edildiğinde, iş ortağının, müşteriye gösterdiği ilgi,

arayüzünün işlevselliği, kullanım kolaylığı ve müşterinin alışkanlıkları önemli hale gelmektedir. Vodafone ise, marka güçleri, bilinirlikleri, hizmet kaliteleri gibi açılardan pazarda ön plana çıkan iş ortaklarının bulunduğunu ve bu firmalarla çalışan bazı müşterilerin operatör değiştirmek isteseler bile, iş ortaklarını değiştirmek istememeleri nedeniyle mevcut operatörlerinde kalmaya devam ettiklerini ifade etmektedir.

- (93) Müşterilerin iş ortağı seçimlerini ve belli bir iş ortağında devam etme kararlarını etkileyen unsurlardan biri de, iş ortağının o müşteriye toplu mesajlaşmanın yanı sıra başkaca bir kurumsal çözüm sunup sunmadığıdır. Müşterinin toplu mesajlaşma iş ortağından başka hizmetler de almak istediği ya da aldığı hallerde, iş ortağı seçimi ya da mevcut iş ortağına olan bağımlılığı etkilenecektir. Bu açıdan, hem toplu mesajlaşma ürünleriyle son derece ilişkili olması hem de sunumunun operatörlerle işbirliğini gerektirmesi nedenleriyle mobil pazarlama hizmetlerinin özellikle göz önünde bulundurulması önem taşımaktadır. Büyük ya da orta ölçekli işletmelerin toplu mesajlaşma hizmetlerinin yanı sıra mobil pazarlama hizmetlerine de ihtiyaç duydukları dikkate alındığında, iş ortaklarının toplu mesajlaşmanın yanı sıra mobil pazarlama hizmetleri de sunmalarının, (mobil pazarlama hizmetleri kapsamındaki birçok durumda müşteri için farklı operatörlerin izinli veri tabanlarının birbirlerini tamamlayıcı nitelikte olması nedeniyle) hatta her üç mobil operatörle de mobil pazarlama konusunda işbirliği içinde olmalarının bu iş ortakları için avantaj yarattığı, değerlendirilmektedir. Münhasıran çalışmaları gündeme gelebilecek toplu mesajlaşma iş ortaklarından Mobildev, Turatel, Codec, Figen Yazılım ve Teknomart Turkcell ile mobil pazarlama alanında da işbirliği içindedir. Diğer yandan bu firmalardan Mobildev, Codec, Figen Yazılım'ın aynı zamanda Avea ve Vodafone'un da mobil pazarlama iş ortakları arasında yer aldıkları anlaşılmaktadır.
- (94) Bu bilgiler çerçevesinde, iş ortağının hizmet kalitesinin, müşteride yarattığı memnuniyet ve alışkanlıkların, entegrasyon düzeyi artıçça devreye giren geçiş maliyetlerinin, iş ortağının toplu mesajlaşmanın yanı sıra sunduğu hizmetlerin portföy etkisinin, müşterilerin iş ortağı seçimleri ya da belli bir iş ortağıyla çalışmaya devam edip etmeme kararları üzerindeki etkisiyle operatörler arasındaki rekabeti de etkilediği kanaatine varılmıştır.
- (95) Sonuç olarak, toplu mesajlaşma pazarında Mobildev, Turatel, Figen Yazılım, ve ODC İş Çözümleri gibi görece daha güçlü konumda bulunan iş ortaklarının bulunduğu, bu iş ortaklarının müşteri ve operatörler açısından diğer iş ortaklarıyla eş değerde olmadıkları, Turkcell'in bu iş ortaklarıyla münhasıran çalışması halinde, bu iş ortaklarının pazardaki güçlerini diğer iş ortaklarından farklılaştıran unsurların bir sonucu olarak operatörler arasındaki rekabetin Turkcell lehine etkileneceği ve bu etkinin boyutunun söz konusu iş ortaklarının üzerinden elde edilen toplu mesajlaşma geliriyle ölçümlendiğinde, %(.....) gibi yüksek bir etkilenen pazar payı ile temsil edildiği değerlendirilmektedir.
- (96) Bununla birlikte, rakiplerin etkin bir şekilde faaliyet göstermeleri bakımından pazardaki iş ortaklarına ne ölçüde ihtiyaç duydukları, alternatif ya da yeni iş ortakları bulmalarının kolay ya da zor olması kapama riskinin belirlenmesinde öneme sahiptir. Giriş engelleri kapama etkisinin değerlendirilmesinde dikkate alınan önemli bir unsurdur. Rakip teşebbüsler bakımından yeni ya da alternatif iş ortaklarının bulunmasının görece kolay olduğu durumlarda pazarın kapanmasından bahsetmek mümkün olmayacaktır. Nitekim belli bir münhasırlık düzenlemesinden pazarın önemli bir kısmı etkilenmiş olsa bile, bu durum tek başına pazarın rakiplere kapandığı anlamı taşımamaktadır. Değerlendirme bakımından önemli olan ikinci bir unsur daha bulunmaktadır ki, bu rakiplerin yeni ya da alternatif iş ortaklarına ulaşabiliyor olup olmadıklarıdır.
- (97) Dolayısıyla, bu noktada öncelikle iş ortaklığı seviyesinde pazara giriş engellerinin bulunup bulunmadığı değerlendirilmelidir. Toplu mesajlaşma iş ortaklarının pazara girişlerinde

önemli düzeyde bir sermaye maliyeti ile karşı karşıya olmadıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca hizmetin sunumu bakımından iş ortaklarının başlangıçtaki teknik bilgi gereksinimleri pazara girişlerini zorlaştıracak düzeyde bulunmamaktadır. Gerek Turkcell'in gerekse Avea ve Vodafone'un toplu mesajlaşma iş ortakları arasında elde ettikleri yıllık prim tutarları son derece düşük düzeyde olan iş ortaklarının bulunduğu göz önünde bulundurulduğunda, iş ortaklarının pazarda karlı bir şekilde faaliyet gösterebilmek için yakalamaları gereken önemli düzeyde bir minimum ölçekten bahsedilemeyeceği sonucuna ulaşılmaktadır. Diğer yandan, zaman zaman örnekleri yaşandığı üzere iş ortaklarının alt bayileri olarak faaliyet gösteren firmaların operatörlerin iş ortaklığına soyunmaları önünde de bir engel görünmemektedir.

