

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2006-2-189 (Menfi Tespit/Muafiyet)
Karar Sayısı : **07-13/96-26**
Karar Tarihi : 8.2.2007

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10 **Başkan** : Mustafa PARLAK
Üyeler : Tuncay SONGÖR, Rifki ÜNAL,
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, M. Sıraç ASLAN,
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN.

B. RAPORTÖRLER : Ali DEMİRÖZ, Adnan AKGÜN, Şerife Demet KAYA,
Hüseyin ORMAN

**C. BAŞVURUDA
BULUNAN**

20 : - TTNet A.Ş.
Temsilcisi: Av. Mehmet KÖMÜRCÜ, Av. Funda Çepni KARA
Turgut Özal Bulvarı 06103 Aydınlikevler/Ankara
- Türk Telekomünikasyon A.Ş.
Temsilcisi: Av. Mehmet KÖMÜRCÜ, Av. Funda Çepni KARA
Turgut Özal Bulvarı 06103 Aydınlikevler/Ankara

D. TARAFLAR

30 : - Türk Telekomünikasyon A.Ş.
Turgut Özal Bulvarı 06103 Aydınlikevler/Ankara
- Microsoft Corporation
Emirhan Cad. No: 145 C Barboros Plaza, Dikilitaş/İstanbul
- Intel Corporation
Ebulula Cad. Maya Meridyen Plaza Kat: 6 Akatlar/İstanbul
- Vestel Dayanıklı Tüketim Malları A.Ş.
Zorlu Plaza 34310 Avcılar/İstanbul
- Casper Bilgisayar Sistemleri A.Ş.
Sivritaş Sok. No: 16 Alphan 80310 Mecidiyeköy/İstanbul

E. DOSYA KONUSU : Türk Telekomünikasyon A.Ş., Microsoft Corporation ve Intel Corporation işbirliği ile düzenlenen 'İlk Bilgisayarım Kampanyası'nda yapılan anlaşmalara menfi tespit belgesi verilmesi ya da muafiyet tanınması talebi.

40 **F. DOSYA EVRELERİ**: Kurum kayıtlarına 13.9.2006 tarih, 6199 sayı ile giren ve eksiklikleri en son 22.1.2007 tarih ve 522 sayılı yazı ile tamamlanan başvuru üzerine düzenlenen 29.1.2007 tarih, 2006-2-189/MM-07-AD sayılı Menfi Tespit/Muafiyet İnceleme Raporu 2.2.2007 tarih, REK.0.06.00.00-130/39 sayılı Başkanlık önergesi ile 07-13 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Raporda,

- Türk Telekomünikasyon A.Ş., Microsoft Bilgisayar Yazılım Hizmetleri Limited Şirketi, Intel Mediterranean Trading Company arasında imzalanan Mutabakat Metni'nin,

- Türk Telekomünikasyon A.Ş. ile Microsoft Corporation arasında imzalanan "Pazarlama Anlaşması"nın,
- Türk Telekomünikasyon A.Ş. ile Vestel Dayanıklı Tüketim Malları A.Ş. ve Casper Bilgisayar Sistemleri A.Ş. arasında imzalanan "Kampanya Sözleşmesi ve İlgili Ek Sözleşmeler"ın

4054 sayılı Kanun'un 4, 6 ve 7. maddelerine aykırı olmadıkları, dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde söz konusu anlaşmalara menfi tespit belgesi verilebileceği görüşlerine yer verilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. İlgili Pazar

H.1.1. Ürün Pazarı

Bildirim konusu "Her Eve Bilgisayar Her Eve Son Sürat İnternet (ilk Bilgisayarım) Kampanyası"na (Kampanya) katılanlara sunulan ürünler, iki farklı konfigürasyona sahip masaüstü bilgisayardan, 24 aylık ADSL internet aboneliğinden, iki farklı markadaki modemden ve ilgili kurulum hizmetlerinden oluşmaktadır. Ayrıca, çoğunluğu genel olarak doğrudan son kullanıcılara satılmayan toptan internet erişimi, işlemci ve yazılım ürünleri sağlayıcılarının da Kampanya'ya katkıda bulunmaları nedeniyle, bilişim ve iletişim sektörünün genel itibarıyla yazılım, donanım ve taşıyıcı hizmetler (telekomünikasyon) olmak üzere üç ana segmentine ait ürün ve hizmetlerin başvuru konusu Kampanya kapsamında değerlendirilmiştir.

Kişisel bilgisayar pazarına ilişkin olarak, bilgisayar üretimi pazarının uluslararası rekabete açık, birçok oyuncunun rekabet ettiği bir pazar niteliğinde olması dolayısıyla dosya konusu başvurunun değerlendirilmesi bakımından masaüstü bilgisayarların tek başına ayrı ya da taşınabilir bilgisayarlarla birlikte tek bir ürün pazarı olarak tanımlanmasının sonucu değiştirecek niteliği bulunmaması nedeniyle, net bir pazar tanımı yapılmasına gerek görülmemiştir.

Bilgisayar İşlemcileri pazarına ilişkin olarak, ürün pazarının sınırlarının belirlenmesi ayrıntılı bir inceleme gerektirmekle birlikte, dosya kapsamındaki değerlendirmeler Türkiye'de x86 mimarisi dışındaki işlemci kullanan bilgisayarların önemli bir yer tutmaması nedeniyle "*bilgisayar işlemcileri pazarı*" olarak ele alınmıştır.

Yazılım pazarına ilişkin olarak, bilgisayar işletim sistemlerinin yerine konulabilecek başka ürün ya da yazılım bulunmaması nedeniyle bilgisayar işletim sistemi diğer yazılımlardan ayrı bir ürün olarak ele alınmış ve bu ürüne yönelik ilgili ürün pazarı "*bilgisayar işletim sistemleri pazarı*" olarak belirlenmiştir. Ayrıca uygulama programları içerisinde yer alan "*ofis uygulama programları*"nın ayrı bir ürün pazarı teşkil ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Yazılım geliştirme araçları bakımından net bir ürün pazarının ortaya çıkıp çıkmadığı ve söz konusu pazarın sınırları da belirsiz olduğundan, başvurunun değerlendirilmesi bakımından da önemi olmayacağı göz önüne alınarak daha ayrıntılı bir analize gerek görülmemiştir. Her ne kadar Kampanya kapsamında ayrı ayrı verilse de genellikle "internet güvenlik takımı" adı altında benzer özellikteki başka yazılımlar ile birlikte satışa sunulan ebeveyn kontrol yazılımı ve antivirüs yazılımı için ise dosya kapsamında pazarın genel olarak "*bilgisayar güvenlik yazılımları*" olarak tanımlanmasında bir sakınca görülmemiştir.

Modeme ilişkin ilgili ürün pazarı "*ADSL modem pazarı*" olarak belirlenmiştir.

İnternet hizmetlerine yönelik olarak ise dosya kapsamında ilgili ürün pazarının "*Kablo TV şebekesi üzerinden internet erişimi ve ADSL hizmetlerinden oluşan geniş bant internet erişim hizmetleri pazarı*" olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak, dosya kapsamında, söz konusu hizmetlerin hem toptan hem de perakende olarak

sunulmasına ilişkin hususlar söz konusu olduğundan, ilgili ürün pazarı toptan ve perakende olarak farklılaşacaktır. Toptan olarak bakıldığında halihazırda fiili olarak sadece Türk Telekom'un ADSL hizmetinin yeniden satışına yönelik olarak sağladığı pazarın bulunduğu görülmektedir. Söz konusu toptan pazar Telekomünikasyon Kurumu tarafından veri akış yöntemini de içerecek şekilde "geniş bant toptan erişim pazarı" olarak belirlenmiştir.

100 H.1.2. Coğrafi Pazar

Yukarıda belirlenen ürün pazarlarından donanım ve yazılıma ilişkin pazarlar genel olarak global nitelik arz eden pazarlardır. Söz konusu ürün ve hizmetlerin ticaretinde ülkeler arasında bir engel olmadığı gibi, ulusal düzeyde pazar şartlarının farklılaşmasına neden olacak bir unsur bulunmamaktadır. Dolayısıyla söz konusu ürün pazarları bakımından tanımlanabilecek en dar coğrafi pazar Türkiye sınırları olacaktır. İnternet erişim hizmetleri ise yetkilendirme yoluyla yürütülen hizmet olduğundan sadece Türkiye'de yetkilendirilmiş teşebbüsler tarafından hizmet sunulabilmektedir. Ancak, söz konusu hizmet bakımından da ülke çapında rekabet şartlarının homojen olması (Kablo TV şebekesinin sadece kapsadığı alanlarda ADSL geniş bant hizmetlere ikame olabileceği bu durumun istisnasıdır) nedeniyle ilgili coğrafi pazarın "Türkiye Cumhuriyeti sınırları" olarak kabul edilmesi gerekmektedir.

H.2. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

H.2.1. Taraflar

H.2.1.1. Türk Telekom ve TNet A.Ş.

Türk Telekom, Türkiye'de sabit telefon, mobil telefon, veri ve internet hizmetleri ile diğer katma değerli hizmetleri sunan ve 2005 yılında gerçekleştirilen özelleştirme işlemi sonrasında hisselerinin %55'i Ojer Telekomünikasyon A.Ş. tarafından sahip olunan bir teşebbüstür.

120 TNet A.Ş., Rekabet Kurulu'nun özelleştirme sürecinde 1998/4 sayılı Tebliğ hükümleri çerçevesindeki Görüşü'ne uygun olarak kurulan, Türk Telekom'un %99,9 hisselerine sahip olduğu bir yavru şirkettir. TNet A.Ş., 26.4.2006 tarihinde kurulmuş olup, internet servis sağlayıcılığı faaliyetleri yürütmektedir.

Esasen doğrudan Türk Telekom tarafından kontrol edilmesi nedeniyle 4054 sayılı Kanun anlamında Türk Telekom bünyesi altında Türk Telekom ile birlikte tek bir teşebbüs olarak değerlendirilecek olan TNet A.Ş., Kampanya kapsamındaki katkıların daha iyi anlaşılabilmesi için bu Karar'da çoğu zaman ayrı bir tüzel kişilik olarak belirtilmiştir.

130 Türk Telekom ve TNet A.Ş. Kampanya lideri olarak Kampanya'yı planlamış ve yürütmüştür. Bu çerçevede, Türk Telekom, söz konusu Kampanya'nın ilk hukuki belgesi olan Mutabakat Metni'ni imzalayan taraflardan biridir. Türk Telekom, Kampanya'nın hazırlık sürecinde internet servis sağlayıcılığı birimini henüz TNet A.Ş. adı altında ayrı bir tüzel kişilik haline getirmediği için söz konusu hukuki metinlere taraf konumundadır. Ayrıca, Türk Telekom'un tüzel kişilik olarak söz konusu Kampanya'ya katkısı, toptan geniş bant internet hizmetleri sağlayıcısı olarak, tüm İSS'lerden 24 ay süren abonelikler için 24. ayın ADSL hizmeti bedelini almamasıdır.

Türk Telekom, Microsoft ile imzaladığı Pazarlama Anlaşması'nı 28.10.2006 tarihinde ve Kampanya bünyesinde bilgisayar tedarik eden firmalar ile olan anlaşmalarını 25.9.2006 tarihinde TNet A.Ş.'ye devretmiştir.

140 TNet A.Ş.'nin katkısı ise, Kampanya'dan yararlanmak için başvuranlara, 24 ay abone olmaları karşılığında, 2 aylık ADSL kullanımını ücretsiz sunması ve bir adet ücretsiz modem vermesidir. Böylelikle, TNet A.Ş., Türk Telekom'un tüm İSS'lere

sunacağı 1 aylık ücretsiz ADSL indirimini doğrudan Kampanya başında abonelerine yansıtmakta, diğer bir aylık erişim ücretini de abonelerden almamaktadır. Ayrıca Kampanya kapsamındaki bilgisayar tedarikçileri bilgisayar ve modem kurulumunu da üstlendiklerinden, TTNNet A.Ş. aboneleri herhangi bir kurulum ücreti ödememektedir.

H.2.1.2. Microsoft

150 Microsoft yazılım ürün ve hizmetleri alanında dünyanın önde gelen firmalarından biridir. Şirket'in faaliyetlerinin büyük bölümü, özellikle işletim sistemleri olmak üzere, yazılım ürün ve hizmetleri alanındadır. Microsoft Bilgisayar Yazılım Hizmetleri Ltd. Şti. (Microsoft Türkiye), Microsoft'un Türkiye'deki yavru şirketi olup, pazarlama, satış sonrası destek, teknik destek ve danışmanlık hizmetleri sunmaktadır. Hem Microsoft hem de Microsoft Türkiye Kampanya'nın oluşmasında rol almışlardır. Bu bağlamda, Mutabakat Metni'ne Microsoft Türkiye imza koyarken, Pazarlama Anlaşması Microsoft ile Türk Telekom (daha sonra TTNNet A.Ş.'ye devredilmiştir) arasında akdedilmiştir.

160 Microsoft'un Kampanya'ya katkısı, Kampanya'nın tanıtımı ve yürütülmesi için TTNNet A.Ş.'ye ödenecek (.....) ABD Doları ve Windows XP Home veya Professional Edition ile satılacak her bir bilgisayar için (...) ABD Doları, Windows XP Starter Edition ile satılacak her bir bilgisayar için (...) ABD Doları nakdi destek (bu desteğin üst sınırı (.....) bilgisayar ya da (.....) ABD Doları (hangisi önce gerçekleşirse) ile (.....) yazılımı olmak üzere Kampanya'da verilen (..... hariç) yazılımların ücretsiz olarak bilgisayar tedarikçilerine sağlanmasına yönelik aynı destektir.

H.2.1.3. Intel

170 Intel temel olarak mikroişlemci üretimi alanında faaliyet gösteren bir Amerikan Şirketi'dir. Intel, X86 mimarisi segmentindeki mikroişlemci üretiminde lider firma konumundadır. Inter Mediterranean Trading Company (Intel Türkiye) ise, Intel'in Türkiye'deki faaliyetlerini yürüten yavru şirkettir.

Intel Kampanya kapsamında, Kampanya'nın tanıtımı için TTNNet A.Ş.'ye (.....) ABD Doları ve (.....) giriş seviye konfigürasyonları için (...) tedarikçi firmalara, satılan her bir bilgisayar başına (...) ABD Doları destek sağlamayı taahhüt etmiştir.

Intel katkılarını Intel Türkiye aracılığıyla taraf olduğu Mutabakat Metni çerçevesinde yapmıştır ve bunun dışında herhangi bir hukuki metnin tarafı değildir.

H.2.1.4. Vestel Dayanıklı Tüketim Malları A.Ş. (Vestel)

180 Vestel Şirketler Grubu bünyesinde yer alan Vestel yine aynı gruba bağlı Vestel Digital Üretim Sanayi A.Ş. tarafından üretilecek Kampanya kapsamındaki bilgisayarların pazarlama faaliyetini üstlenmektedir.