- (98) Vodafone tarafından verilen bilgilere göre, mevcut durumda pazarda nispeten büyük ölçekli firmalar bulunmakta ve bu firmaların sahip oldukları müşteri portföyü, marka bilinirlikleri ve referans güçleri pazara yeni girecek oyuncular için giriş engeli yaratmaktadır. Avea'nın verdiği bilgilere göre ise, sundukları teknik destek, altyapı ve yazılım hizmetleri pazardaki marka bilinirlikleri ve network güçleri iş ortaklarının toplu mesaj alanındaki satış ve pazar paylarını belirleyen parametreler olup, bu unsurlar dikkate alındığında, yeni kurulan iş ortaklarının pazarda var olmaları, kendilerini ispat etmeleri ve büyümeleri uzun süre alan bir süreçtir.
- (99) Bu açıklamalar çerçevesinde, Turkcell'in rakiplerinin yeni iş ortakları bulmalarının zor olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak, değerlendirme açısından önemli bir diğer unsur rakiplerin, sadece kendileriyle çalışmalarını sağlamak üzere Turkcell ile eşit koşullarda rekabet edemedikleri iş ortaklarıyla eş değerde, benzer konumda iş ortakları bulup bulamayacaklarıdır. Mobildev, Figen Yazılım, Turatel ve ODC İş Çözümleri'nin pazardaki konumlarına ve bu teşebbüsleri ön plana çıkaran unsurlara ilişkin yukarıda verilen bilgiler çerçevesinde, rakiplerin bu firmalarla eş etkinlikte, eş değerde iş ortakları bulmalarının güç olduğu değerlendirilmektedir. Bu dört iş ortağının arayüzleri/yazılımları kullanılarak elde edilen toplu mesajlaşma geliri ayrı ayrı her bir iş ortağı için Vodafone'un toplu mesaj gelirini geçmektedir. Sadece bu iş ortaklarının arayüzleri/yazılımları kullanılarak elde edilen toplu mesajlaşma geliri toplamda pazarın yaklaşık %(...)'ini oluşturmaktadır ki, bu oran Avea ve Vodafone'un toplam pazar paylarının üstündedir.
- (100) Turkcell'in münhasıran çalışmak istediği diğer sekiz iş ortağı bakımından ise rakip operatörlerin hem bu iş ortakları için rekabet etme şanslarının daha yüksek olduğu, hem de bu iş ortaklarıyla benzer konumda ya da eş değerde/etkinlikte iş ortakları bulmalarının daha kolay olduğu kanaatine varılmıştır. Ayrıca, Turkcell'in bu sekiz iş ortağıyla münhasıran çalışması halinde etkilenen pazar payının yaklaşık %(...)'i gibi çok daha makul seviyelere gerileyeceği görülmektedir.
- (101) Bu noktada, STH işletmecilerinin pazara girişlerinin ne ölçüde kolay ya da zor olduğunun da değerlendirilmesi gerekmektedir. Nitekim, STH işletmecilerinin toplu mesaj pazarında operatörler ve dolayısıyla operatör iş ortakları üzerinde bir ölçüde rekabetçi baskı yaratma olanakları bulunmaktadır. STH işletmecisi olarak faaliyet gösterebilmenin karşısında yasal ya da ekonomik açıdan önemli giriş engellerinin bulunmadığı anlaşılmaktadır. Mevzuat gereği BTK'dan alınması gereken lisans için yerine getirilmesi gereken kriterler bulunmadığı gibi bu işletmecilerin pazara girişleri önemli düzeyde ilk yatırım maliyeti gerektirmemektedir. 2014 yılı birinci çeyrek verilerine göre BTK tarafından yetkilendirilmiş toplam 299 STH işletmecisi bulunduğu dikkate alındığında, bu teşebbüslerin pazara girişlerinin zor olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.
- (102) STH işletmecilerinin, vergi ve maliyet avantajlarıyla, özellikle Turkcell olmak üzere mobil operatörler üzerinde ne ölçüde bir rekabetçi baskı yarattıklarının değerlendirilmesi

bakımından ise, STH işletmecilerinin faaliyetlerinin daha çok standart düzeyde toplu SMS hizmetlerine odaklanan ve düşük kaliteli-düşük fiyatlı bir yapı gösterdiğinin dikkate alınması gerekmektedir. STH işletmecileri sergiledikleri bu yapı ile daha çok küçük ölçekli teşebbüslere hitap etmekte, mobil operatörler üzerinde özellikle bu müşteriler bakımından düşük fiyatlı rekabet baskısı yaratabilmektedir.

- (103) Konunun değerlendirilmesi bakımından toplu mesajlaşma müşterilerinin yapılarına ve alıcı gücüne de bakılmasında fayda bulunmaktadır. Toplu mesajlaşma hizmetinin tüketicileri kurumsal müşterilerdir. Kurumsal müşterilerin bireysel tüketicilere göre satın aldıkları ürün ve hizmetlerin kalite ve fiyat bileşenlerini daha iyi değerlendirme olanağına sahip oldukları ve satın aldıkları ürün ve hizmetler için karşılaştırma ve arama maliyetlerine katlanma eğilimlerinin daha yüksek olduğu kabul edilmektedir. Ayrıca, müşterilerin alım miktarlarıyla bağlantılı olarak pazarlık güçlerinin arttığı, pazarda genel olarak alım miktarı daha düşük müşteri segmentlerinden daha yüksek müşteri segmentlerine geçildikçe uygulanan ortalama birim fiyatın düştüğü gözlenmektedir.
- (104) Diğer bir husus ise toplu mesajlaşma kapsamında sunulan bazı hizmet türlerinin kendilerine has özellikleridir. Bu kapsamda ele alınabilecek hizmetlerden biri OTP hizmetidir. OTP, SMS formatında tek kullanımlık şifre göndermek amacıyla 30 saniye içerisinde alıcısına ulaştırılması esası ile kiralık hatlar üzerinden özel güvenli SMS gönderim merkezini kullanan, üç dakika içinde herhangi bir nedenle müşteriye ulaşmadığında müşteriye ulaştırılmaya çalışılmayan ve sistemden silinen iletim servisedir.
- (105) Tek kullanım alanı bu olmamakla birlikte OTP, özellikle bankalar tarafından kullanılan ve internet üzerinden bankacılık işlemleri sırasında banka müşterisinin sisteme girişini sağlayan şifrenin muhatabına gönderilmesini sağlayan toplu SMS hizmetidir. BDDK düzenlemelerinin OTP'lerin gönderilmesinde öngördüğü güvenlik standartları nedeniyle OTP'lerin bankacılık kullanımında bankalar, muhatap müşterileri hangi mobil operatörün müşterisi ise OTP'yi o mobil operatörün şebekesi üzerinden göndermektedir. Dolayısıyla, bankalar OTP konusunda her üç mobil operatörle de çalışmaktadır. Turkcell'in iş ortaklarıyla münhasıran çalışması, bankaların OTP konusunda Avea ve Vodafone ile çalışmalarını zorlaştıracak bir nitelik göstermese de, bazı bankaların biri Turkcell iş ortağı olmak üzere birden fazla iş ortağı ile çalışmalarını gerekliliğini ortaya çıkartabilecektir. Mevcut durumda, bazı bankalar toplu mesaj hizmetlerinin kullanımında doğrudan operatör sistemlerine erişirken, bazıları ise iş ortakları aracılığıyla bu hizmetleri almayı tercih etmektedirler. Dolayısıyla, toplu mesaj hizmetlerini iş ortakları üzerinden alan bankalar bakımından Turkcell'in iş ortaklarıyla münhasıran çalışması, bu bankaların birden fazla iş ortağı ile çalışmasını gerektirerek, işlem maliyetlerini artıracaktır.
- (106) Lokasyon bazlı SMS, TCKN'ye SMS ve vergi no'ya SMS hizmetleri bakımından da benzer bir durum söz konusu olabilecektir. Bu hizmetler de genel olarak toplu mesaj hizmeti tanıma uygun olarak toplu mesaj müşterisinin kendi veri tabanında yer alan kişilere gönderilen mesajları içermekle birlikte, lokasyon bazlı SMS'de müşterinin telefon numarasının belli bir lokasyonla; TCKN'ye SMS'de, kişinin TCKN'sinin telefon numarasıyla; vergi no'ya SMS'de ise kişinin vergi numarasının yine telefon numarasıyla eşleştirilmesi gerekmekte, bu eşleştirmeyi ise her operatör kendi aboneleri için yapabilmektedir. Dolayısıyla, kendi veri tabanındaki belli bir grup kişiye lokasyon bazlı SMS, TCKN'ye SMS ya da vergi no'ya SMS göndermek isteyen bir müşteri için farklı operatörlerin hizmetlerinin tamamlayıcılık özelliği göstermesi söz konusudur.
- (107) Turkcell'den alınan bilgilere göre, lokasyon bazlı SMS, TCKN'ye SMS ve vergi no'ya SMS hizmetlerinden kaynaklanan gelirin Turkcell'in toplam toplu mesajlaşma geliri içindeki payı çok küçüktür. Diğer yandan, bu hizmetler aynı zamanda ilk olarak Turkcell tarafından

geliştirilerek piyasaya lansmanı yapılan hizmetlerdir. Bu nedenle, raportörlerin Turkcell yetkilileri ile yaptığı görüşmelerde söz konusu hizmetlerin münhasırlığın dışında tutulması bakımından bir istekliliğin bulunmadığı anlaşılmış ancak, teşebbüs yetkilileri OTP'nin münhasırlığın dışında bırakılabileceğini belirttikleri de görülmüştür. Bununla birlikte yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, OTP ya da diğer sayılan hizmetlerin münhasırlık kapsamından çıkarılmasının Turkcell'in münhasırlık uygulamasının ortaya çıkarması muhtemel rekabetçi endişeleri yeterince hafifletemeyeceği değerlendirilmektedir.

- (108) Yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, Mobildev, Figen Yazılım, ODC İş Çözümleri veya Turatel'den herhangi biri ile imzalanacak "Ek Sözleşme"nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) bendinde yer alan koşulu sağlamadığı, bununla birlikte diğer teşebbüsler açısından ise sağladığı kanaatine varılmıştır.

G.4.2.3. Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi İçin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması

- (109) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddenin son şartı anlaşmanın, anlaşma ile hedeflenen etkinlik kazanımlarına erişmek için zorunlu olandan daha fazla sınırlayıcı olmamasına yöneliktir. Bu şart iki aşamalı analiz gerektirir. Birinci aşama, anlaşmanın bir bütün olarak kendisinin etkinlik kazanımlarının gerçekleşmesi için gerekli ve zorunlu olup olmadığına ilişkindir. İkinci aşamada ise anlaşmada yer alan tekil rekabet sınırlamalarının ayrı ayrı gerekli olup olmadığı değerlendirilmektedir. Bir sınırlamanın hedeflenen etkinlik kazanımlarına erişilmesi için zorunlu olduğu değerlendirmesinin yapılabilmesi için o sınırlamanın olmadığı durumda anlaşma ile ortaya çıkacak etkinliklerin azalması ya da gerçekleşme ihtimallerinin önemli ölçüde azalıyor olması gerekmektedir. Konu dikey anlaşmalar ve münhasırlık hükümleri özelinde değerlendirildiğinde, bu düzenlemelerin bedavacılık sorununun çözümü, vazgeçme probleminin çözümü, transfer edilen know-how'ın korunması gibi olumlu etkiler doğurabildikleri bilinmektedir.
- (110) Turkcell'in, toplu mesajlaşma iş ortakları ile münhasıran çalışmaya neden ihtiyaç duyduğuna ilişkin açıklamalarını; müşteri bilgisinin paylaşımı, know-how paylaşımı, iş ortaklarına yapılan yatırım ve destekler, yeni ürün bilgilerinin paylaşımı, iş ilişkisi detaylarının rakip operatörle paylaşımı olarak başlıklandırmak mümkündür. Turkcell'in verdiği bilgilere göre ileri sürdüğü argümanlar sayılan başlıklar altında aşağıda sunulmaktadır:
- (111) **Müşteri Bilgisinin Paylaşımı:** Turkcell'in mevcut müşterileri veya toplu mesaj hizmetinden yararlanmak isteyen müşteriler, gerekli tanıtım ziyaretlerinin yapılması, talep ve ihtiyaçlarının anlaşılması vb. konularda iletişimin kurulması için iş ortaklarıyla paylaşmaktadır/paylaşılacaktır. Büyük emekler ve maliyetler neticesinde elde edilen müşteri portföyünün münhasır olmayan firmalarla paylaşılması, söz konusu firmalar tarafından paylaşım amacının dışına çıkılarak, müşteri bilgilerinin rakip operatörlere fayda sağlayacak şekilde kullanılması, pazarlanması riskini doğurmakta ve bu durum ise bedavacılık sorununu beraberinde getirmektedir. Aynı kapsamda değerlendirilebilecek diğer bir Turkcell açıklaması ise, iş ortağı firmalar tarafından toplu mesajlaşma hizmetinden faydalanmak isteyecek potansiyel müşterilere hizmetin tanıtımı/pazarlanması, halihazırda faydalanan mevcut müşterilerin ise memnuniyetlerinin artırılması amacıyla, Turkcell tarafından sağlanan portföy üzerinden müşteri ziyaretleri gerçekleştirildiği/gerçekleştirileceği yönündedir.
- (112) **Yeni Ürün Bilgilerinin Paylaşımı:** Turkcell tarafından geliştirilen yeni bir ürün/hizmetin uygulanmaya alınması öncesinde rakiplerden korunmasını gerektiren haller söz konusudur. Turkcell tarafından oluşturulan yeni bir ürünün/hizmetin piyasaya sürülmesi öncesinde iş ortaklarıyla bir test sürecinin yürütülmesi gerekmektedir. Rakiplerle de çalışan iş