Vestel Kampanya çerçevesinde, belirlenen nitelikte bilgisayarların belirlenen şartlarda tedarikini ve ücretsiz kurulum hizmetini üstlenmektedir. Vestel, Kampanya dahilinde kampanya reklamı olarak asgari (.....) YTL'lik harcama yapacağını taahhüt etmiştir.

H.2.1.5. Casper Bilgisayar Sistemleri A.Ş. (Casper)

Casper masaüstü, dizüstü bilgisayar ile bilgisayar donanımları satışı ve servisi alanında faaliyet göstermektedir ve Kampanya kapsamında bilgisayar tedarikçisi olarak seçilen diğer tedarikçi teşebbüstür.

190 Casper Kampanya'ya bilgisayar tedarikçisi olarak katkıda bulunmakta ve ücretsiz kurulum hizmetini üstlenmektedir. Casper, Kampanya dahilinde kampanya reklamı olarak asgari (.....) YTL'lik harcama yapacağını taahhüt etmiştir.

H.2.2. Kampanya Kapsamında Bildirilen Anlaşmalar

H.2.2.1. Mutabakat Metni

Mutabakat Metni (Memorandum of Understanding –MOU), Microsoft Türkiye, Intel Türkiye ve Türk Telekom arasında 23.1.2006 tarihinde hazırlanmış ve Microsoft Türkiye tarafından 28.1.2006, Intel Türkiye ve Türk Telekom tarafından ise 29.1.2006 tarihinde imzalanmıştır.

200 Mutabakat Metni'yle taraflar, gelecekte müştereken uygulamaya konabilecek bazı potansiyel işbirliği projelerini ve potansiyel işbirliğinin kapsamı olarak da Microsoft, Intel, ve Türk Telekom'un birlikte çalışabilecekleri "İlk Bilgisayarım Kampanyası"nda işbirliği alanlarını belirlemişlerdir. Mutabakat Metni'nde Kampanya'da, her birinde üretim suiti, antivirüs koruma, eğitim yazılımı ve ebeveyn kontrol sistemi bulunabilecek üç farklı masaüstü konfigürasyon teklifi ve bir dizüstü bilgisayar (notebook) teklifinin sunulması amaçlanmış ve verilecek bilgisayarların konfigürasyonu tasarlanmıştır.

Mutabakat Metni'nde tarafların Kampanya kapsamında tasarlanan (ilerideki süreçlerde değiştirilmiş olan) rolleri, şu şekilde belirlenmiştir:

Microsoft

- Kampanya'nın tasarım ve uygulanması ile ilgili yardım sağlamak,
- Kampanya unsurları ile ilgili muhtemel pazarlama programları için Türk Telekom'a bir anlaşma sunmak,
- Kampanya'nın etkinlik maliyetlerinin, tanıtım faaliyetlerinin, bayilerin eğitiminin ve diğer pazarlama faaliyetlerinin tüm taraflarca mutabık kalınan bir pazarlama planına uygun olarak başlatılması için harcanmak üzere (.....) Doları yardımda bulunmak,
- Kampanya vasıtasıyla satılan tüm bilgisayarlarda yetkili ve bağımsız bir ebeveyn kontrol yazılım tedarikçisinden tedarik edilen ebeveyn kontrol yazılımı sağlanması için çalışmak.

Intel

- Kampanya'nın tasarım ve uygulanması için yardım sağlamak,
- Kampanya'nın unsurları ile ilgili muhtemel pazarlama programları için Türk Telekom'a anlaşma sunmak,
- Kampanya'nın etkinlik maliyetlerinin, tanıtım faaliyetlerinin, bayilerin eğitiminin ve diğer pazarlama faaliyetlerinin tüm taraflarca mutabık kalınan bir pazarlama planına uygun olarak başlatılması için harcanmak üzere (.....) Doları yardımda bulunmak,
- Intel'in reklam, doğrudan pazarlama vb. farklı pazarlama araçlarında bilgisayar üreticisinin ve Intel logosunun yanında Türk Telekom logosunun kullanılmasına izin vermek,
- Giriş seviyesi konfigürasyonunda kullanılacak olan Intel Celeron işlemci için bilgisayar üreticilerine (....) ABD Doları iskonto teklif etmek.

Türk Telekom

- (....) yıllık abone sözleşmesi ile ücretsiz temel ADSL modem, ücretsiz kurulum ve belirli bir süre (mesela ay) ücretsiz aylık abonelik yoluyla veya başka maliyetlerin bir kısmının karşılanması şeklinde projeye yardım ve reklam kampanyası desteği sağlamak,
- Mutabık kalınan Şartname çerçevesinde donanım satıcılarını bağımsız olarak seçmek ve müzakere yürütmek,

- Dağıtım modelini geliştirmek, satış sonrası servis ve müşteri hizmetleri sağlamak.
Taraflar, her bir tarafın, yasal, organizasyonel ve finansal olarak bağımsız kalacağını,
240 herhangi bir şekilde diğer tarafların hareketlerinden sorumlu olacak şekilde hareket
edemeyeceğini, Mutabakat Metni'nin taraflar arasında bir ortak girişim ya da ortaklık
tesis etmediğini hüküm altına almıştır.

Buna ek olarak, Mutabakat Metni'nin 3.E. maddesinin "*Taraflar işbu mutabakat ile
Taraflarca işbu MOU[Mutabakat Metni] kapsamında öngörülen Potansiyel İşbirliğinin
Taraflarca ileri bir aşamada müzakere ve akdedilecek ayrı anlaşmalara bağlı
olacağını açıkça kabul etmişlerdir. İşbu MOU bir niyet beyanı olup, bağlayıcı yasal
yükümlülükler teşkil etmemektedir*" ve 3.İ. maddesinin "*İşbu MOU içindeki hiçbir
hüküm işbu anlaşmanın konusu ile ilgili olarak Microsoft, TT (Türk Telekom) ve Intel
arasında münhasır bir ilişki yaratmamaktadır. Taraflar bu anlaşmanın konusu ile ilgili
250 olarak başka şirketlerle benzer anlaşmalar yapabilir*" şeklindeki hükümleri nedeniyle,
Mutabakat Metni'nin bağlayıcı ve münhasır bir nitelik taşımadığı bildirilmiştir.

Bu çerçevede, Mutabakat Metni, taraflar arasındaki potansiyel işbirliğinin kapsamını
ve tarafların muhtemel rollerini belirlemeye yönelik olarak, bağlayıcılık ve münhasırlık
niteliği taşımayan bir iyi niyet beyanıdır.

H.2.2.2. Pazarlama Anlaşması

Pazarlama Anlaşması, yürürlük tarihi 1.4.2006 olmak üzere Microsoft ile Türk
Telekom tarafından imzalanmıştır. Bu Anlaşma ile taraflar, Türk Telekom'un
Türkiye'deki tüketicilere ve küçük işyerlerine yaptığı abonelik teklifine (bilgisayar+
geniş bant teklifi) talep yaratmak ve desteklemek için pazarlama faaliyetlerine
260 girişmeyi hedeflemektedirler. Söz konusu pazarlama faaliyeti ise bireysel kullanıcılara
ve 25'ten az lisanslı bilgisayara sahip işyerlerine önceden Microsoft işletim sistemi
ürünleri kurulu bilgisayarları kapsamaktadır ve söz konusu bilgisayarlar Türk
Telekom'un belirleyeceği üreticiden alınacaktır.

Anlaşma'da tarafların Kampanya'ya yapacakları pazarlama katkıları belirlenmiştir.
Buna göre, Microsoft, azami (.....) olmak üzere, Türk Telekom tarafından
düzenlenecek Kampanya'da satılan her bir (.....) bilgisayar için
(...) ABD Doları ve Windows (.....) veya (.....)
(.....) bilgisayar için (...) ABD Doları pazarlama teşvikini Türk
Telekom'a ödemeyi taahhüt etmiştir.

270 Türk Telekom ise Microsoft'un ticari markası ile birlikte işletim sistemi ürünlerini satış
materyallerine yerleştirmeyi/bildirmeyi ve Microsoft tarafından verilen katkı ile diğer
tüm teşvikleri sadece talep yaratmak ve Kampanya kapsamında belirtilen diğer
pazarlama aktiviteleri için kullanmayı kabul etmiştir.

Sözleşmenin süresi 1 yıl (yürürlük tarihi olan 1.4.2006 ile 31.3.2007 arasında) olarak
kararlaştırılmıştır.

Taraflar, Pazarlama Anlaşması'nın taraflar arasında hiçbir şekilde ortak girişim veya
acentelik ilişkisi yaratmayacağını, Türk Telekom'un şirket hisselerindeki değişikliğin
Pazarlama Anlaşması'nın devri anlamına gelmeyeceğini, Anlaşma'nın Türk Telekom
ve Microsoft'un bilgisayar+geniş bant promosyonu çerçevesinde gerçekleştirecekleri
280 pazarlama aktivitelerine ve Microsoft tarafından Türk Telekom'a yapılacak pazarlama
katkısına ilişkin olarak tüm anlaşmayı oluşturduğunu ve taraflar arasında bu konuya
ilişkin olarak gerçekleştirilen daha önceki veya mevcut sözlü ya da yazılı bildirimlerin
yerine geçeceğini belirtmişlerdir.

H.2.2.3. Bilgisayar Tedarikçileri İle Yapılan Anlaşmalar

Seçim Şartnamesi ve Tedarikçilerin Teklifleri

Başvuru konusu Kampanya çerçevesinde, Türk Telekom'un (TTNet A.Ş. adına), daha önce de belirtildiği gibi, Kampanya'da verilecek olan bilgisayarların tedarikçilerini seçmesi öngörülmüştür. Bu çerçevede, dosya kapsamında menfi tespit/muafiyet talep edilen anlaşmaların sonuncusu İlk Bilgisayarım Kampanyası Bilgisayar Tedarikçisi Firma Seçim Şartnamesi'dir ("Seçim Şartnamesi"). Seçim Şartnamesi'nde genel olarak, Kampanya'nın süresi, Kampanya'da verilecek ürünün konfigürasyonu, tedarikçi firmanın ve TTNet A.Ş.'nin hak ve yükümlülükleri, (TTNet A.Ş. tarafından ücretsiz sağlanacak olan) modemlerin ve bilgisayarların garanti kapsamı, Kampanya kapsamındaki ürün paketine ilişkin teklifler ve kampanya sürecinin ne şekilde işleyeceğine ilişkin hükümler yer almaktadır.

Kampanya'da, ileride detayları verilecek iki farklı bilgisayar (PC1 ve PC2) konfigürasyonu öngörülmüştür. Söz konusu bilgisayarlarda,

- İşletim sisteminin PC1 için en az Windows XP Starter Edition, PC2 için en az Windows XP Home Edition,

- Microsoft Office 2003 Standart Türkçe yazılımı,

- Microsoft'un ücretsiz olarak vereceği yazılım geliştirme araçlarının Express sürümleri,

- Ebeveyn kontrol yazılımı ve en az 1yıl korumalı güncellenebilir (tercihen Türkçe) antivirüs yazılımı

ürünlerinin önceden yüklenmesi şart koşulmuştur.

Bilgisayar teknik yapılandırmasında işlemci ve bazı yazılım ürünleri dışında marka bazlı bir şart konulmamış olduğu, konfigürasyonlara sadece teknik bazda sınırlama getirildiği görülmektedir.

Yazılım ve işlemciye yönelik olarak ise, Kampanya tarafları olan Microsoft ve Intel'in yazılım ve işlemci tedarikçileri olmaları nedeniyle, bir takım kısıtlamalar getirildiği görülmüştür. Bu bakımdan Kampanya kapsamında verilecek bilgisayarlarda işletim sistemi ve ofis programının Microsoft olması şartının yanında, Microsoft'un bazı yazılım geliştirme araçlarının ve Microsoft tarafından üçüncü bir taraftan temin edilecek olan ebeveyn kontrol yazılımının bulunması şartı getirilmiştir. Antivirüs yazılımı için ise herhangi marka kısıtlaması yapılmadığı görülmüştür.

Bilgisayarlarda kullanılacak olan işlemciler bakımından ise Intel işlemci ürünlerinin kullanılması şartı bulunmaktadır.

Tedarikçi firmalar, benzer özellikteki farklı marka bileşenlerden oluşan ürünler teklif etmiştir. Özel olarak, her iki tedarikçi firma da ebeveyn kontrol yazılımını Microsoft'dan temin edeceğini ve antivirüs yazılımı için ise Casper, (.....) markasını, Vestel ise (.....) markasını kullanacağını beyan etmiştir.

Bilgisayar birim fiyatı için Casper ve Vestel parça bazlı olmak üzere toplamda sırasıyla (....) için (....) ABD Doları+KDV, (....) ABD Doları+KDV ve (.....) için (.....) ABD Doları+KDV, (.....) ABD Doları+KDV olarak teklif sunmuştur.

Türk Telekom ya da TTNet A.Ş. Kampanya'da bilgisayar tedarikçilerinden herhangi bir ürün almamakta ve bunları kendi mülkiyetine geçirmemektedir. Bilgisayar tedarikçileri belirlenen ürünleri belirlenen şartlarda Kampanya'ya katılanlara teslim etmek ve kurulumunu yapmakla yükümlüdür. Bu nedenle, Türk Telekom ile bilgisayar tedarikçileri arasında bir alım-satım ilişkisi kurulmamaktadır (ileride açıklanacak olan Kampanya Sözleşmesi Mad.3). Aynı zamanda, bilgisayarların tedariki, kurulması ve internet bağlantısının yapılması konusunda sorumluluk bilgisayar tedarikçileri üzerindedir (Seçim Şartnamesi Madde 5.).

Ayrıca Kampanya kapsamında bilgisayar tedarikinin yanı sıra, tedarikçi firmaların TTNet A.Ş. tarafından ücretsiz olarak sağlanacak olan modemlerin kurulumunu da

yapmaları öngörülmüştür. Modemlerle ilgili olarak Türk Telekom Ağustos 2006'da bir ihale düzenlemiş, söz konusu ihale sonucunda Datateknik Bilgisayar Sistemleri Tic. ve San. A.Ş.'den (Zyxel marka) (.....) adet, Analtech-AirTies Adi Ortaklığı'ndan (.....) adet modem almıştır. Söz konusu modemlerin de Seçim Şartnamesi hükümleri doğrultusunda bilgisayar tedarikçilerince bilgisayarlarla birlikte kurulması öngörülmüştür. Seçim Şartnamesi çerçevesinde yapılan ihaleye aşağıda belirtilen teşebbüsler katılmıştır:

- 1- (.....) Ticaret ve Sanayi A.Ş.
- 2- (.....) A.Ş.
- 3- (.....) A.Ş.
- 4- (.....) A.Ş.
- 5- (.....)Ticaret ve Sanayi A.Ş.
- 6- (.....) Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- 7- (.....)Pazarlama A.Ş.
- 8- (.....) A.Ş.
- 9- (.....) Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Yapılan ihale sonucunda Casper ve Vestel tedarikçi firma olarak seçilmiştir. Başvuru sırasında Kuruma sadece yukarıda belirtilen Seçim Şartnamesi bildirildiğinden, bildirimde bulunan taraflara tedarikçi olarak seçilen firmalarla Kampanya'ya yönelik herhangi bir anlaşma imzalanıp imzalanmadığı sorulmuş, alınan cevabi yazıda ilgili firmalarla aşağıda kısaca açıklanacak olan bir dizi anlaşmanın imzalandığı bildirilmiştir.