ortaklarıyla yürütülmesi zaruri olan bu test sürecinde yeni ürüne ilişkin gerçekleştirilen bilgi paylaşımı Turkcell tarafından henüz lansmanı yapılmamış yeni ürünün/hizmetin iş ortakları üzerinden rakipler tarafından öğrenilmesi riskini ve rakiplerin bu ürün/hizmeti taklit ederek Turkcell'den önce piyasaya sürmesi ihtimalini beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla Turkcell tarafından önemli bir kaynak (emek ve yatırım maliyeti) ayrılarak oluşturulan yeni ürün ve hizmetin iş ortağıyla yürütülmekte olan ilişkiler dahilinde gerçek anlamda "ticari sır" olarak muhafaza edilmesi, iş ortaklarıyla daha sıkı bir ilişki kurulması gerekliliğini doğurmaktadır.

- (113) **Know-How Paylaşımı:** İş ortağı firmalara sektöre özgü teknik, satış ve pazarlama ile BTK düzenlemeleri konularında çeşitli eğitimlerin düzenlenmesi planlanmaktadır. Turkcell tarafından yapılacak bu know-how yatırımlarının korunması ve geri dönüşünün sağlanması için söz konusu firmalarla sıkı bir işbirliği kurulması gerekmektedir.
- (114) **İş Ortaklarına Yapılan Yatırım ve Destekler:** İş ortaklarının Turkcell abonelerine daha kaliteli ve çözüm odaklı hizmet sunabilmesi için Turkcell tarafından söz konusu iş ortaklarına özel teknik destek, test cihazı gibi ilave faydaların sağlanması planlanmaktadır.
- (115) **İş İlişkisi Detaylarının Rakip Operatörle Paylaşımı:** İş ortağının rakiple çalışması Turkcell ile ilişkisinin detaylarının (kar marjı, gelir yüzdesi vb.) dolaylı olarak rakip operatöre taşınmasına ve fiyat gibi hassas ticari bilgilerin paylaşılmasına zemin hazırlayabilecektir.
- (116) Müşteri bilgilerinin paylaşımı bakımından daha önce de değinildiği üzere, toplu mesaj hizmeti müşterisinin kazanımında, iş ortağı satış ekip/kanalları, operatör satış ekipleri ile kurumsal satış kanalları işbirliği halindedir. Potansiyel müşteri operatör ya da iş ortağına başvurabilmekte ya da potansiyel müşteriye ilk olarak operatör ya da iş ortağı tarafından ulaşılabilmektedir. Daha önce verilen rakamlardan da anlaşılacağı üzere, salt bir potansiyel müşterinin varlığından haberdar olunmasında Turkcell satış ekip ve kanallarının iş ortaklarına göre ağırlığı bulunmaktadır. Nitekim, operatörlerin kendilerinden çeşitli kurumsal hizmetler alan belli bir kurumsal müşteri tabanlarının bulunması da bu durum üzerinde etkili olmaktadır.
- (117) Diğer yandan, Turkcell tarafından varlığından haberdar olunan bir potansiyel müşterinin kazanımında Turkcell satış ekip ve kanallarının fonksiyonu, o müşterinin kazanımı için ciddi bir zaman ve emek sarf etmek ile; böyle bir çaba sarf etmeksizin sadece müşteriyi iş ortağına hedef göstermek arasındaki yelpazede değişebilmektedir. Tüm bu durumlarda, ilgili potansiyel müşteri Turkcell tarafından iş ortağına "yönlendirilmiş" müşteri kapsamında olmaktadır. Bazı durumlarda ise iş ortağı ve Turkcell ekipleri birlikte potansiyel müşteri ziyaretlerinde bulunmakta, bu ziyaretlerde müşterinin ihtiyaçları ve projenin ayrıntıları hakkında bilgi alışverişi gerçekleşmektedir. Dolayısıyla, müşterilerin kazanımında Turkcell'in ya da iş ortaklarının harcadığı zaman ve emek ticari hayatın işleyişi çerçevesinde durumdan duruma, müşteriden müşteriye farklılaşabilmekte ve bu dinamik yapı içinde, Turkcell'in varlığından haberdar olduğu ve iş ortağına "yönlendirdiği" bir müşteriye iş ortağı tarafından rakip teşebbüs hizmetlerinin bilgisinin de verilmesinin, lansmanının yapılmasının hangi noktadan sonra Turkcell için bir bedavacılık sorununu ortaya çıkaracağı muğlaklık taşımaktadır.
- (118) Yeni ürün bilgilerinin paylaşımı konusunun değerlendirilmesinde ise öncelikle Turkcell'in 18.09.2014 tarihli yazısındaki açıklamalara yer verilmesinde fayda bulunmaktadır. Turkcell'in bu yazıda verdiği bilgilere göre; yeni bir ürünün oluşturulmasının ilk aşaması yeni bir fikrin oluşturulmasıdır. Yeni ürünün hayata geçirilmesi (i) Turkcell nezdinde bulunan farklı iş birimlerinin (pazarlama, teknik vs.) bir araya gelerek tüketici eğilimleri, ihtiyaçları gibi parametreler dahilinde en uygun fikri oluşturması, (ii) oluşturulan fikrin tüketiciye en kolay ve başarılı şekilde ulaştırılmasına yönelik en uygun teknik (altyapı entegrasyonu) ve

pazarlama metodolojilerinin tespiti ve uygulanması ile nihayet (iii) oluşturulan yeni ürünün lansmanı öncesinde iş ortakları ile entegrasyonunun sağlanması aşamalarından oluşmaktadır. Açıklanan üç aşamalı tüm bu sürecin tamamlanarak, yeni ürünün tüketici faydasına sunulması ise ürünün niteliğine göre asgari 6 ay azami 1 yıllık bir çalışma sürecini gerektirmektedir.