Kampanya Sözleşmesi

Söz konusu Kampanya kapsamında bilgisayar tedariki bakımından tarafların katlanacağı yükümlülükler esas olarak Kampanya Sözleşmesi'nde (Bilgisayar Tedarik Sözleşmesi olarak da anılmaktadır.) belirlenmiştir. Kampanya Sözleşmesi, Türk Telekom'un Kampanya kapsamında bilgisayar tedarikine yönelik açtığı ihaleyi kazanan Casper ve Vestel'den her ikisi ile ayrı ayrı olmak üzere 22.9.2006 tarihinde imzalanmıştır.

Söz konusu Sözleşme genel olarak Türk Telekom tarafından hazırlanan İhale Şartnamesi'nde ve bilgisayar tedarikçisinin (yüklenici) teklifinde özellikleri belirtilen bilgisayarların Kampanya kapsamında tedarikçi tarafından TNet A.Ş. müşterilerine temin edilmesi işini konu etmektedir. İhale Dökümanı ise Kampanya Sözleşmesi'nin ayrılmaz eki olarak idari ve teknik şartnameden, zeyilnamelerden, teyitlerden ve firma tekliflerinden oluşmaktadır. Sözleşme'de Kampanya kapsamındaki bilgisayarların fiyatı konfigürasyonlarına (yapılandırmalarına) göre farklılık içeren PC1 için (...) ABD Doları+ KDV ve (...) için (...) ABD Doları+ KDV olarak belirlenmiştir.

Sözleşme'nin hükümleri incelendiğinde, bilgisayar tedarikçilerine getirilen yükümlülüklerin tamamıyla Kampanya kapsamında verilmesi öngörülen PC1 ve PC2'ye yönelik olduğu, bu bilgisayarların satışı dışında tedarikçilerin genel faaliyetlerine yönelik bir yükümlülük getirilmediği anlaşılmıştır. ***İlk Bilgisayarım Kampanyası Bilgisayar Tedarik Sözleşmesi Devir Protokolü***

Kampanya kapsamında bilgisayar tedarikçileri ile imzalanan ve Kampanya Sözleşmesi'nin ayrılmaz parçası olarak kabul edilen ikinci sözleşme ise 25.9.2006 tarihinde imzalanan "İlk Bilgisayarım Kampanyası Bilgisayar Tedarik Sözleşmesi Devir Protokolü"dür. İlgili Protokol'de, Türk Telekom, TNet A.Ş. ve (her iki tedarikçi ile ayrı ayrı olmak üzere) bilgisayar tedarikçileri arasında, Kampanya Sözleşmesi'nin tarafı olarak Türk Telekom yerine TNet A.Ş.'nin olacağı hükme bağlanmıştır.

Kampanya Sözleşmesi'ne Ek Sözleşme

TTNet A.Ş. ve bilgisayar tedarikçileri 25.9.2006 tarihinde Kampanya Sözleşmesi'ne ek bir Sözleşme daha imzalamışlardır. Söz konusu Ek Sözleşme'de, Kampanya kapsamında satılacak bilgisayarların müşterilere ulaştırılması, ADSL bağlantısının kurulması ve müşterilerden alınacak bedel üzerinden TTNNet A.Ş.'nin ve tedarikçi firmanın ne şekilde mahsuplaşacağı karara bağlanmıştır.

390 Kampanya süresinin 1.10.2006 tarihinden başlayarak 3 (üç) ay sürmesi ise yine bu Sözleşme'de karara bağlanmıştır. Ayrıca, Ek Sözleşme kapsamında, TTNNet A.Ş.'nin satılan her bir bilgisayar ve ADSL hattı için tedarikçi firmalara satış bazlı komisyon ücreti (..... YTL+KDV) ve söz konusu satışların firmaların bayilerince yapılması durumunda bayilere Kampanya satış komisyonu (..... için YTL +KDV; için YTL+ KDV) ödemesi öngörülmüştür.

H.2.2.4. Nihai Olarak Kampanya'nın Kapsamı ve Kampanya'ya Katılan Teşebbüslerin Roller

400 Yukarıda yer verilen anlaşmalar çerçevesinde nihai olarak belirlenen ve 1.10.2006 tarihinden itibaren uygulanmaya başlanan ve 31.12.2006 tarihinde sona erdiği ve devamı için TTNNet A.Ş. tarafından karar alınmadığı ifade edilen Kampanya'da verilen bilgisayarların özelliklerine ve bilgisayar ile sunulan diğer ürün ve hizmetlere aşağıdaki Tablo'da yer verilmiştir.

Tablo 1: Kampanya'da verilen bilgisayar konfigürasyonları ile diğer ürün ve hizmetler

PC1 Konfigürasyonu (371 ABD Doları+ KDV)	PC 2 Konfigürasyonu (481 ABD Doları+ KDV)
Intel Celeron D 2.66 GHz İşlemci 256 MB DDR-II RAM Tümleşik ekran ve ses kartı 80 Gb sabit disk DVD- CDW 17" CRT flat monitör 10/100 Ethernet Microsoft Windows XP Starter Edition (Türkçe) Microsoft Office 2003 Türkçe (Öğretmen ve Öğrenci Lisanslı) Antivirüs yazılımı Ebeveyn Kontrol Yazılımı Microsoft Yazılım Geliştirme Araçları Express sürümleri	Intel Pentium 4 3.0 GHz işlemci 512 MB DDR-II RAM Tümleşik ekran ve ses kartı 80 Gb sabit disk DVD- CDW 17" CRT flat monitör 10/100 Ethernet Microsoft Windows XP Home Edition (Türkçe) Microsoft Office 2003 Türkçe (Öğretmen ve Öğrenci Lisanslı) Antivirüs yazılımı Ebeveyn Kontrol Yazılımı Microsoft Yazılım Geliştirme Araçları Express sürümleri
ADSL Modem (1 USB, 1 Ethernet Portlu) + 2 Aylık TTNNet ADSL hizmeti (24 Aylık Abonelik Zorunlu) Ücretsiz	

H.2.3. Menfi Tespit Değerlendirmesi

410 Dosya konusunu Türk Telekom/TTNet A.Ş., Intel ve Microsoft işbirliği ile düzenlenen Kampanya'ya yönelik anlaşmalar oluşturmuştur. Başvuruda, her ne kadar bilgisayar tedarikçileri Kampanya'nın tarafları olarak gösterilmese de, Kampanya kapsamındaki bilgisayarların tedariki bakımından Türk Telekom (daha sonra TTNNet A.Ş.'ne devredilen) ile Vestel ve Casper arasında yapılan Kampanya Sözleşmesi ve ilgili diğer sözleşmeler nedeniyle, bilgisayar tedarikçilerinin de Kampanya kapsamında incelenen bazı anlaşmaların tarafları olarak değerlendirilmiştir. Yine aynı şekilde, Başvuru'da bildirilen Seçim Şartnamesi'ne uygun olarak seçilen tedarikçilerle imzalanan ve başvurudan sonra gönderilen Kampanya Sözleşmesi ve ilgili diğer sözleşmeler, Seçim Şartnamesi ile birlikte bilgisayar tedarikçilerinin seçimi ve bilgisayar tedarikinin sağlanması bakımından bir bütün oluşturmaları nedeniyle dosya kapsamında incelenen anlaşmalar içerisine dahil edilmiştir.

Kampanya çerçevesindeki anlaşmalar aynı ekonomik bütünlükte yer alan farklı tüzel kişilikler tarafından imzalanmıştır. Örneğin, Mutabakat Metni Microsoft Türkiye tarafından imzalanırken, Pazarlama Anlaşması'na Microsoft taraf olmuştur. Bu Karar içerisinde tarafların Kampanya'ya katkılarının anlaşılabilmesi için zaman zaman tüzel kişilikler bazında bilgiler verilmektedir. Ancak, 4054 sayılı Kanun bakımından, Türk Telekom ve Türk Telekom'un kontrol ettiği TTNNet A.Ş., Microsoft ve Microsoft'un kontrolünde bulunan Microsoft Türkiye ve Intel ile Intel'in kontrol ettiği Intel Türkiye ayrı ayrı aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer aldıklarından Kampanya'da işbirliği halinde olan söz konusu tarafların ana ve yavru şirketleri tek bir teşebbüs olarak değerlendirilmiştir.

Kampanya'da bilişim ve iletişim teknolojileri alanındaki birçok ürün ve hizmet tüketicilere sunulduğundan ve bir önceki bölümde belirlenen pazarlardaki rekabet şartlarının etkilenmesi olasılığı bulunduğundan, Kampanya kapsamındaki anlaşmaların ya da Kampanya taraflarının bireysel katkılarının 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediği, dolayısıyla, anlaşmalara menfi tespit verilip verilemeyeceği ve menfi tespit verilememesi durumunda söz konusu anlaşmaların muafiyet alıp alamayacağı değerlendirilecektir. Bu amaçla öncelikle, başvuruda ve talep üzerine gönderilen bilgilerde, tarafların Kampanya'nın amacına ve ilgili anlaşmaların 4054 sayılı Kanunu ihlal etmeyeceği yönündeki açıklamalarına özetle yer verilmiştir. Daha sonra, sırasıyla, 4054 sayılı Kanun'un 4., 6. ve 7. maddeleri bakımından değerlendirmeler yapılmıştır.

H.2.3.1. Kampanya'nın Amacına ve 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmediğine Yönelik Tarafların Açıklamaları

Taraflar Bildirim Formu'nda, Kampanya'nın amacına ve söz konusu anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmediğine yönelik açıklamalarda bulunmuşlardır. Başvuru'da Kampanya'nın amacına ve rekabeti kısıtlayıcı niteliği bulunmadığına yönelik açıklamalar Kampanya'nın 4054 sayılı Kanun çerçevesinde değerlendirilmesi bakımından dikkate alınmıştır.

Başvuruda özetle;

- Sayısal uçurumun aşılması ve bilgi toplumuna dönüşüm için bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlaştırılması gerektiği, Türkiye'de halihazırda bilgisayar sahipliği, bilgisayar kullanımı ve geniş bant internet erişimi ve kullanımı oranlarının gelişmiş ülke ortalamalarının oldukça altında olduğu,

- Kampanya'da orta ve dar gelirli kesimleri bilgisayar ve internetle tanıştırma, ülke genelinde bilgisayar okur yazarlığının artırılması ve geniş bant erişim yoluyla bilgiye hızlı ulaşımın sağlanması amacının güdüldüğü, Kampanya'ya yönelik anlaşmaların ve tarafların yaptıkları katkıların Kampanya'nın tanıtımına, Kampanya'dan iyi bir sonuç elde edilmesine ve satışların özendirilmesine yönelik olduğu,

- Kampanya'da verilen katkıların bilgisayarın tüketicilere uygun fiyatla sunulmasına katkı sağlamaya yönelik olduğu, ayrıca TTNNet A.Ş., Intel ve/veya Microsoft'un hiçbir zaman bu tür primler verilmesi nedeniyle ilgili mal ve hizmetleri maliyetlerinin altında satmayacakları, tüketicilerin Kampanya kapsamında TTNNet A.Ş.'nin sunacağı paketi (ADSL internet erişim hizmeti+bilgisayar paketi) satın almaya zorlanmayacağı, tüketicilerin her zaman TTNNet A.Ş.'nin ADSL internet erişim hizmetinden tek olarak yararlanma ve özgür iradeleriyle kendi tercih edecekleri bilgisayarları satın alma ve almış oldukları bilgisayara istediği bileşenlere ekleme imkanına sahip olduğu,

- Tarafların yapmış oldukları anlaşmaların bir bağlama anlaşması niteliğinde olmadığı, bağlama anlaşması olarak nitelendirilmeyeceği gibi bağlama anlaşmalarının olumsuz etkilerine de sahip olmadığı, söz konusu Kampanya kapsamında bir araya getirilen ürünlerin farklı teşebbüsler tarafından temin edilen

tamamlayıcı ürünler olduğu, Kampanya kapsamındaki ihaleye bilgisayar tedarikçilerinin kendi istekleriyle katıldıkları ve bu konuda kendilerinin katılım konusunda zorlanmadığı,

470 - Seçim Şartnamesi'nin dikey anlaşma olarak nitelendirilemeyeceği, ihaleye katılan bilgisayar tedarikçilerinin istemedikleri bir ürünü satmaya zorlanmadıkları, bilgisayar tedarikçilerinin kampanya kapsamı dışında kalan bilgisayarlara herhangi bir kısıtlama olmaksızın kendi bileşenlerini kurma ve bu şekilde satış yapma konusunda serbest olduğu,

- Kampanya'nın, süresi, Kampanya'da öngörülen satış miktarı (.....), bilgisayar konfigürasyonlarının niteliği gibi hususlar göz önüne alındığında sınırlı bir kapsama sahip olduğu,

480 - Kampanya'ya katılan teşebbüslerin (Microsoft, Intel ve Türk Telekom) aynı mal ve hizmet piyasasında rakip olmadıkları gibi faaliyet gösterdikleri pazarın alt veya üst pazarlarında da faaliyet göstermedikleri, söz konusu anlaşmaların taraflar arasında münhasırlık ilişkisi yaratmadığı, tarafların bu anlaşmaların konusu ile ilgili olarak başka teşebbüslerle de benzer anlaşmalar yapma konusunda özgür oldukları ifade edilerek, söz konusu anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal etmediği düşüncesinde olduklarını belirtmişlerdir.

Taraflar, ayrıca, 19.12.2006 tarihli ek beyanlarında, Kampanya'da Türk Telekom'un hiçbir şekilde TNet A.Ş.'ye ayrımcı davranmadığı ve TNet A.Ş.'nin Kampanya'dan yararlananlara sağladığı ek 1 aylık ücretsiz kullanımın hiçbir şekilde hakim durumun kötüye kullanılması (fiyat sıkıştırması) olarak değerlendirilemeyeceğini belirtmişlerdir.

H.2.3.2. 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesi Bakımından Değerlendirme

490 Kampanya'ya yönelik olarak bildirilen Mutabakat Metni, Pazarlama Anlaşması ve Seçim Şartnamesi ile daha sonra gönderilen ve bilgisayar tedarikçileriyle Türk Telekom'un yaptığı Kampanya Sözleşmesi ve ilgili diğer anlaşmaların her biri teşebbüsler arası anlaşma niteliğindedir. Dosya konusu bilgi ve belgelerde, söz konusu anlaşmaların hiçbir şekilde 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi çerçevesinde rekabeti kısıtlayıcı, engelleyici ya da bozucu amaç ya da etkisi olmadığı ifade edilmiştir.

500 Başvuru konusu anlaşmaları fonksiyonları açısından iki gruba ayırmak mümkündür. Mutabakat Metni ve Pazarlama Anlaşması, Kampanya'nın genel çerçevesi ile Microsoft, Intel ve Türk Telekom'un Kampanya'ya katkılarını belirlerken, Seçim Şartnamesi'nin de bir parçası olduğu Kampanya Sözleşmesi ve ilgili diğer anlaşmalar Kampanya kapsamında bilgisayar tedariki ile modem ve bilgisayarın kurulumu bakımından Türk Telekom ve bilgisayar tedarikçilerinin hak ve yükümlülüklerini belirlemektedir.

510 Bu çerçevede Kampanya kapsamındaki ürünler ve hizmetler göz önüne alındığında, Türk Telekom'un toptan ve perakende geniş bant internet erişim hizmetleri; Microsoft'un işletim sistemleri, ofis programları ve diğer yazılımlar; Intel'in bilgisayar işlemcileri; Vestel ve Casper'ın ise kişisel bilgisayar pazarında faaliyet gösterdiği görülmüştür. Dolayısıyla, söz konusu anlaşmaların tarafları, birbirinden farklı pazarlarda faaliyet gösteren, bir başka ifadeyle birbirine rakip olmayan teşebbüslerdir. Bu nedenle, Kampanya'ya yönelik olarak yapılan anlaşmalar yoluyla tarafların ilgili pazarlarda rekabeti yatay olarak kısıtlayıcı, engelleyici ya da bozucu nitelikte bir amacı ya da etkisinin bulunması söz konusu değildir. Kampanya kapsamındaki bilgisayar tedarikçileri (Vestel ve Casper) aynı ürün pazarında faaliyet göstermekle ve bu anlamda birbirlerine rakip olmakla birlikte, söz konusu iki tedarikçinin Türk Telekom ile ilgili anlaşmaları ayrı ayrı imzalamaları, dolayısıyla birbirleri arasında herhangi bir anlaşma bulunmaması nedeniyle, Türk Telekom ile

bilgisayar tedarikine yönelik olarak ayrı ayrı imzalanan anlaşmalar da aynı şekilde yatay bir anlaşma olarak nitelendirilmemiştir.

520 Benzer şekilde, başvuru konusu anlaşmaların, özellikle Türk Telekom ile bilgisayar tedarikçileri arasındaki “Kampanya Sözleşmesi” ve ilgili diğer anlaşmalar, bir dikey anlaşma olarak değerlendirilmemiştir. Mutabakat Metni ve Pazarlama Anlaşması’nın, anlaşmaların taraflarının üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde bulunmamaları nedeniyle, bir dikey anlaşma niteliğinde olmadığı açıktır. Kampanya Sözleşmesi ise Türk Telekom ile bilgisayar tedarikçileri (Vestel ve Casper) arasında imzalanmış, Kampanya kapsamında verilecek bilgisayarların bilgisayar tedarikçileri tarafından hangi şartlarda ve ne şekilde tüketicilere sunulacağını belirlemiştir. Esasen Kampanya Sözleşmesi ile doğrudan Türk Telekom’un bilgisayar alımı yapmasına ilişkin bir hüküm getirilmemekte (Kampanya Sözleşmesi Mad.3), Kampanya’dan yararlanmak isteyen müşterilere bilgisayar tedariki ve kurulumunu sağlayacak bilgisayar tedarikçilerinin uyması gereken kurallar ile hak ve yükümlülükleri 530 belirlenmektedir. Bir başka ifadeyle, Türk Telekom bilgisayar tedarikçilerinden herhangi bir alım yapmayı taahhüt etmemiş, Vestel ve Casper’a bilgisayar tedarikçisi olarak Kampanya’ya katılma hakkı verilmiştir. Bu nedenle, söz konusu Kampanya Sözleşmesi de bir dikey anlaşma olarak nitelendirilmemiştir

Kampanya’ya yönelik anlaşmalar bir bütün halinde değerlendirildiğinde, Microsoft, Türk Telekom ve Intel’in Kampanya’da kendi ürünlerinin kullanılmasını şart koştukları görülmüştür. Bu doğrultuda, bilgisayar tedarikçileri, sadece Kampanya kapsamında tüketicilere sunulan bilgisayarlarda, Microsoft işletim sistemi ve belirlenen diğer yazılımları ve Intel işlemcilerini kullanmak zorunda kalmıştır. Ayrıca bilgisayar tedarikçileri Kampanya Sözleşmesi’nde belirlenen fiyatlarda bilgisayar ve ilgili hizmetleri Kampanya’dan yararlanmak için başvuran müşterilere sağlamayı taahhüt etmiştir. 540

Söz konusu kısıtlamaların bulunduğu başvuru konusu anlaşmaların 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi çerçevesinde rekabeti kısıtlayıcı ya da bozucu nitelikte olup olmadıkları değerlendirilmiştir. Bu amaçla öncelikle ilgili anlaşmalarda yer alan söz konusu kısıtlamaların getiriliş amaçlarına bakılmıştır.

Tarafların bu bölümün başında özetlenen açıklamalarında belirttikleri sosyal amaçları da bulunmakla birlikte, Kampanya temel olarak, Microsoft, Intel ve Türk Telekom’un ürün ya da hizmetlerini pazarlama amacıyla gerçekleştirdikleri bir satış kampanyasıdır. Bu bakımdan esas itibarıyla Mutabakat Metni ve Pazarlama 550 Anlaşması, taraflar bakımından yatay ya da dikey herhangi bir kısıtlama içermemesi nedeniyle, 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesini ihlal etmeyecektir. Taraflar, Kampanya’nın hazırlanması ve yürütülebilmesi için önemli miktarda katkıyı karşılıklı olarak taahhüt etmişlerdir. Tarafların Kampanya kapsamında kendi ürünlerinin satışına yönelik katkıda bulunmaları ve bu nedenle ilgili Kampanya’da kendi ürünlerinin bulunmasını bilgisayar tedarikçilerine şart koşmaları Kampanya’nın gerçekleştirilebilmesi için ticari bir gerekliliktir. Bu nedenle, Kampanya Sözleşmesi’nde bilgisayar tedarikçilerine getirilen kısıtlamaların, ana anlaşmaların (Mutabakat Metni ve Pazarlama Anlaşması) yürütülmesi ve Kampanya’nın gerçekleştirilmesi için getirilen yan kısıtlama olarak değerlendirilmiş, bu nedenle de, 560 ilgili kısıtlamaların rekabeti sınırlandırıcı bir amacı olmadığı anlaşılmıştır.

Rekabeti kısıtlayıcı bir amacının bulunmadığı tespitinin yanında, Microsoft, Türk Telekom ve Intel arasında imzalanan Mutabakat Metni’nin “ *İşbu MOU[Mutabakat Metni] içindeki hiçbir hüküm işbu anlaşmanın konusu ile ilgili olarak Microsoft, TT (Türk Telekom) ve Intel arasında münhasır bir ilişki yaratmamaktadır. Taraflar bu anlaşmanın konusu ile ilgili olarak başka şirketlerle benzer anlaşmalar yapabilir*”

şeklindeki 3.İ. maddesi ve Bildirim Formu'nda anlaşmalarda münhasırlığa ilişkin hüküm bulunmadığı şeklindeki ifade de göz önüne alındığında, başvuru konusu anlaşmaların ilgili ürün pazarlarında rekabeti kısıtlayıcı ya da bozucu bir etki ortaya çıkarmayacağı, Kampanya'nın, belli bir süre ve belli bilgisayar konfigürasyonlarıyla sınırlandığı göz önüne alınarak, anlaşmaların kişisel bilgisayar, bilgisayar işlemcileri ve yazılım pazarlarında rekabeti bozucu etkisi olmayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Son günlerindeki rakamlara göre (27.12.2006) Kampanya'da satılan bilgisayar sayısının (.....) olduğu ve Türkiye'de yıllık bilgisayar satışının (ve dolayısıyla işlemci ve işletim sisteminin) (.....-) adet olduğu tahmini göz önünde bulundurularak, söz konusu anlaşmalar nedeniyle ilgili pazarlardaki satışların çok azı oranında bir satış gerçekleştirildiği, bu nedenle, Kampanya Pazarlama Anlaşması'nın süresi olan Mart 2007 sonuna dek uzatılsa bile, rekabeti bozucu ve kısıtlayıcı bir etkinin ortaya çıkmayacağı, kişisel bilgisayar, yazılım ve bilgisayar işlemcileri pazarlarındaki rakipler için pazarın kapatılmayacağı görülmüştür. Benzer bir şekilde, kişisel bilgisayar pazarının rekabetçi yapısı göz önüne alındığında, İnternet Servis Sağlayıcıları'nın (İSS) benzeri kampanyalar yapabilmelerinin önünde de herhangi bir engel bulunmaması nedeniyle söz konusu kısıtlamalar geniş bant internet erişimi pazarındaki rekabet şartlarını olumsuz etkilemeyecektir.

Ek olarak, bilgisayar fiyatlarına yönelik fiyat rekabetinin Kampanya öncesindeki ihale sürecinde gerçekleşmiş olması nedeniyle, bilgisayar tedarikçilerinin tüketicilere satacağı bilgisayarların ve ilgili hizmetlerin fiyatlarının Kampanya Sözleşmesi'nde belirlenmesinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti kısıtlayıcı ya da bozucu amaç ya da etkisi olmadığı anlaşılmıştır.

Yukarıda yapılan değerlendirmeler ışığında, Kampanya'ya yönelik olarak bildirilen ve dosya kapsamında incelenen anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmediği sonucuna ulaşılmıştır.

H.2.3.3. Kanun'un 6. Maddesi Bakımından Değerlendirme

Başvuru konusu Kampanya'nın tarafları olan Microsoft, Türk Telekom ve Intel'in faaliyet gösterdikleri pazarlarda oldukça güçlü konumda bulunmaları, bu teşebbüslerin Kampanya'ya yaptıkları katkıların ve bilgisayar tedarikçilerine getirilen sınırlamaların 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde olası hakim durumlarını kötüye kullanma olup olmadığının değerlendirilmesini gerektirmiştir. Bu çerçevede, öncelikle Intel ve Microsoft'un Kampanya'ya katkıları, daha sonra da Türk Telekom'un katkıları Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde değerlendirilmiştir.

H.2.3.3.1. Microsoft ve Intel'in Kampanya'ya Katkılarının 4054 Sayılı Kanun'un 6. Maddesi Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Microsoft ve Intel Mutabakat Metni uyarınca, Kampanya kapsamında Türk Telekom'a ayrı ayrı (.....) ABD Doları katkı yapmayı kabul etmişlerdir. Buna ek olarak, Microsoft (.....) işletim sistemi ile satılan her bilgisayar için (...) ABD Doları, (.....) işletim sistemi ile satılan her bilgisayar için (...) ABD Doları katkıyı Türk Telekom'a vermeyi taahhüt etmiştir. Intel ise Kampanya'da satışı yapılacak her Intel Celeron işlemcili bilgisayar için (...) (...) ABD Doları katkıyı bilgisayar tedarikçilerine sağlamıştır.

4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde bir ihlalin ortaya çıkabilmesi için bir teşebbüsün ilgili pazarda hakim durumda olması ve bu hakim durumunu kötüye kullanması gerekmektedir.

Bu kapsamda Microsoft'un, bilgisayar işletim sistemleri ve ofis programları pazarında yüksek pazar payının (%..... civarında) bulunması ve ilgili pazarların özellikleri (giriş engelleri ve şebeke dışsallıklarının varlığı gibi) nedeniyle, hakim durumda olduğu konusunda bir tereddüt bulunmamaktadır. Microsoft'un söz konusu hakim durumunu

Kampanya'ya yaptığı katkılar yoluyla kötüye kullanıp kullanmadığı tespiti yapılırken 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinde sayılan tüm kötüye kullanma hallerinin tek tek değerlendirilmesine gerek görülmemiş, katkılarla ilgili olarak öne çıkan birkaç husus değerlendirilmiştir.

620 Öncelikle söz konusu katkılarının, Pazarlama Anlaşması'nda belirtildiği gibi (Madde 1.3.), Türk Telekom'a, Kampanya kapsamındaki ürünlere talep yaratmak ve pazarlama faaliyetleri için kullanılmak üzere sağlandığı belirtilmelidir. Dolayısıyla, katkılar bilgisayar üreticilerine verilmediğinden, söz konusu maddi katkılarının 4054 sayılı Kanun 6. maddesi çerçevesinde kötüye kullanma olarak nitelenebilecek ve bilgisayar işletim sistemleri pazarında rekabeti bozacak nitelikte bir geri ödeme ya da pazarlama desteği olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Taraflar, Kampanya'da öngörülenler dışında herhangi bir katkının bilgisayar tedarikçilerine verilmeyeceğini bildirmişlerdir.

630 Ayrıca, Microsoft'un bilgisayar işletim sistemleri ve ofis programları pazarındaki hakim durumunu, Kampanya'ya katılan bilgisayar tedarikçileri lehine ayrımcılık yaparak kötüye kullandığı ve bu yolla bilgisayar pazarında rekabet şartlarını bozduğu yönünde herhangi bir bulguya rastlanmamıştır. Bilgisayar tedarikçileri Microsoft ile yaptıkları lisans anlaşmaları çerçevesinde iş yapmaktadır. Dosya konusuna yönelik yapılan incelemeler kapsamında bilgisayar üreticileri ile yapılan görüşmelerde, ihale sürecinde herhangi bir bilgisayar tedarikçisi lehine bir ayrımcılık yapılmadığı, tüm üreticilere ihale sürecinde eşit şartların uygulandığı ifade edilmiştir. Yine benzer bir şekilde, Microsoft'un Kampanya bünyesinde bilgisayar tedarikçilerine Microsoft Office 2003 Öğrenci ve Öğretmen Sürümünü lisanslaması da esas itibarıyla tüm bilgisayar üreticileri açısından objektif koşullar içerdiğinden ayrımcılık olarak değerlendirilmemiştir.