- (119) Bu sürecin Turkcell için en hassas aşaması, yeni ürünün iş ortakları ile paylaşıldığı bölümdür. Bu aşamada, Turkcell tarafından oluşturulan yeni ürünün ilgili olduğu hedef kitle, teklif ve fiyat bilgileri, ürünün özellikleri gibi, oluşturulan “fikrin” detayına yönelik bilgilendirmeler yapılmaktadır. Hemen sonrasında ise iş ortaklarından ilgili ürünü kendi arayüzlerine entegre etmeleri istenmektedir. Yeni ürünün lansmanı öncesinde iş ortakları ile yürütülen bu çalışma Turkcell’in önemli bir iş gücü ve çaba harcayarak oluşturduğu fikrin, iş ortağı üzerinden rakiplere aktarılması riskini de beraberinde getirmektedir.
- (120) Yeni ürün konusunda rakip operatörlerden alınan bilgiler toplu mesaj alanında operatörlerce yeni ürünlerin geliştirildiği yönündedir. Lokasyon bazlı SMS, vergi no’ya SMS, anında cevap hizmetleri ilk olarak Turkcell tarafından pazara sunulan hizmetler arasında yer almaktadır. Diğer yandan, iş ortakları da yeni ürünün lansmanı öncesinde iş ortaklarıyla operatörler arasında yeni ürünün iş ortağının arayüzüne/yazılımlarına entegrasyonunun sağlanması amacıyla bir test sürecinin yaşandığını doğrulamaktadır. ODC İş Çözümleri’nin verdiği bilgilere göre, üç operatör de yeni ürününün teknik dokümanını iş ortağıyla paylaşmakta, iş ortağı bu teknik dokümana göre yazılımını geliştirmektedir. İş ortağının ürünü nasıl çalıştıracığı (canlıya almak) konusunda operatör ve iş ortağının teknik ekipleri temasa geçmektedir. İşin doğası gereği bu bilgilerin paylaşılması gerekmektedir. Avea ve Türk Telekom iş ortaklarından GES Telekom ise; *“Gizlilik anlaşması olmasına rağmen bir iş ortağı ile operatörün beraber ürettiği hizmeti iş ortağı diğer operatörlere de anlatabilir. İş ortağının bu bilgi paylaşımı hizmetin diğer operatörlerce tekrarlanma süresini kısaltıyor. Tekel olarak bir hizmeti sunmanın süresi 3-6 aydır. Bu sürede piyasanın kaymağını alıp bir adım öne geçebiliyorsunuz.”* demektedir.
- (121) Toplu mesaj alanında sadece Turkcell’in iş ortaklığını yürüten Mobildev ise konuya ilişkin olarak; *“İşletmeciler, özellikle Turkcell, yeni ürün geliştiriyor. Ürün geliştirme sırasında talebin tespiti konusunda iş ortaklarına fikir sorabilir. Ürün geliştirilirken iş operatörlerine bilgi veriliyor, test hesapları açılıyor, teknik dokümanlar sunuluyor. Yeni ürünle ilgilenen iş ortakları ürünü kendi sistemlerine entegre ediyor. Yeni geliştirilen ürünün rakip operatörlerce öğrenilmesi risk oluşturur.”* ifadelerine yer vermektedir.
- (122) Avea ise her işletmecinin müşteri ihtiyaçlarını en doğru şekilde karşılayacak ürünleri geliştirerek müşteri kazanmaya çalıştığını, rekabetin yoğun olduğu ve rekabet analizleri yapılarak pazarın yakından izlendiği toplu mesaj pazarında, pazara sunulan bir ürünün diğer operatörler tarafından anında fark edildiğini, bu nedenle iş ortakları ile münhasır çalışılmasının gizlilik kaygısına neden olmadığını ifade etmektedir. Avea’nın bu ifadelerinden yeni bir ürünün piyasa sunulmasından, lansmanının yapılmasından sonraki aşamaya vurgu yapıldığı ve bu aşama için Avea’nın ileri sürdüğü argümanın kabul edilebileceği, ancak Turkcell’in asıl kaygısının yeni ürününün piyasaya lanse edilmesinden önceki aşamaya ve özellikle yeni ürünün ne olduğu, hangi hedef kitleye hangi fiyatlarla sunulmasının uygun olacağı gibi unsurlardan oluşan “fikrin” detayına ilişkin bilgilerin rakip operatörlere aktarılmasına ilişkin olduğu görülmektedir.
- (123) Vodafone ise toplu mesajlaşma alanında operatörler tarafından yeni ürünlerin geliştirilmesinin söz konusu olabileceğini, ancak söz konusu ürüne ilişkin bilgilerin gizliliğinin korunması için münhasırlık hükmü getirmeye gerek olmadığını, zira iş ortağı firmalarla akdedilen gizlilik sözleşmelerinin ve çerçeve sözleşmelerin gizlilik hükümleri gereği, iş

ortağı firmaların bu gizli bilgileri rakiplerle ya da pazarda rakip olabilecek diğer üçüncü şahıslarla paylaşmasının engellendiğini belirtmektedir. Vodafone'un bu ifadelerinden, yeni ürün bilgilerinin gizliliğinin korunması kaygısının rakip bir operatör tarafından da kabul edildiği anlaşılmaktadır.