640 Microsoft, Kampanya kapsamında bazı yazılım ürünlerini ücretsiz olarak sağlamıştır. Bunlardan ilki ebeveyn kontrol yazılımıdır. Microsoft yetkililerinin, yeni çıkacak Microsoft işletim sistemi olan Vista'da standart olarak bir ebeveyn kontrol yazılımı bulunacağı ancak Kampanya kapsamındaki bilgisayarlarda yüklü olan Windows işletim sisteminin bu özellikte bir aracı içermediği, Türkçe bir ebeveyn kontrol yazılımının Türkiye'de bulunamaması nedeniyle (.....) isimli firmaya cüzi bir bedel karşılığı yazdırıldığı, Kampanya kapsamında verilen bilgisayarlara yüklendiği ve aynı zamanda Microsoft'un internet sitesine konularak Windows lisansı olan tüm bilgisayar sahiplerinin ücretsiz olarak yükleyebildikleri ifadeleri karşısında, söz konusu yazılımın 650 ücretsiz sağlanması ve benzer bir şekilde, Microsoft'un internet sitesinden ücretsiz olarak indirilebilen yazılım geliştirme programlarının Express sürümlerinin de ücretsiz sunulması hakim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmemiştir.

Son olarak, Microsoft'un birden fazla yazılım ürününün (özellikle işletim sistemi ve ofis programı) Kampanya bünyesinde bir arada sunulması, Kampanya'nın süre ve bilgisayar konfigürasyonları bakımından sınırlı bir kapsamı olması, ilgili pazarlarda sınırlı bir satış hacmine ulaşılmış olması ve her bir ürünün tek başına piyasada satılıyor olması nedenleriyle, bağlama uygulaması (tying) olarak değerlendirilmemiştir.

660 Intel açısından değerlendirme yapıldığında, öncelikle, Intel'in bilgisayar işlemcileri pazarında güçlü bir konumda bulunduğu belirtilmelidir. Son yıllarda Intel'in rakibi AMD pazardaki payını artırmakla birlikte, Bildirim Formu'nda verilen bilgilere göre Intel'in pazar payının 2005 yılı için %(...), 2006 yılı ilk çeyreğinde ise %(...) olduğu göz önüne alındığında Intel'in pazarda hala güçlü konumunu sürdürdüğü görülmektedir. Bununla birlikte, Microsoft'un katkılarını için yapılan değerlendirme paralelinde, Intel'in Kampanya'ya verdiği katkılarının büyük kısmının söz konusu

670 Kampanya'nın gerçekleştirilmesi için Türk Telekom'a verilen katkıdan oluşması ve bilgisayar üreticilerine ödenen katkıların Kampanya'da az sayıda satışı yapılan PC1 konfigürasyonundaki işlemciler için olması nedeniyle, söz konusu katkılar işlemci ya da kişisel bilgisayar pazarında kötüye kullanma olarak değerlendirilmemiştir. Bu nedenle, Intel'in bilgisayar işlemcileri pazarında hakim durumda olup olmadığının net bir şekilde tespitine yönelik değerlendirme yapılmasına gerek görülmemiştir.

H.2.3.3.2. Türk Telekom'un Kampanya'ya Katkılarının Kanun'un 6. Maddesi Çerçevesinde Değerlendirilmesi

680 Başvuru konusu menfi tespit talebi bakımından için Türk Telekom'un ve kendisiyle aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer alan TTNNet A.Ş.'nin katkılarının Kanun'un 6. maddesi kapsamında bir ihlale neden olup olmadığı değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmede, özellikle, Türk Telekom'un TTNNet A.Ş. vasıtasıyla perakende geniş bant internet erişim hizmetleri pazarında (toptan fiyatlarında yaptığından daha büyük miktarda) bir fiyat indirimine gitmesi nedeniyle, söz konusu indirimin geniş bant internet erişim pazarında Türk Telekom'un hakim durumunu kötüye kullanması olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceği ele alınmıştır. Bu amaçla öncelikle toptan ve perakende geniş bant internet erişim hizmetleri pazarının mevcut durumu ve Türk Telekom (TTNet A.Ş. ile birlikte) ve diğer İSS'lerin ilgili pazardaki konumları incelenmiş, daha sonra Kampanya'daki katkılar bu çerçevede değerlendirilmiştir.

Pazarın İşleyişi ve Mevcut Durumu

690 Bireysel kullanıcılar açısından halihazırda geniş bant internet erişim hizmetleri, yaygın olarak sabit telefon şebekesi üzerinden (ADSL) ve tüketicilere ulaştığı bölgelerde Kablo TV şebekesi üzerinden verilmektedir. Kablo TV şebekesi üzerinden geniş bant internet erişimi alan abone sayısı ADSL hizmetlerine oranla sınırlıdır ve geniş bant internet erişim hizmetlerinin yaklaşık %(...)’u ADSL teknolojisi kullanılarak sunulmaktadır.

Bireysel kullanıcılara yönelik sunulan geniş bant internet erişim hizmetleri, abonelere perakende olarak TTNNet A.Ş. gibi genel izin yoluyla yetkilendirilmiş İSS'ler tarafından ulaştırılmaktadır. Söz konusu İSS'ler Telekomünikasyon Kurumu'nun 26.8.2004 tarihli Telekomünikasyon Hizmet ve Altyapılarına ilişkin Yetkilendirme Yönetmeliği'nin eki olan "Ek-A6 Kablolu Ve Kablosuz İnternet Servis Sağlayıcılığı Hizmeti" çerçevesinde kendilerine tanınan hak ve yükümlükler doğrultusunda son kullanıcılara (dar bant da dahil olmak üzere) geniş bant internet hizmeti sunmaktadır.

700 Telekomünikasyon Kurumu'nun verdiği bilgilere göre, halihazırda pazarda lisanslı olarak 130 tane İSS faaliyet göstermekle birlikte, bunların 13'ünün 2005 ve 2006 yılında abonesi bulunmamaktadır. Ayrıca, dosya kapsamında edinilen bilgilere göre, Kasım ve Aralık 2006'da Omnitek Telekomünikasyon Hizmetleri Ltd. Şti., Avio Telekomünikasyon Bilişim Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve United İnternet Bilişim ve Haberleşme Hizmetleri A.Ş. ünvanlı üç teşebbüs daha Telekomünikasyon Kurumu tarafından İSS olarak yetkilendirilmiştir. Büyük çaptaki İSS'ler arasında, Superonline Uluslararası Elektronik Bilgilendirme Telekomünikasyon ve Haberleşme Hizmetleri A.Ş. (Superonline), Eser Telekomünikasyon San. Ve Tic. A.Ş., Netone Telekom A.Ş.(Netone), Koç.Net Haberleşme Teknolojileri ve İletişim Hizmetleri A.Ş. (KoçNet), Doğan İletişim Elektronik Servis Hizmetleri ve Yayıncılık A.Ş. (Doğan İletişim), İŞ NET Elektronik Bilgi üretim Dağıtım Tic. ve İletişim Hizmetleri A.Ş. (İşnet), Doruk İletişim ve Otomasyon sanayi ve Tic. A.Ş., Ortadoğu Yazılım Hizmetleri A.Ş.,Turksat A.Ş., TTNNet A.Ş. gibi şirketler bulunmaktadır. Söz konusu İSS'lerin bir kısmı sadece kurumsal müşterilere hizmet verirken bazıları ise hem kurumsal hem de bireysel müşterilere hizmet vermektedir.

Bireysel kullanıcılara geniş bant internet erişiminin sağlanması için İSS'lerin abonelere mevcut altyapı ya da teknolojiler yoluyla erişmesi gerekmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, bunun halihazırdaki tek yolu Türk Telekom'un sahibi olduğu sabit telefon şebekesine erişimdir. Kablo TV şebekesinin coğrafi olarak tüm ülke çapına yayılmaması ve şebekenin İSS'lere açılmaması nedeniyle, sabit telefon şebekesi halihazırdaki bireysel kullanıcılara yönelik tek geniş bant internet altyapısı durumundadır.

720

Her ne kadar Türk Telekom'un altyapı pazarındaki tekel hakkı 406 sayılı Kanun'da, 27.1.2000 tarihli ve 4502 sayılı Kanun ile yapılan değişiklikle 31.12.2003 tarihinde sona erdirilmiş ve bu sayede başka işletmecilere de altyapı kurma olanağı hukuken sağlanmış ise de alternatif işletmecilerin kısa sürede Türk Telekom'a alternatif bir altyapı kurmaları mümkün gözükmemektedir.

Yürürlükteki telekomünikasyon mevzuatı, İSS'lerin Türk Telekom'un altyapısını kullanarak son kullanıcılara geniş bant internet servis sağlayıcılığı hizmetini sunmalarına üç model çerçevesinde olanak sağlamaktadır. Bu modeller, al-sat modeli, veri akışı erişimi modeli ve yerel ağa ayrıştırılmış erişim modelidir.

730

Halihazırda Türk Telekom ile İSS'ler arasında yerel ağa ayrıştırılmış erişim modeline dayalı ticari bir ilişki yürütülmemektedir.

Türk Telekom ile diğer İSS'ler arasında veri akışı erişimine ilişkin olarak bir sözleşme imzalanmadığından, Türk Telekom'un mevcut durumda İSS'lere veri akışı erişimine ilişkin hizmeti de söz konusu değildir. Türk Telekom ile İSS'ler arasında geniş bant toptan internet erişimi bakımından ticari faaliyetler sadece *al-sat* modeli çerçevesinde yürütülmektedir. *Al-sat* modelinde Türk Telekom'un sunduğu hizmetler İSS'ler tarafından Türk Telekom'dan toptan fiyatına satın alınıp, perakende olarak yeniden satışı yapılmaktadır. Bu modelde İSS'ler (TTNet A.Ş. dahil olmak üzere), Türk Telekom'un paket ADSL hizmetini yeniden satış amacıyla pazarlama faaliyetlerinde bulunmaktadır.

740

Esasen söz konusu erişim şeklinin aboneleri internete bağlayan herhangi bir aşamasına İSS'lerce müdahale edilememesi nedeniyle gerçek anlamda rekabetçi bir piyasa ortaya çıkarmadığı İSS'lerin pazar paylarına ilişkin ileride verilecek bilgilerde görülmektedir.

Türk Telekom tarafından verilen bilgilere göre, al-sat modeline ilişkin ise imzalanmış ve yürürlükte olan üç çeşit "İnternet Servis Sağlayıcı Sözleşmesi" bulunmaktadır:

- Birinci tip sözleşme (.....) ADSL portunun al-sat yöntemi ile satışına ilişkindir. 1. tip sözleşme Türk Telekom ve (.....), (.....) ve (.....) ile imzalanmıştır.
- 750 - İkinci tip sözleşme ise (.....) ADSL portunun satışına ilişkindir. (.....) ve (.....) söz konusu sözleşmeyi imzalayan İSS'lerdir.
- Üçüncü tip sözleşme ise ikinci tip sözleşmenin bazı maddeler eklenerek hem İSS'ler hem de Türk Telekom lehine genişletilmiş halidir. Söz konusu maddeler arasında, İSS'lerin talep ettiği portların başka lokasyonlardaki portlarla değişimine, iadesine, İSS'lerin teminat yatırmalarına ilişkin maddeler sayılabilir. Ayrıca, 2. tip sözleşmenin hükümleri arasında yer alan ve Servis Sağlayıcının yükümlülüğü olarak belirtilen, İSS'lerin aylık olarak yapılacak port tahsisi dağılımında büyükşehirler ve diğer iller arasındaki gözetileceği en fazla %70-%30 oran, 3. tip sözleşmede, sözleşmenin imza tarihinden itibaren 1 yıl için en fazla %80-%20; 2. yıl için en fazla 760 %85-%15 olarak belirlenmiş, diğer yıllar için ise bu dağılımında bir oran gözetilmeyeceği belirtilmiştir. Türk Telekom ile (.....), (.....), (.....) (.....) arasında imzalanan sözleşmeler 3. tip sözleşme niteliğindedir.

Türk Telekom ile imzalanan "İnternet Servis Sağlayıcılığı Sözleşmeleri" uyarınca Türk Telekom'dan toptan internet hizmeti alan İSS'lere uygulanan toptan tarifeler, Telekomünikasyon Kurumu'nca Tarife Yönetmeliği çerçevesinde onaylanmaktadır.

Telekomünikasyon Kurumu'nun en son 12.7.2006 tarih ve 2006/DK-07/433 sayılı Kararı ile onaylanmış Türk Telekom'un al-sat toptan tarifesi aşağıda yer almaktadır.

Tablo 2 : Al-sat modelinde ADSL internet erişimi toptan tarifeleri (YTL)*

Uygulamanın Başladığı Tarih	ADSL Hızı		Bağlantı ücreti	Toptan Aylık Ücret
1.8.2006	256/64	Limitsiz	59	40,18
	512/128	Limitsiz	59	72,98
	1024/256	Limitsiz	59	113,98
	2048/512	Limitsiz	59	187,78
25.10.2004	1024/256	3	59	23,78
	1024/256	6	59	40,18
	1024/256	9	59	56,58

*Tarifeler KDV ve ÖTV eklenmiş şekilde düzenlenmiştir.

770 Daha önceki bölümlerde de belirtildiği üzere, TTNNet A.Ş., 26.4.2006 tarihinde Türk Telekom'un kontrolünde bulunan ayrı bir tüzel kişilik olarak kurulmuş ve daha önce Türk Telekom tarafından gerçekleştirilen perakende internet servis sağlayıcılığı faaliyetini üstlenmiştir. TTNNet A.Ş., Telekomünikasyon Kurumu tarafından perakende internet servis sağlayıcılığı pazarında etkin piyasa gücüne sahip teşebbüs olarak belirlenmemiş, bu nedenle de TTNNet A.Ş.'nin tarifeleri Telekomünikasyon Kurumu'nun onayına tabi tutulmamıştır. TTNNet A.Ş.'nin hızlara göre perakende tarifeleri aşağıda gösterilmektedir.

Tablo 3: TTNNet A.Ş.'nin Perakende ADSL İnternet Hizmeti Tarifesi (YTL)

ADSL erişim hızı	Kota (GB)	Bağlatı ücreti	Perakende aylık ücret*	Toptan aylık* ücret
256/64	Limitsiz	59	49 (36,84)	40,18 (30,21)
512/128	Limitsiz	59	89 (66,92)	72,98 (54,87)
1024/256	Limitsiz	59	139 (104,51)	113,98 (85,7)
2048/512	Limitsiz	59	229 (172,18)	187,78 (141,2)
1024/256	3	59	29 (21,80)	23,78 (17,88)
1024/256	6	59	49 (36,84)	40,18 (30,2)
1024/256	9	59	69 (51,88)	56,18 (42,6)

*Parantez içindeki değerler, ücretlere KDV ve ÖTV eklenmemiş halidir.

780 Söz konusu toptan ve perakende tarifeler incelendiğinde, Türk Telekom'un uyguladığı vergiler hariç toptan aylık ücret ile, TTNNet A.Ş.'nin vergiler hariç perakende ücreti arasında %18'lik fark olduğu görülmektedir. Türk Telekom toptan tarifelerini, TTNNet A.Ş.'nin perakende tarifesi üzerinden %18'lik marj bırakarak belirlemekte ve Telekomünikasyon Kurumu tarafından söz konusu toptan tarifeler onaylanmaktadır.

790 Bu noktada değinilmesi gereken husus, Türk Telekom'un perakende internet erişim hizmetlerini TTNNet A.Ş.'ye devretmesiyle birlikte, TTNNet A.Ş. telekomünikasyon mevzuatına göre etkin piyasa gücüne sahip bir işletme olarak tanımlanmadığından, eskiden Türk Telekom'un hem perakende hem de toptan tarifeleri ve bu tarifelerdeki değişiklikleri Telekomünikasyon Kurumu onayına tabi iken TTNNet A.Ş.'nin perakende fiyatlarının artık Telekomünikasyon Kurumu onayına tabi olmadığıdır. Söz konusu değişikliğe paralel olarak, Kampanyada sadece toptan fiyatların indirimi bakımından Türk Telekom tarafından Telekomünikasyon Kurumu onayı alınmıştır.

İSS'ler, Türk Telekom'un toptan tarifeleri üzerinden port alımı yaptıktan sonra, son kullanıcılara toptan aldıkları internet hizmetinin yeniden satışını gerçekleştirmektedir. İSS'ler söz konusu faaliyetlerini gerçekleştirirken, Türk Telekom'a yukarıdaki tablolarda gösterilen toptan aylık ücret ve bağlantı ücreti ödemelerinin yanı sıra

pazarlama gideri, çağrı merkezi gideri, atıl port gideri gibi maliyetlerle karşı karşıya kalmaktadır.

800 **Türk Telekom'un ve Diğer İSS'lerin Pazardaki Durumu**

Telekomünikasyon Kurumu'nun Görüş'ünde yer alan bilgilere göre, TTNNet A.Ş.'nin ve sahip oldukları abone sayıları itibarıyla beş büyük rakibinin dar bant ve geniş bant internet hizmetini de kapsayan toplam abone sayılarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 4 : TTNNet A.Ş. ve rakip İSS'lerin abone sayıları ve buna bağlı pazar payları

		TTNet A.Ş.	Superonline	Doğan	Doruknet	Koçnet	İşnet	Diğer İSS'ler	Toplam
Bireysel	2005 Aralık	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		(.....)
	2006 Haziran	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		(.....)
Kurumsal	2005 Aralık	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		(.....)
	2006 Haziran	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		(.....)
Toplam		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2005								
Pazar payı (%)	2005	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	2006	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar payı (%)	2006	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Aşağıdaki tabloda ise 1.10.2006 tarihi itibarıyla TTNNet A.Ş.'nin ve diğer İSS'lerin son kullanıcılara sundukları hızlara göre sahip oldukları abone sayıları ile bu abone sayılarına göre geniş bant internet erişim pazarındaki pazar payları gösterilmektedir.

810 **Tablo 5: 1.10.2006 tarihi itibarıyla İSS'lerin geniş bant abone sayıları ve buna bağlı pazar payları**

İSS	ADSL HIZI				Toplam abone sayısı	Pazar payı (%)
	256/64	512/128	1024/256	2048/512		
TTNet A.Ş.	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Superonline	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Doğan İletişim	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İş Net	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Koç Net	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OrtaDoğu Yazılım	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Adanet	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Doruk	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Türksat	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....) (Türksat'ın (.....) abone sayısı verileri esas alınmıştır.)	(.....)

Yukarıdaki tablolar incelendiğinde, TTNNet A.Ş.'nin dar bant ve geniş bantı kapsayan genel internet servis sağlayıcılığı faaliyetindeki pazar payının 2005'te %(....) iken, 2006'da %(....)'ye çıktığı görülmektedir. Geniş bant internet erişim pazarında ise bu oran 2006'da yaklaşık %(....)'dir. Bu rakamlar ışığında, TTNNet A.Ş.'nin geniş bant abone sayısının, toplam (geniş bant ve dar bantı da kapsayan) internet abone sayısı içerisindeki payı yaklaşık %(....) olmasına karşın bu durumun diğer İSS'ler için geçerli olmadığı görülmüştür. Bu nedenle, diğer İSS'lerin faaliyetlerinin daha çok dar bant (dial-up) hizmetiyle sınırlı kaldığı ve yeni abonelerin ya da dar banttan geniş banta geçen abonelerin TTNNet A.Ş.'yi tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

820

Geniş bant toptan erişim pazarı açısından bakıldığında da, bireysel kullanıcılara geniş bant erişim hizmeti sunulabilecek düzeyde altyapının Türk Telekom'da bulunduğu görülmektedir. Kablo TV şebekesinin, yaygınlık düzeyinin düşüklüğü ve halihazırda bu şebeke üzerinden toptan erişim hizmeti sunulmadığı göz önüne alındığında, Türk Telekom'un toptan geniş bant internet erişim hizmetlerine halihazırda rakip olamayacağı görülmüştür. Bu nedenle ilgili pazarda Türk Telekom'un pazar payı ADSL hizmetlerinin geniş bant internet erişim hizmetleri pazarı içindeki payına paralel olarak %(....)'e yakındır.

830

Türk Telekom ve TTNNet A.Ş.'nin Kampanya'ya Katkılarının Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Olup Olmadığına İlişkin Değerlendirme

Türk Telekom'un, toptan geniş bant internet erişimi pazarındaki %(....)'e yakın pazar payı, alternatif şebeke ve teknolojilerin gelişmesinin ve yaygınlaşmasının önündeki (yasal ve ekonomik) engeller nedeniyle, ilgili pazarda hakim durumda olduğu konusunda herhangi bir tereddüt bulunmamaktadır.

840

Perakende geniş bant internet erişim hizmetleri pazarında da benzer şekilde Türk Telekom'un yavru şirketi olan TTNNet A.Ş.'nin pazar payı yaklaşık %(....)'dir ve söz konusu pazar payını sağlayan abone sayısı artışı sürmektedir. Üst pazar olan toptan pazarda aynı ekonomik bütünlükteki ana şirketin hakim durumda bulunmasının yarattığı avantajlar, rakiplerin karşılaştırılmayacak kadar küçük düzeydeki pazar payları, hizmetin ilk yıllarında Türk Telekom tarafından bir bütün (perakende ve toptan) olarak sağlanmasının getirdiği etkiler yoluyla ulaşılan ölçeğin getirdiği diğer avantajlar dikkate alınarak, TTNNet A.Ş. perakende geniş bant internet erişim hizmetleri pazarında hakim durumda bulunmuştur.

850

Türk Telekom'un toptan geniş bant internet erişim hizmetleri pazarı ve (TTNet A.Ş. vasıtasıyla) perakende geniş bant internet erişim hizmetleri pazarında hakim durumda bulunduğu tespitinden sonra, Kampanya bünyesinde yapılan katkılar nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi bağlamında ihlal ortaya çıkıp çıkmayacağı konusunda bazı hususlar aşağıda ele alınmıştır.

Bunlardan ilki, Kampanya bünyesinde Türk Telekom'un TTNNet A.Ş. lehine ayrımcı olarak nitelenebilecek bir uygulamasının olup olmadığı hususudur. Kampanya kapsamında Türk Telekom, tüm İSS'lere 1 Ekim-31 Aralık 2006 tarihleri arasında yapacakları abonelikler için, bu aboneliklerin 24 ay sürmesi koşuluyla, 24. ayın ücretini ve varsa limit aşım ücretlerini almama şeklinde bir indirim yapmaktadır. Söz konusu indirim, bir tarife değişikliği olması nedeniyle, Telekomünikasyon Kurumu tarafından da onaylanmıştır. Kampanya'daki söz konusu indirim ve bağlantı ücretinin ödenmesi de dahil olmak üzere, TTNNet

860 A.Ş. lehine ayrımcılık yapılmadığı bildirildiği de göz önüne alınarak, Türk Telekom'un toptan geniş bant erişim hizmeti pazarındaki hakim durumunu kötüye kullandığına yönelik bir değerlendirme yapılmamıştır.

Kampanya kapsamında değerlendirilen bir diğer husus, Kampanya'da TTNNet A.Ş. tarafından verilen ücretsiz modemler nedeniyle modem pazarında rekabeti bozucu nitelikte bir uygulama yapıp yapılmadığıdır. Söz konusu ücretsiz modem uygulamasının geniş bant internet erişim pazarındaki etkilerine aşağıda ayrıca değinilmiştir. Modem pazarı açısından bakıldığında, TTNNet A.Ş.'nin yaptığı bir ihale yoluyla, bu pazarda faaliyet gösteren iki teşebbüsten toplam (.....) adet ADSL modem alımı yaptığı görülmüştür. Söz konusu modemler TTNNet A.Ş.'nin kampanyalarında abonelere ücretsiz verilmiştir. TTNNet A.Ş.'nin, modem pazarında herhangi bir faaliyeti bulunmaması nedeniyle, söz konusu ürünün alım pazarında önemli bir güce erişeceği düşünülse bile, ihaleyle yüksek miktarda modem alması ve bunları ücretsiz dağıtması tek başına modem pazarında kötüye kullanma niteliğinde bir davranış olmayacaktır.

870 Türk Telekom ve TTNNet A.Ş.'nin katkıları bakımından daha ayrıntılı değerlendirilen son husus ise Kampanya'nın TTNNet A.Ş.'nin fiyatlarında bir indirim ve maliyetlerinde bir artış getirmesi neticesinde, Türk Telekom ve TTNNet A.Ş.'nin perakende geniş bant internet erişimi pazarında bir marj ya da fiyat sıkıştırmasına neden olup olmadığıdır.

Fiyat /Marj Sıkıştırması

Marj ya da fiyat sıkıştırması, son dönemde özellikle telekomünikasyon sektöründe rekabet otoritelerinin odaklandığı, mal vermeyi reddetme ya da mal vermeyi kesme olarak da değerlendirilebilen bir kötüye kullanma şeklidir.

Fiyat sıkıştırması kavramı AB Komisyonu'nun Erişim Tebliği[*Notice on the application of the competition rules to access agreements in the telecommunications sector, framework, relevant markets and principles (98/c 265 /02)*]’nde tanımlanmış ve bu tanıma Kurul’un 19.10.2004 tarih ve 04-66/956-232 sayılı Kararı’nda aşağıdaki şekilde yer vermiştir:

890 “Fiyat sıkıştırması kavramının Avrupa Komisyonu düzenlemelerinde iki tanımı bulunmaktadır. Buna göre;

- Hakim durumda bulunan firma, kendisinin de kullandığı hizmetler için alt pazarda rakiplerine sunduğu ücretler üzerinden rekabetçi pazarlarda kar sağlayamıyor ise, ya da

- Hakim durumdaki firmanın rakiplerine sunduğu erişim fiyatları ile hakim durumdaki firmanın rekabetçi pazarda kullanıcılara sunduğu fiyatlar arasındaki marjın, etkin bir rakibin rekabetçi pazarda normal kar sağlaması için yeterli olmaması hallerinde

fiyat sıkıştırması kavramından bahsedilebilir.”

900 Fiyat sıkıştırması kavramının temel mantığı, dikey bütünleşik bir teşebbüsün, değişik yollarla, hakim durumda bulunduğu bir girdi pazarındaki konumunu kullanarak, kendisinin de faaliyet gösterdiği alt pazarlarda rakiplerinin normal kar elde etmesini engellemesidir. Aynı şekilde, söz konusu kaynaklarda fiyat ya da marj sıkıştırması şeklinde bir ihlal için aşağıda belirtilen şartların gerçekleşmesi gerektiği belirtilmektedir:

- 910
- 1- Dikey bütünleşik bir firmanın belli bir girdi pazarında (üst pazar) hakim durumda olması ve bu girdiler kullanılarak hizmet üretilen alt pazarda hakim durumda firma ile ondan girdi alan rakiplerin varlığı,
 - 2- Üst pazardaki girdinin alt pazarda faaliyet göstermek için zorunlu unsur niteliğinde bulunması,
 - 3- Üst pazarda sağlanan girdinin alt pazardaki firmanın maliyetlerinin önemli bir kısmını oluşturması,
 - 4- Üst pazarda hakim olan firmanın alt ve üst pazardaki fiyatlamalar yoluyla alt pazardaki rakiplerinin makul bir kar elde etmesini engellemesi,
 - 5- Dışlayıcı niyet ya da amacın dışında, söz konusu davranışın haklı bir gerekçesinin olmaması,
 - 6- Söz konusu davranışın alt pazardaki rekabet üzerinde görülebilir etkilerinin olması.

920 Söz konusu unsurlar değerlendirildiğinde, öncelikle Türk Telekom, TTNNet A.Ş. ve rakip İSS'lerin ilişkileri ve konumu, 1. maddede belirtilen ve fiyat sıkıştırmasının ortaya çıkabileceği bir pazar yapısının bulunduğunu göstermektedir. Aynı şekilde, Türk Telekom'un üst pazar olan toptan geniş bant internet erişimi pazarında sağladığı girdi, mevcut durumda satılan hizmetin kendisi (bir başka ifadeyle alt pazardaki maliyetlerin önemli bir kısmı) olduğundan 2. ve 3. maddede belirtilen unsurlar gerçekleşmiş olmaktadır.

930 Bu noktada, kritik husus 4. maddede belirtilen unsurun gerçekleşip gerçekleşmediğidir. Bir başka ifadeyle, Türk Telekom ve TTNNet A.Ş.'nin fiyatlamaları yoluyla İSS'lerin makul kar elde edemeyeceklerinin tespitidir. Bu unsurun gerçekleşmesinde, alt pazarda hakim durumda olan firmanın (TTNet A.Ş.) kar elde edip etmediği ya da bu şartlar altında alt pazarda "etkin bir operatörün" "normal bir karla" çalışıp çalışamayacağı hususlarının değerlendirilmesi gereklidir. Hangi operatörün maliyetlerinin ve karlarının baz alınacağı literatürde tartışmalı bir husus olmakla birlikte, TTNNet A.Ş.'nin maliyetlerinin ele alınmasının rekabet hukuku ve politikası bakımından daha doğru olacağı düşünülmüştür. Dolayısıyla, fiyat sıkıştırmasının gerçekleşmemesi için, Kampanya kapsamında yapılan indirimler ve maliyetler karşısında TTNNet A.Ş.'nin makul bir kar elde ediyor olması, en azından maliyetinin altında hizmet vermiyor olması gerekmektedir.