- (124) Turkcell'in geliştirdiği yeni ürün "fikrinin" ve ürünün iş ortaklarının arayüzlerine/yazılımlarına entegrasyonlarının sağlanması amacıyla Turkcell tarafından iş ortaklarına aktarılan teknik bilgilerin Turkcell'in gizli know-how'ı olarak nitelendirilebileceği ve bu bilgilerin ilgili ürünün lansmanı öncesinde rakipler tarafından veya onlar için kullanılmasının bir bedavacılık sorununu beraberinde getirerek, iş ortaklığı ilişkisinden beklenen önemli faydalardan olan hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanmasına engel olabileceği değerlendirilmektedir.
- (125) Diğer yandan Vodafone, yeni ürüne ilişkin bilgilerin gizliliğinin korunması kaygısının giderilmesinde gizlilik yükümlülüklerinin yeterli olduğunu ileri sürmektedir. Dolayısıyla, bu noktadan sonra yeni ürün bilgilerinin rakiplerle paylaşılması riskinin kabul edilerek, bu riskin bertaraf edilmesinde gizlilik yükümlülüklerinin gerekli korumayı sağlamayı sağlayamayacaklarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Aynı şekilde, Turkcell tarafından iş ortağına "yönlendirilen" müşterilerin bilgilerinin iş ortağı tarafından rakiple paylaşılmasının, bu müşterilere rakip hizmetlerin de lansmanının yapılmasının Turkcell'in aleyhine bir bedavacılık sorununu gündeme getirdiğinin kabul edilebileceği bazı durumlarda, bu sorunu elimine etmek üzere gizlilik yükümlülüklerinin ya da başkaca herhangi bir unsurun işlev görüp göremeyeceği değerlendirilmelidir. Zira hedeflenen etkinlik kazanımlarının rekabeti daha az sınırlayacak alternatif yollarının var olup olmadığı belirlenmelidir. Eğer etkinlik kazanımları rekabeti daha az sınırlayacak bir yolla elde edilebiliyorsa 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (d) bendindeki şartın sağlanmadığı söylenebilecektir. Bu durumda alternatif yolun ekonomik ve pratik olması da dikkate alınmalıdır.
- (126) Turkcell'in gerek iş ortaklığı ilişkisini düzenleyen çerçeve ya da prim sözleşmelerinde gerekse iş ortaklarıyla ayrıca imzaladığı gizlilik sözleşmelerinde gizli bilgilerin korunmasına ilişkin ayrıntılı düzenlemelerin yer aldığı bilinmektedir. Turkcell, gizlilik yükümlülükleri çerçevesinde yeni ürüne, müşteri portföyüne, iş ilişkilerinin detaylarına ilişkin bilgilerin korunmasına yönelik kaygıların giderilemediğini, bu durumun temel nedeninin ispat sorunu olduğunu vurgulamaktadır. Turkcell'e göre, ispat sorunu nedeniyle gizlilik hükümleri çerçevesinde herhangi bir iş ortağının sorumlu tutulması mümkün olmamakta, dolayısıyla sözleşmelerde yer verilen gizlilik yükümlülükleri Turkcell ile iş ortakları arasında sıkı bir iş birliğinin oluşmasını sağlayan etkili bir hukuki enstrüman olarak ortaya çıkmamaktadır.
- (127) Turkcell münhasırlığa rakiplerin bu firmalarla çalışmasının önünü kesmek amacıyla değil; çeşitli rekabetçi kaygıların mevcut sözleşmesel hükümlerle aşılabilmesi ve münhasırlık hükmü dışında iş ortakları ile daha sıkı işbirliği sağlayacak, hatta bir anlamda stratejik bir kader birliği oluşturacak alternatif hukuki yolun bulunamaması nedeniyle ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir.
- (128) Konuya ilişkin olarak her üç mobil operatörle de çalışmakta olan ODC İş Çözümleri'nden alınan bilgiler, kendilerinin bir işletmecinin yeni ürünüyle ilgili bilgileri diğer operatörlerle paylaşamayacağı, aksinin hem iş etiğine hem de işletmeciyi yaptığı anlaşmadaki gizlilik hükümlerine aykırı olduğu, ayrıca bir işletmeci tarafından yönlendirilen müşteriye diğer bir işletmecinin hizmetinin pazarlamasını/lansmanını yapmadıkları bunun hem iş ahlakı gereği olduğu, hem de tersinin yapılması halinde ilgili işletmecinin bir daha müşteri yönlendirmeyeceği, hatta o müşteri çok önemliyse iş ortağı ile anlaşmasını sonlandırabileceği, işleyişin, iş yapma sürecinin bilgilerin paylaşılmamasını sağladığı,

çünkü kurallara uyulmasının iki tarafa da kazandırdığı yönündedir. Avea ve Türk Telekom iş ortaklarından GES Telekomünikasyon ise, gizlilik sözleşmelerine rağmen iş ortaklarının belli bir operatörün ürününün bilgilerini diğerleriyle paylaşabileceğini ve bu durumun da ilgili ürünün rakip tarafından tekrarlanmasına yönelik süresiyi kısalttığını ifade etmektedir. Müşteri bilgileri bakımından GES Telekom, iş ortağının her üç operatörle de çalışması halinde belirli bir operatör vesilesiyle masaya oturan müşteriye her operatörün de fiyatını sunabildiğini, fiyatların yayımlanan fiyatlardan farklı olduğunu ve pazarlık yöntemiyle oluştuğunu belirtmektedir.

- (129) Turkcell'den, yeni ürün ve müşteri bilgilerinin rakiple paylaşılmasına örnek vakaların daha önce yaşanıp yaşanmadığına ilişkin talep edilen bilgilere verilen yanıt, sahadan edinilen duyumların iş ortağının lansmanı öncesinde yeni ürün bilgilerini rakiplerle paylaştığı, Turkcell tarafından yönlendirilen bir müşteriye iş ortağı tarafından rakip operatörlerin tekliflerinin de iletildiği yönündeyse de, bu hususları somutlaştırabilecek bilgi/belgenin Turkcell kayıtlarına ulaşmadığı bu nedenle Rekabet Kurumuna belge sunulamadığı yönündedir.
- (130) Turkcell'in yukarıda değinilen ifadelerinden, iş ortaklığı ilişkisi çerçevesinde iş ortaklarıyla münhasıran çalışılmaması halinde Turkcell ile iş ortakları arasında yeterli çıkar birlikteliğinin oluşturulamadığı anlaşılmaktadır. Bazı sınırlamalar tarafların aynı amaç doğrultusunda buluşabilmeleri ve anlaşmanın uygulanması noktasında ortak çaba gösterebilmeleri açısından gerekli olabilmektedir. Münhasırlık içeren anlaşmalar anlaşma taraflarının çıkarlarını aynı noktada birleştirerek, bedavacılık sorunlarının elimine edilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca, Turkcell'in çıkarlarına aykırı olmakla birlikte, iş ortağının bireysel çıkarlarına uygun olan durumlarda, tarafların çıkar birlikteliğini sağlayarak ortak bir çaba içinde olmalarını temin etmek üzere münhasırlık düzenlemelerinin Turkcell'in hangi çıkarının korunduğuna bağlı olarak makul karşılanabileceği değerlendirilmektedir. Diğer bir ifadeyle, Turkcell'in çıkarına olan bir durumun, aynı zamanda hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanmasına katkıda bulunması ve böylelikle tüketici faydası yaratması haliyle; herhangi bir fayda yaratmaksızın salt rekabeti kısıtlamak suretiyle Turkcell'in çıkarına olması hali arasında bir ayırım gözetilmesi gerekliliğidir.
- (131) Bu ayırım gözetildiğinde, yeni ürün bilgilerinin gizliliğinin korunması bakımından Turkcell ile iş ortakları arasında ortaya çıkabilecek çıkar çatışmasının Turkcell'in çıkarları ve aynı zamanda pazar ve tüketici refahı lehine çözümlenmesi bakımından münhasır çalışma düzenlemesinin makul görülebileceği, bununla birlikte ilgili düzenlemenin Turkcell tarafından herhangi bir çabaya girişilmeksizin salt potansiyel müşterinin iş ortağına hedef olarak gösterildiği durumlarda makul olmadığı, nitekim bu tür müşteri "yönlendirmeleri"nde Turkcell'in çıkarının/beklentisinin aslında sadece rakiplerin aynı iş ortağı üzerinden yarattıkları rekabetin engellenmesi olduğu değerlendirilmektedir.
- (132) Sınırlamaların zorunluluğuna ilişkin değerlendirme, anlaşmanın uygulanacağı pazar koşulları çerçevesinde yapılmalıdır. Anlaşmanın uygulanması ne kadar risk ve belirsizlik içeriyorsa, etkinliğin sağlanması için o kadar fazla rekabet kısıtlaması gerekebilecektir. Dolayısıyla, Turkcell'in yeni ürün bilgilerinin lansmanı öncesinde rakiple paylaşılması ve bedavacılık sorununa neden olabilecek durumlarda potansiyel müşteri bilgilerinin paylaşılması ve bu müşterilere rakip operatör tekliflerinin sunulması riskinin boyutuyla, münhasırlığın rekabet üzerinde meydana getireceği olumsuz etkiler arasında bir denge analizi yapılmalıdır. Bu analiz sonucunda, yeni ürünlerin bilgilerinin lansmanı öncesinde rakiple paylaşılması durumuna ya da Turkcell tarafından iş ortağına yönlendirilen müşterilere rakip ürünlerin lansmanın yapılmasına ilişkin olarak Turkcell tarafından herhangi bir somut örnek sunulmadığı görülmektedir. Her ay çok sayıda potansiyel