940 ***TTNet A.Ş.'nin Kampanya Kapsamında Oluşan Marjları***

Kampanya kapsamında yapılan indirimler sonucunda Türk Telekom'un toptan ve TTNNet A.Ş.'nin perakende fiyatları arasındaki marjın hangi seviyeye geldiği aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 6: Kampanya Kapsamında İSS'lerin ve TNet A.Ş.'nin Marjları

(A) ADSL Erişim Hızı	(B) Kota (GB)	(C) Aylık TNet A.Ş. Perakend e Ücreti	(D) Kampanya Öncesi İki Yıllık İSS Toptan Ücreti*	(E) Kampanya Öncesi İSS'te Kalan Toplam Tutar**	(F) Kampanya Kapsamında 24 Aylık Toptan Ücret***	(G) TNet A.Ş.'nin Kampanya Kapsamında Yaptığı İndirim (1 ay Ücretsiz+1 aylık İSS Karı)	(H) TNet A.Ş.'nin İndirim Sonrası Aldığı Toplam Ücret	(I) Kampanya Kapsamında İndirim Sonrası Oluşan TNet A.Ş.'nin Marjı
256/64	Limitsiz	36,84	725,0112	159,1488	694,8024	43,47	115,68	0,143
512/128	Limitsiz	66,92	1316,9856	289,0944	1262,1112	78,97	210,13	0,143
1024/256	Limitsiz	104,51	2056,7568	451,4832	1971,0586	123,32	328,16	0,143
2048/512	Limitsiz	172,18	3388,5024	743,8176	3247,3148	203,17	540,65	0,143
1024/256	3	21,8	429,024	94,176	411,148	25,72	68,45	0,143
1024/256	6	36,84	725,0112	159,1488	694,8024	43,47	115,68	0,143
1024/256	9	51,88	1020,9984	224,1216	978,4568	61,22	162,90	0,143

*Cx0,82x24; ** Cx0,18x24; ***Cx0,18x23

Yukarıdaki tablodan, TTNNet A.Ş.'nin marjının Kampanya kapsamında %14,3'e indiği görülmektedir.

Bu noktada, ortaya çıkan marjın Kampanya kapsamında TTNNet A.Ş.'nin katlandığı/katlanacağı maliyetler ile diğer olağan (sabit ve değişken) maliyetleri karşılayıp karşılamadığı önemli bir sorudur. Örneğin, Türk Telekom'un bu anlamda en önemli maliyet kalemlerinden biri ücretsiz verdiği modemdir. Söz konusu modemlerin her biri, TTNNet A.Ş. tarafından yaklaşık (...) YTL (..... Avro)'ye mal edilmiştir. Ayrıca TTNNet A.Ş., Kampanya bünyesinde kendisine 24 ayın sonunda verilecek olan bir aylık Türk Telekom toptan indirimini Kampanya'ya katılanlara baştan yansıtması nedeniyle bir finansman maliyetine de katlanmıştır. Yine aynı şekilde Kampanya için önemli miktarda reklam harcaması yapılmıştır. Söz konusu modem ücreti aboneye verilmiş bir indirim gibi yansıtıldığında ise en fazla abonenin bulunduğu ve en düşük fiyatlı 1024/256 hızında TTNNet A.Ş.'nin marjı %(...)'ya düşmüştür. Ancak böyle bir yöntem ilgili maliyetlerin kısa döneme yansıtılması nedeniyle yanlış sonuçlar doğurabileceği bilinmektedir. Zira, AB Komisyonu Fransa'da ADSL hizmetleri veren Wanadoo'nun yıkıcı fiyat uyguladığına ilişkin Kararı'nda bu tür müşteri kazanmaya yönelik maliyetleri 4 yıllık bir süreye yayarak maliyet hesabına yansıtmıştır.

Dolayısıyla, Kampanya kapsamındaki marjın TTNNet A.Ş.'nin maliyetlerini karşılayıp karşılamadığının belirlenmesi TTNNet A.Ş.'nin halihazırdaki ve Nisan 2006 öncesi Türk Telekom'un maliyet ve gelirleri ile TTNNet A.Ş.'nin gelecek iki yıldaki maliyet ve gelir projeksiyonunun ayrıntılı analizi ile mümkündür.

Ancak, dosya kapsamında yapılan inceleme süresince böyle bir analizi yapmanın önünde pratik zorluklar bulunduğu görülmüştür. Bunlardan en önemlisi, analiz edilebilecek düzeyde yeterli bilginin bulunmamasıdır. TTNNet A.Ş. ve Türk Telekom temsilcileri, İSS'lerin söz konusu hizmeti sunmak için katlanmak zorunda oldukları maliyet kalemleri ve rakamları konusunda yeterli bilgi verememiş, Türk Telekom dönemindeki perakende satışlara yönelik maliyet rakamları hiç gönderilmemiş ve TTNNet A.Ş. de yeni bir şirket olduğundan Kampanya öncesi döneme ilişkin, Nisan-Ekim dönemine ilişkin bilanço özeti ve Temmuz-Ekim dönemine ilişkin 3 aylık bilanço ve gelir tablosu gönderilmiştir. Söz konusu maliyet bilgisi taleplerine karşılık Türk Telekom ve TTNNet A.Ş.'nin maliyet bazlı bir fiyatlandırma yapma zorunluluğu bulunmadığı belirtilmiştir. Ancak, 22.1.2007 tarih ve 522 sayılı ile giren cevaplarında TTNNet A.Ş.'nin perakende maliyetlerine ilişkin bilgiler verilmiştir. Türk Telekom ve TTNNet A.Ş.'nin maliyetleri verilen bu bilgiler çerçevesinde aşağıda değerlendirilmiştir.

Türk Telekom ve TTNNet A.Ş.'nin Fiyat Sıkıştırması ve Maliyetler Hakkında Görüşleri

Bildirim Formu'nda, Kampanya'da TTNNet A.Ş., Microsoft ve Intel'in ilgili mal ve hizmetlerini hiçbir şekilde maliyetlerinin altında satmayacakları belirtilmiştir. Geniş bant internet erişim hizmetleri bakımından daha sonra tarafların gönderdikleri ek beyanda, (bir fiyat sıkıştırması olması için gerekli olduğu daha önce belirtilen unsurlar değerlendirilerek) Kampanya kapsamında bir aylık ek ücret alınmamasının dışlayıcı bir amacının ve etkisinin olmadığına, haklı gerekçeler içerdiğine ve diğer İSS'lerin makul bir kar elde etmesine engel olunmadığına (fiyat sıkıştırmasına neden olunmadığına) ilişkin olarak özetle aşağıda yer verilen açıklamalarda bulunulmuştur:

- Bir uygulamanın rekabet üzerinde olumsuz ve dışlayıcı etkisi değerlendirilirken, uygulamayı yürüten teşebbüsün pazar payında artış olup olmadığı, rakiplerin pazar payında azalış olup olmadığı ve pazarı terk eden rakip olup olmadığına bakılması gerektiği ifade edilerek, Komisyon'un Wanadoo Kararı'nda uygulamayı yapan teşebbüsün ihlal süresince pazar payını %(....) artırdığı, uygulamanın (yıkıcı fiyat) pazardaki en büyük rakibin pazar payını altüst ettiği ve bir İSS'nin pazardan çıktığından bahisle, Kampanya'da TTNNet A.Ş.'nin ADSL abone sayısının çok az bir oranda (..... az bir oranda (27.12.2006 itibariyle)) arttığı, Kampanya süresince rakip operatörlerin abone sayısının arttığı (Doğan İletişim'in 1.10.2006 tarihi itibariyle abone sayısı (.....) iken, 11.12.2006 tarihi itibariyle (.....)'e ulaştığı), benzer bir şekilde Superonline'ın da abone sayısının arttığı, Kampanya süresince pazara üç yeni İSS'nin lisans alarak girdiği, rakiplerin de benzer kampanyalar düzenleyerek 3 ay ücretsiz ADSL sattıkları, dolayısıyla Kampanya'nın rekabeti bozucu amacı ya da etkisinin olmadığı;
- Kampanya'nın haklı gerekçeleri olduğu, Kampanya'nın perakende ADSL pazarının gelişimi ve tüketici yararının sağlanması gibi iki önemli gerekçeyi içerdiği, Türk Telekom tarafından Kampanya çerçevesinde 1 aylık ücretsiz toptan geniş bant erişim hizmeti sağlanmasının bu amacın ya da niyetin göstergesi olduğu, rekabet üzerinde Kampanya'nın olumsuz etkisinin olduğu düşünülse bile yakın bir zamanda yürürlüğe girecek veri akış erişimi yöntemiyle bu olumsuzlukların giderileceği, daha önce bu argümanla Telekomünikasyon Kurumu'nun benzer bir kampanyaya onay verdiği,
- AB Komisyonu'nun Deutsche Telekom kararından örnek verilerek, TTNNet A.Ş.'nin indirimleri nedeniyle marjın %(....) daraldığı, eğer söz konusu marjdaki daralma %15,16,17 gibi bir oranda olsa idi fiyat sıkıştırmasının gündeme gelebileceği, ancak Kampanya kapsamında olduğu gibi marjın çok az azaldığı durumlarda maliyet analizine girilmesine gerek olmadığı, uygulamanın dışlayıcı nitelikte olup olmadığına bakılmasının yeterli olacağı ifade edilerek, abonelere sağlanan 1 aylık ek indirimin fiyat sıkıştırmasına neden olacak nitelikte olmadığı ve ilgili pazardaki rekabeti olumlu etkilediği iddia edilmektedir.

Bu noktada Türk Telekom ve TTNNet A.Ş. temsilcilerinin maliyet ve gelir bazlı bir analiz yerine uygulamanın etkilerine yönelik bir analiz yapılması gerektiğinin ve Kampanya'nın pazarı sınırlı bir ölçüde etkilediğinin dikkate alınmasını istedikleri anlaşılmıştır.

Ancak, en son gönderilen bilgilerde TTNNet A.Ş.'nin maliyetlerine ilişkin bir analiz yapılmıştır. Bu çerçevede, TTNNet A.Ş.'nin perakende ADSL hizmetlerinin sunumu için bir takım hizmetleri Türk Telekom ile imzalanan Ana Devir Protokolü ve bu Protokol'ün ekleri çerçevesinde Türk Telekom'dan aldığı, bu kapsamda faturalama işlemlerinin aşağıdaki şekilde gerçekleştirildiği bildirilmiştir.

- Otomasyon İşlemleri (Abone başına, aylık) : (.....) YTL.
- Faturalama İşlemleri (Fatura başına) : (.....) YTL.
- Fatura Kağıt Bedeli (Fatura A4 sayfa başına) : (.....) YTL.
- Zarf Bedeli (Kullanılan zarf başına) : (.....) YTL.

TOPLAM

: (.....) YTL.

Aynı Protokol'ün eki olduğu bildirilen Faturalama Protokolü çerçevesinde TTNNet A.Ş.'nin Türk Telekom'a müşteri hizmetleri işlemleri için abone başına, aylık (.....) YTL (KDV hariç) ödemeyi kabul ettiği belirtilmiştir.

Bunun yanı sıra yine Türk Telekom ile imzalandığı bildirilen Çağrı Merkezi Hizmetleri Sözleşmesi kapsamında, Türk Telekom'a son altı ayda aylık ortalama (.....) YTL ödeme yapıldığı, bu ödemenin son altı aylık ortalama abone sayısına bölüldüğünde TTNNet A.Ş.'nin çağrı merkezi işlemleri için abone başına (.....) YTL maliyete katlandığı ifade edilmiştir.

Bu bilgilere dayanılarak yapılan hesaplamalarda, TTNNet A.Ş.'nin abone başına; müşteri hizmetleri ((.....) YTL), faturalama hizmetleri ((.....) YTL), çağrı hizmetleri ((.....) YTL) olmak üzere katlandığı maliyetlerin toplamının (.....) YTL olduğu görülmüştür.

Bu maliyetlerin TTNNet A.Ş.'nin perakende hizmet tarifeleri içerisindeki oranlarının aşağıdaki gibi olduğu ifade edilmiştir.

- 256 K perakende tarifede % (.....)
- 512 K perakende tarifede % (.....)
- 1024 K perakende tarifede % (.....)
- 2048 K perakende tarifede % (.....)
- 1024 K 3GB sınırlı perakende tarifede % (.....)
- 1024 K 6GB sınırlı perakende tarifede % (.....)
- 1024 K 9GB sınırlı perakende tarifede % (.....)

Dosya mevcudu bilgiler çerçevesinde, Kampanya'da TTNNet A.Ş.'nin marjının en yüksek %14,3 olduğu göz önüne alındığında, TTNNet A.Ş.'nin söz konusu maliyet oranlarıyla kar etmiş olabileceği görülmüştür. Ancak, verilen bilgilerdeki maliyetlerin, insan kaynakları, müşteri kazanma maliyetleri, atıl port maliyetleri, komisyon giderleri gibi bir İSS'in maliyeti olabilecek diğer unsurları içermediği düşünüldüğünden, dolayısıyla, söz konusu maliyet analizinin TTNNet A.Ş.'nin tüm maliyetlerini kapsayıp kapsamadığı konusunda net bir kanı oluşmamıştır.

Rakip İSS'lerin Konu Hakkındaki Görüşleri ve Maliyet Hesapları

Türk Telekom'un yukarıda belirtilen görüşlerine karşılık, dosya kapsamında inceleme sürecinde görüşülen rakip İSS'ler genel itibariyle söz konusu Kampanya'nın ve Türk Telekom'un uyguladığı fiyatlandırma politikasının rekabeti sınırlandırdığı düşüncesinde olduklarını belirtmişlerdir. Bu kapsamda (.....) yetkilileriyle yapılan görüşmede, iki aylık internet ücretinin alınmaması ile ücretsiz modem verilmesinin İSS'lere sunulan marjı aştığı, Türk Telekom'un Kampanya dışında indirimler yaptığı benzer başka kampanyalarının da bulunduğu, veri akış erişimi modelindeki tarifelerin İSS marjlarını karşılamaya yetmediği dolayısıyla bu erişim yönteminde Türk Telekom ile anlaşamadığı ve yerel ağa ayrıştırılmış erişim modelinin henüz hayata geçirilemediği ifade edilmiştir. (.....) tarafından daha gönderilen ek bilgilerde (.....)'ın ADSL maliyetleri diğer faaliyetlerden arındırılarak ve (.....) abone varsayımı ile analiz edilmiş, (.....)'ın ilk yıl için en fazla satılan hız dahil olmak üzere üç abonelik türünde zarar ettiği, ikinci yıl ise tüm hızlarda kar ettiği anlaşılmıştır. (.....) mevcut durumdaki marjlarla abone sayısı artsa bile kar marjının doğrudan artmayacağını belirterek, Türk

Telekom'un bağlantı ücretlerinde de İSS'lere marj sağlamasının, abonelerin servis sağlayıcısını değiştirmesi durumunda bağlantı ücreti alınmamasının ve kar marjının %(.....) olmasının gerektiğini ileri sürmektedir.