müşterinin Turkcell tarafından iş ortaklarına “yönlendirilmesine” karşın, bu müşterilere rakip ürünlerin lansmanının yapıldığı durumlara ilişkin örneklerin sunulmaması, ispatı çok daha kolay olan böylesi durumlarda gizlilik yükümlülüklerinin ve daha da önemlisi ODC İş Çözümleri’nin belirttiği üzere piyasanın işleyişinin bu sorunun ortaya çıkma riskini azalttığını düşündürmektedir. Bu çerçevede, ileri sürülen yeni ürün ve müşteri bilgilerinin rakiple paylaşılması riskinin ve bu konuda Turkcell’in karşı karşıya olduğu belirsizliğin, Turkcell’in tüm mevcut iş ortaklarına münhasır çalışma yükümlülüğü getirdiği durumda rekabet üzerinde ortaya çıkması muhtemel olumsuz etkileri mazur gösterecek boyutta olmadığı kanaatine varılmıştır. Bununla birlikte, Turkcell’in Turatel, Mobildev, Figen Yazılım ve ODC İş Çözümleri dışında kalan sekiz iş ortağına münhasır çalışma yükümlülüğü getirmesi durumunda rekabet üzerindeki olumsuz etkilerin çok daha sınırlı düzeyde kalacağı anlaşıldığından, bu iş ortaklarına ilişkin yükümlülüğün makul bir sınırlama olduğu kanaatine varılmıştır.

- (133) Turkcell, iş ortaklığı ilişkisi çerçevesinde iş ortaklarına periyodik eğitimler vermektedir. İş ortağının yönetim kadrolarına yönelik olarak verilen CEO yönetim programı, iş ortağının satış ve pazarlama ekiplerine yönelik olarak verilen satış ve ürün eğitimleri ve iş ortağının teknik ekiplerine yönelik olarak verilen özel eğitim programları bu kapsamda sayılabilecektir. Ayrıca özellikle “gold” ve “silver” iş ortaklarının çeşitli konferanslara, seminerlere ve sertifika programlarına katılımı sağlanmaktadır. Avea ve Vodafone tarafından da iş ortaklarına çeşitli eğitimler verilmektedir.
- (134) Turkcell’in iş ortaklarına verdiği eğitimlerin teknik eğitim kapsamında olmayanları çoğunlukla Turkcell’in sadece toplu mesajlaşma iş ortaklarına değil, topluca Turkcell’in diğer alanlardakilerle birlikte tüm iş ortaklarına verilen eğitimlerdir. Operatörle iş ortağı arasında teknik anlamda da işbirliğini gerektiren toplu mesajlaşma alanında iş ortaklarına verilen teknik eğitimlerin ise toplu mesajlaşma iş ortaklarına özel oldukları anlaşılmaktadır. Teknik eğitimler için Turkcell tarafından verilen örneklerden, bu eğitimlerde aktarılan bilgilerin Turkcell’in gizli know-how’ı niteliğindeki bilgilerden ziyade iş ortağının üstlendiği fonksiyonları, müşterilere sunduğu arayüz, yazılım ve teknik destek hizmetlerini daha yetkin bir şekilde yerine getirmelerini sağlayan nitelikte bilgiler oldukları anlaşılmaktadır. Eğitimin içeriğine ilişkin Turkcell tarafından verilen örneklerden yönetim ve satış pazarlama alanlarında verilen eğitimler de Turkcell’in gizli know-how’ı ile ilişkilendirilememektedir. Bununla birlikte, bu eğitimlerin topluca iş ortaklarının hem satış/pazarlama hem de teknik yetkinliklerini, uzmanlıklarını geliştirerek müşterilere daha etkin ve kaliteli hizmet sunmalarına katkı yaptıkları anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, Turkcell iş ortaklarının aynı zamanda rakip operatörlerin iş ortaklıklarını yürütmeleri halinde Turkcell’in ayırdığı bütçelerle ortaya çıkan bu yetkinlik ve uzmanlaşma aynı zamanda rakip operatörler lehine de kullanılmış olmakta bu yönüyle bir bedavacılık sorununu barındırmaktadır.
- (135) Bu noktada, Turkcell’in iş ortaklarının eğitimi için ayırdığı ve üzerinden rakipleri tarafından bedavacılık yapılabilecek yatırımının büyüklüğünün dikkate alınması gerekmektedir. Nitekim, münhasırlık düzenlemesinin etkinlik kazanımları için vazgeçilmez olarak addedilebilmesi için ilişkiye özgü yatırımın kısa vadede dönüşü sağlanamayacak, ciddi ve uzun vadeli bir yatırım olması gerekmektedir. Turkcell’in iş ortaklarının eğitimi için ayırdığı bütçeler 2011, 2012 ve 2013 yılları için sırasıyla (.....)TL, (.....)TL ve (.....)TL’dir. Bu bütçe sadece toplu mesajlaşma iş ortaklarının eğitimi için değil; Turkcell’in diğer alanlarda da işbirliği halinde olduğu tüm iş ortaklarının eğitimi için ayrılan bütçedir. Dolayısıyla, bu yatırım, toplu mesajlaşma alanında iş ortaklarına münhasır çalışma yükümlülüğü getirilmesini tek başına zorunlu kılacak ölçüde ciddi ve uzun vadeli olarak görülmemektedir. Bununla birlikte, tek başına bu yatırım münhasırlık için zorunlu görülemese de, münhasır çalışma düzenlemesinin çözümüne fayda sağlayacağı diğer unsurlarla birlikte

değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu bakımdan, münhasır çalışma düzenlemesinin diğer unsurlarla birlikte, Turkcell'in eğitime yaptığı yatırım üzerinden bedavacılık sorunlarını elimine ederek, etkinlik kazanımlarına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