Benzer görüşler (.....) tarafından da dile getirilmiştir. Dosya kapsamında yapılan incelemelerde (.....) yetkilileri ile yapılan görüşmede, TNet A.Ş.'nin Kampanya kapsamında ek bir ay ücret almayarak ve bedava modem vererek piyasada sorun yarattığı ifade edilmiştir. (.....) yetkilileri tarafından görüşmede ayrıca verilen (.....) bilgilerde de, TNet altyapısının Türk Telekom bünyesinden ayrılması konusundaki belirsizliklere, al-sat sözleşmesindeki rekabeti kısıtlayıcı hükümlere ve veri akış erişimi kapsamında ortaya çıkan sorunlara değinilerek çözüm önerileri sıralanmıştır. (.....) tarafından hazırlanan maliyet analizinde ise, esas alınan hizmet kategorilerinden üçünde marjların negatif olduğu görülmüştür. Bununla birlikte söz konusu analiz kaç abone baz alındığı, bir yıldan sonraki süreçteki maliyetlerin ya da marjların nasıl olacağı gibi konularda belirsizlik bulunmaktadır.

Telekomünikasyon Kurumu Görüşü

2813 sayılı Kanun'un 7. maddesi uyarınca gönderilen Telekomünikasyon Kurumu Görüşü'nde fiyat sıkıştırmasına ya da indirimin sonuçlarına ilişkin spesifik bir değerlendirme yapılmamakta,

- Türk Telekom'un toptan tarifelerinde yapılacak geçici indirimin Telekomünikasyon Kurulu tarafından onaylandığı ve Karar'ın 23.8.2006 tarihinde Türk Telekom'a bildirildiği,

- TNet A.Ş.'nin tarifelerini Kurum'a onaylatma yükümlülüğü olmadığı

belirtilerek, *"söz konusu menfi tespit/muafiyet başvurusunun, ülkemizdeki internet ve özellikle geniş bant internet hizmetlerinin kullanımının yaygınlaştırılmasının önemli olduğu, mevcut durum itibarıyla ülkemizdeki bilgisayar okur yazarlığının ve internet kullanımının AB ülkelerine kıyasla düşük olduğu, bilgi toplumuna ulaşmada internetin önem arz ettiği ve ayrıca TNet A.Ş.'nin internet servis sağlayıcılığına yönelik piyasada yüksek pazar payına sahip olduğu hususları göz önünde bulundurularak değerlendirilmesinin yerinde olacağı"* ifade edilmektedir.

Fiyat Sıkıştırması Konusunda Ulaşılan Sonuç

Dosya mevcudu bilgiler ışığında, genel itibarıyla, bireysel kullanıcılara sunulan geniş bant internet erişim hizmetleri piyasasında hem toptan hem de perakende düzeyde Türk Telekom'un neredeyse tekel konumunun söz konusu olduğu anlaşılmıştır. Alternatif altyapıların rekabetinin sağlanamaması ve Türk Telekom'un altyapısına daha rekabetçi erişim modellerinin hayata geçirilememesi nedeniyle, yakın gelecekte de söz konusu pazar yapısında bir değişiklik olmayacağı öngörüsü yapmak da mümkündür. Halihazırda rakip İSS'lere sunulan tek yöntem *al-sat* modeli olup, söz konusu model de esasen gerçek anlamda rekabeti getiren bir model olmadığı gibi ülkemizdeki uygulaması bakımından alternatif operatörlerin %1 pay alabildikleri bir rekabet düzeyini ortaya çıkarmıştır.

Böyle bir pazarda, başvuru konusu Kampanya bilgisayar ve modem gibi unsurları da içine alan kısa bir dönem için yapılmıştır. TNet A.Ş. bu dönemde fiyatlarında ek indirim yapmış ve Kampanya'ya özel maliyetlere katlanmıştır. Geniş bant internet erişim pazarında söz konusu indirim ve maliyetlerin rakip

İSSler açısından fiyat sıkıştırması olup olmadığının tespiti, yukarıda belirtildiği üzere ayrıntılı bir maliyet analizini ve mevcut marjların TTNNet A.Ş.'nin maliyetlerini karşılayıp karşılamadığının belirlenmesini gerekli kılmıştır. Ancak yine daha önce belirtildiği üzere, dosya konusu inceleme çerçevesinde yeterli verinin elde edilememesi ve TTNNet A.Ş.'nin maliyetlerine ilişkin en son gönderilen bilgilerin de söz konusu maliyetlerin tümünü kapsayıp kapsamadığı konusunda oluşan tereddütler nedeniyle, böyle bir analizin yapılması mümkün olmamıştır. Aynı şekilde, rakip İSS'ler tarafından gönderilen maliyet analizleri de, farklı sonuçlar vermeleri ve çok küçük ölçekleri baz almaları nedeniyle, yapılması gereken analize yardımcı olacak nitelikte değildir.

Ayrıca, Türk Telekom'un rakip İSS'lerin de benzer kampanyalar yapmalarını, Kampanya ile aynı dönemde yapılan bu kampanyalarda abone kazanmalarını, Kampanya'da TTNNet A.Ş.'nin önemli miktarda artmadığını ve bir rakibin söz konusu dönemde önemli miktarda abone kazandığını öne sürerek Kampanya'nın dışlayıcı olmadığını, belli bir seviyede indirimin ya da marjın maliyet analizi yapılmadan rekabeti dışlayıcı amaç ve etkisine bakılarak değerlendirilebileceği, dolayısıyla pazardaki rekabet üzerindeki etkisinin çok az olacağı şeklindeki değerlendirmelerine katılarak uygulamanın Kanun'un 6. maddesini ihlal etmediği yönünde bir sonuca ulaşmak da mümkün değildir. Benzer şekilde Kampanya'da pazarın gelişimi ve tüketici yararı gibi bir gerekçe bulunduğu iddiası da dosya konusu uygulama bakımından olası bir fiyat sıkıştırmasına haklı bir gerekçe oluşturmamaktadır. Bunun en önemli nedeni, söz konusu gerekçelerin ticari açıdan makul görülebilecek bir niteliğinin olmamasıdır. Bilgisayar kullanımının ve internetin yaygınlaştırılması gibi amaçlar hiçbir şekilde rekabete aykırı olası davranışın gerekçesini oluşturmayacaktır. Söz konusu sosyal hedef ya da amaçlara esas itibarıyla ilgili kamu otoritelerince alınacak tedbirlerle ulaşılabilecektir. Teşebbüsler böyle bir sosyal sorumluluk alsalar bile, bunu kanuni olmayan yollara başvurarak gerçekleştirmemelidir.

Bununla birlikte, fiyat sıkıştırması analizinin yapılmasının önündeki daha önce belirtilen zorluklar, Kampanya'nın süresi ve kapsamı ile Kampanya'nın piyasayı çok az etkileyecek düzeyde satış yapılarak sona erdirilmiş olması nedenleriyle, başvuruda ve daha sonraki ek beyanda Türk Telekom ve TTNNet A.Ş.'nin Kampanya kapsamında hiçbir şekilde maliyetin altında satış yapmayacakları ve yapılan indirimlerin fiyat sıkıştırması olmadığı şeklindeki beyanları esas alınarak, Türk Telekom ve TTNNet A.Ş.'nin Kampanya'daki katkılarının bir fiyat sıkıştırması ortaya çıkarmayacağına karar verilmesinin ve dosyanın sonuçlandırılmasının uygun olacağı kararına varılmıştır. Ancak, bu değerlendirme hiçbir şekilde TTNNet A.Ş.'nin Kampanya sonucunda oluşan marjının maliyetlerini karşılamaya yetip yetmediğinin bir tespiti anlamına gelmemelidir.

Yukarıda tarafların beyanları dikkate alınarak yapılan değerlendirmeler çerçevesinde, Türk Telekom ve TTNNet A.Ş.'nin Kampanya'daki katkılarının 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal eden bir niteliği olmadığı kararına varılmıştır.

H.2..4. 4054 sayılı Kanun'un 7. Maddesi Açısından Değerlendirme

Başvuru konusu anlaşmalar, taraflar arasında birleşme ya da devralma sayılabilecek bir yoğunlaşmaya neden olmayacağından, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesini ihlal edebilecek bir nitelik taşımamaktadır.

H.2. Genel Değerlendirme

Dosya konusunu Türk Telekom/TTNet A.Ş., Intel ve Microsoft işbirliği ile düzenlenen "Her Eve Son Sürat Internet Her Eve Bilgisayar Kampanyası"na yönelik anlaşmalar oluşturmuştur. Kampanya temel olarak Türk Telekom, Microsoft ve Intel arasındaki işbirliği sonucunda gerçekleştirilmekle birlikte, başvuru kapsamında incelenen anlaşmaların tarafları arasında daha sonra belirlenen bilgisayar tedarikçileri (Casper ve Vestel) de eklenmiştir.

İnceleme konusu olan ve Türk Telekom, Intel Türkiye ve Microsoft Türkiye arasında imzalanan Mutabakat Metni; Microsoft ve Türk Telekom arasında imzalanan Pazarlama Anlaşması ve Türk Telekom ile bilgisayar tedarikçileri arasında imzalanan Kampanya Sözleşmesi ve ekleri çerçevesinde yürütülen Kampanya hakkında menfi tespit, bunun mümkün olmaması durumunda muafiyet talep edilmiştir. Ancak ilgili başvurunun yapılmasından kısa bir süre sonra, başvuruya ilişkin inceleme ve hatta başvuruya ilişkin eksiklikler tamamlanmadan Kampanya başlatılmış ve incelemenin sürdüğü dönemde (31.12.2006 itibarıyla) Pazarlama Anlaşması'nın süresi devam etmesine rağmen Kampanya sona erdirilmiştir.

Kampanya kapsamındaki ürün ve hizmetler göz önüne alınarak, başvurunun değerlendirilmesinde, kişisel bilgisayar pazarı, bilgisayar işletim sistemleri pazarı, ADSL modem pazarı, bilgisayar işlemcileri pazarı ve geniş bant internet erişim hizmetleri pazarları esas alınmıştır.

Başvuru konusu anlaşmalara menfi tespit verilebilmesi için söz konusu anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'un 4, 6 ve 7. maddelerini ihlal etmemesi gerekmektedir. Bu çerçevede yukarıda ayrıntıları ile belirtildiği üzere, anlaşmaların taraflarının farklı pazarlarda faaliyet göstermeleri nedeniyle yatay nitelikte herhangi bir kısıtlama içermediği, anlaşmaların aynı zamanda dikey anlaşma niteliği taşımadığı, Kampanya Sözleşmesi ile bilgisayar tedarikçilerine getirilen kısıtlamaların Kampanya'nın yürütülebilmesi için gerekli kısıtlamalar olduğu ve herhangi bir ilgili pazarda rekabeti kısıtlayıcı ya da bozucu niteliğinin bulunmadığı göz önüne alınarak, söz konusu anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kampanya tarafları olan Microsoft, Intel ve Türk Telekom'un faaliyet gösterdikleri ilgili pazarlardaki güçlü konumları nedeniyle, Kampanya kapsamındaki katkılarının ve bilgisayar tedarikçilerine getirilen kısıtlamaların faaliyette buldukları pazarlarda bir kötüye kullanma olup olmayacağı değerlendirilmiş ve Microsoft ve Intel'in katkılarının kötüye kullanma olarak nitelenebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Türk Telekom (ve TTNet A.Ş.) bakımından ise, sağlanan indirim ve katkıların bir fiyat sıkıştırmasına neden olup olmayacağı dolayısıyla perakende geniş bant internet erişimi pazarında rekabetin bozulup bozulamayacağı konusunda net sonuca ulaşılabilecek bir maliyet analizi yapılamamış olmakla birlikte, Kampanya'nın sınırlı niteliği ve sonuçları göz önünde bulundurulmuş, Türk Telekom ve TTNet A.Ş.'nin Kampanya'daki katkılarının hiçbir şekilde maliyetin altında satış ya da fiyat sıkıştırması ortaya çıkarmayacağı yönündeki beyanları esas alınarak, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ihlal edilmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Başvuru konusu anlaşmaların herhangi bir yoğunlaşma ortaya çıkarmaması nedeniyle de 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi bakımından bir değerlendirme yapılması gerekmemiştir.

Yapılan bu değerlendirmeler ışığında başvurusu konusu anlaşmalara 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilebileceği kararına varılmıştır.

I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

1. Türk Telekomünikasyon A.Ş., Microsoft Bilgisayar Yazılım Hizmetleri Limited Şirketi, Intel Mediterranean Trading Company arasında imzalanan "Mutabakat Metni"nin,
2. Türk Telekomünikasyon A.Ş. ile Microsoft Corporation arasında imzalanan "Pazarlama Anlaşması"nın,
3. Türk Telekomünikasyon A.Ş. ile Vestel Dayanıklı Tüketim Malları A.Ş. ve Casper Bilgisayar Sistemleri A.Ş. arasında imzalanan "Kampanya Sözleşmesi ve İlgili Ek Sözleşmeler"ın

4054 sayılı Kanun'un 4, 6, ve 7. maddelerine aykırı olmadıkları, dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde söz konusu anlaşmalara menfi tespit belgesi verilmesine Kurul Üyesi Rifki ÜNAL'ın farklı gerekçesi ve OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

(Rekabet Kurulu'nun 08.02.2007 tarih ve 07-13/96-26sayılı Kararı)

KARŞI OY GEREKÇESİ

Türk Telekomünikasyon A.Ş., Microsoft Corporation ve Intel Corporation işbirliği ile düzenlenen "ilk Bilgisayarım Kampanyası" nda " yapılan anlaşmalara menfi tespit belgesi verilmesine dair Kurul Kararı" na; niteliği itibariyle kısa süreli, kampanyalı satış faaliyeti için istenen menfi tespit veya muafiyet belgesi için Rekabet Kurumu, ilgili teknik Dairesi'nce yapılması gereken değerlendirmenin ivedilikle yapılması gerekirken, gecikmeli olarak, Teşebbüs tarafından ilk müracaat 13.09.2006 tarihinde yapılmasına rağmen, değerlendirmenin kampanyanın tamamlanma tarihinden sonra tamamlanıp Kurul gündemine getirilmiş olmasının nedenlerinin Başkanlık'ca araştırılması gerektiği kanaatindeyim.

Rıfki ÜNAL
Kurul Üyesi

Rekabet Kurulu'nun 08.02.2007 Tarih ve 07-13/96-26 Sayılı Kararına

KARŞI OY GEREKÇESİ

Türk Telekomünikasyon A.Ş., Microsoft Corporation ve Intel Corporation işbirliği ile düzenlenen "ilk bilgisayarım kampanyası"nda yapılan anlaşmalara menfi tespit belgesi verilmesi ya da muafiyet tanınması talebi üzerine alınan karara, Türk Telekomünikasyon A.Ş.ve TTNNet A.Ş. hakkında aynı dosyada Kurul'un 8.2.2007 tarih ve 07-13/96-M sayılı kararı ile önaraştırma açılmasına hükmedildiğinden, Menfi Tespit değerlendirmesinin önaraştırma sonucuna göre yapılması gerektiği kanaatiyle katılmıyoruz.

Süreyya ÇAKIN
Kurul Üyesi

M.Sıraç ASLAN
Kurul Üyesi