- (136) Turkcell'in iş ortaklarıyla ilişkilerinin detayları (kar marjı, gelir yüzdesi) ile fiyat bilgisinin iş ortağı üzerinden rakibe taşınması riski bakımından ise öncelikle, belli bir müşteriye Turkcell tarafından verilen fiyat teklifinin (ki bu bilgi oyuncular arasında rekabet yaratmak üzere müşteriler tarafından da teklifi verenin rakiplerine taşınabilmektedir) iş ortağı üzerinden rakip tarafından öğrenilmesinin, o müşteri için oyuncular arasında yaşanan pazarlık sürecine, dolayısıyla o müşteri için girilen rekabete katkı sağlayacağı kanaatine ulaşılmaktadır.
- (137) Kar marjı, gelir yüzdesi gibi bilgiler bakımından ise Turkcell'in bu bilgilerinin rakipler tarafından öğrenilmesinin rakibin rekabetçi gücüne, Turkcell aleyhine haksız ve adil olmayan bir şekilde önemli bir katkı sağlayamayacağı, dolayısıyla Turkcell'in gizli ticari bilgisi niteliğinde olduğu kabul edilebilecek bu bilgilerin korunması bakımından, rakip için değerlerinin sınırlı olduğu da dikkate alınarak, iş ortaklarına getirilen gizlilik yükümlülüklerine güvenilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.
- (138) Münhasırlık içeren anlaşmaların, markalar arası rekabet üzerinde getirdiği olumsuz etkileri azaltan bir unsur, sağlayıcıların bu tür anlaşmaları yapabilmek için başlangıçta birbirleriyle yoğun bir şekilde rekabet etmeleridir. Ancak, münhasırlık hükmünün süresi uzadıkça, olumsuz etkilerdeki hafifleme de azalacaktır. Dolayısıyla, bu noktada Turkcell tarafından toplu mesaj iş ortaklarına getirilecek münhasır çalışma yükümlülüğünün süresinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Münhasır çalışma kaydının süresi herhangi bir otomatik uzamaya tabi olmaksızın iki yıldır. Ayrıca sözleşme sonrası döneme ilişkin olarak herhangi bir rekabet yasağı da söz konusu değildir.
- (139) Diğer yandan, sözleşme imza tarihi itibarıyla iş ortağının çalışmakta olduğu Turkcell dışı bir operatör olması durumunda, iş ortağı sözleşme tarihinden itibaren 6 ay içerisinde iş ortaklığını sonlandırmakla yükümlüdür. İş ortağı sözleşme kapsamında hizmet verdiği diğer operatör müşterilerine ise operatör ile müşteri arasındaki sözleşme süresinin sonuna kadar hizmet verecek, sözleşmenin bitiş tarihinde ise sözleşmeyi yenilemeyecektir. Dolayısıyla, sözleşmelerin iş ortaklarıyla imzalandığı ilk sözleşme döneminde, aynı zamanda diğer operatörlerle de çalışmakta olan iş ortakları için münhasır çalışma kaydının tüm sonuçları iki yıldan daha az bir süre için ortaya çıkacaktır.
- (140) İki yıllık bu sürenin makul olup olmadığının değerlendirilmesinde yeni ürün geliştirilmesi sürecindeki süreler göz önünde bulundurulabilecektir. Turkcell'in verdiği bilgilere göre, yeni bir ürünün geliştirilerek tüketicilere lansmanının yapılması ürünün niteliğine göre 6 ay ila 1 yıllık bir süreci alabilmektedir. Yeni ürün geliştiren teşebbüsün, rakipleri tarafından bu ürünün tekrarlanmasına kadar piyasada ilgili ürünün tek sağlayıcısı olarak yarattığı yeniliğin karşılığını alması için geçen süre ise, GES Telekom'un verdiği bilgilere göre, 3 ila 6 ay arasındadır. Bu bilgiler çerçevesinde münhasır tahsis kaydı için öngörülen 2 yıllık sürenin makul olduğu anlaşılmıştır.
- (141) Sonuç olarak, yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, Turatel, Mobildev, Figensoft veya ODC İş Çözümleri'nden herhangi biri ile imzalanacak "Ek Sözleşme"nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) ve (d) bentlerinde yer alan koşulları sağlamadığı, bu nedenle bireysel muafiyet alamayacağı kanaatine varılmıştır. Bağlantılı olarak, Turkcell'in, sayılan dört teşebbüsün Turkcell ile münhasıran çalışmalarını sağlamaya yönelik ya da bu sonucu doğuracak nitelikteki uygulamalardan, bu teşebbüsleri münhasırlık koşuluna bağlı olarak avantajlı ya da dezavantajlı konuma sokacak eylemlerden kaçınması gerekmektedir. Kalan

sekiz iş ortağı ile imzalanacak "Ek Sözleşme"nin ise bireysel muafiyet alabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

H. SONUÇ

(142) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

1. Bildirime konu "Turkcell Toplu Mesajlaşma İş Ortaklığı Prim Sözleşmesi'ne Yapılan İlave ve Değişikliklere Dair Ek Sözleşme"nin (Ek Sözleşme) içerdiği münhasır çalışma kaydı nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğuna,
2. Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin pazar payının %40 pazar payı eşiğinin üzerinde olması nedeniyle söz konusu Ek Sözleşme'nin 2002/2 sayılı "Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" kapsamında grup muafiyetinden yararlanamadığına,
3. Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin toplu mesajlaşma iş ortaklarından 3G Tasarım Bilişim Teknolojileri Danışmanlık Elektronik İletişim Hiz. İth. İhr. Ltd. Şti., Balaban Yazılım ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti., Mobilpark Telek. Bil. Yaz. Hiz. Tic. A.Ş., Codec İletişim ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti., Dataport Bilgi İşlem Çözümleri Ltd. Şti., Hermes İnternet İletişim, Reklam ve Danışmanlık Hizmetleri, Sürat Bilişim Teknolojileri San. Tic. A.Ş., Teknomart Teknoloji Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti., ile imzalanacak "Ek Sözleşme"ye, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamını karşılaması nedeniyle bireysel muafiyet tanınmasına,
4. Bununla birlikte, Figen Yazılım Evi Tic. Ltd. Şti., Mobildev İletişim Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş., ODC İş Çözümleri Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. veya Turatel Mobil Medya İletişim ve Bilişim Sistemleri Elektronik San. Tic. Ltd. Şti.'den herhangi biri ile imzalanacak "Ek Sözleşme"ye 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) ve (d) bendindeki koşulları sağlamaması nedeniyle bireysel muafiyet tanınmamasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.