

**YÖNETMELİK**

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumundan:

**ELEKTRONİK HABERLEŞME SEKTÖRÜNDE ETKİN PİYASA GÜCÜNE SAHİP İŞLETMECİLER İLE BU İŞLETMECİLERE GETİRİLECEK YÜKÜMLÜLÜKLERİN BELİRLENMESİ HAKKINDA YÖNETMELİK****BİRİNCİ BÖLÜM****Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar****Amaç**

**MADDE 1 –** (1) Bu Yönetmeliğin amacı, etkin rekabet ortamının sağlanması için elektronik haberleşme sektöründe pazar analizleri yaparak ilgili pazarın rekabet seviyesini analiz etmek, buna bağlı olarak etkin piyasa gücüne sahip işletmecilerin ve bu işletmecilerin tabi olabileceği yükümlülüklerin belirlenmesine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

**Kapsam**

**MADDE 2 –** (1) Bu Yönetmelik elektronik haberleşme sektöründe faaliyet gösteren işletmecileri kapsar.

**Dayanak**

**MADDE 3 –** (1) Bu Yönetmelik 5/11/2008 tarihli ve 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanununun 6 ve 7 nci maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır.

**Tanımlar**

**MADDE 4 –** (1) Bu Yönetmelikte yer alan;

a) Etkin piyasa gücü: İşletmecinin, ilgili elektronik haberleşme pazarında, tek başına ya da diğer işletmecilerle birlikte rakiplerinden, kullanıcılarından ve tüketicilerinden fark edilir bir şekilde bağımsız olarak hareket edebilmesine imkân sağlayan ekonomik gücü,

b) İlgili coğrafi pazar: İlgili işletmecilerin ürün veya hizmetlerine ilişkin arz ve talebin gerçekleştiği, rekabet şartlarının yeterince homojen olduğu ve komşu alanlardaki söz konusu şartların yeterli derecede farklı olması nedeni ile ayırt edilebilir nitelikte olduğu alanı,

c) İlgili pazar: Ülkenin tümünde veya bir bölümünde sunulmakta olan belirli bir elektronik haberleşme hizmeti ve onunla yüksek derecede ikame edilebilen diğer elektronik haberleşme hizmetlerinden oluşan pazarı,

ç) İlgili ürün/hizmet pazarı: Fiyatları, kullanın amaçları ve işlevsel özellikleri ile rekabet koşulları veya arz talep yapısı açısından birbirleriyle değiştirilebilir ya da ikame edilebilir ürün ve hizmetleri,

d) İşletmeci: Yetkilendirme çerçevesinde elektronik haberleşme hizmeti sunan ve/veya elektronik haberleşme şebekesi sağlayan ve alt yapısını işleten şirketi,

e) Kurul: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulunu,

f) Kurum: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunu, ifade eder.

**İKİNCİ BÖLÜM****Pazar Analizi****Pazar analizi ilkeleri**

**MADDE 5 –** (1) İlgili pazarlarda yapılacak pazar analizlerinde aşağıdaki ilkeler gözetilir:

a) Teknolojik tarafsızlık,

b) Şeffaflık,

c) Ayrım gözetmeme,

ç) Serbest ve etkin rekabet ortamının sağlanması ve korunması.

**Pazar analizi süreci**

**MADDE 6** – (1) İlgili pazarlarda etkin piyasa gücüne sahip işletmecilerin belirlenmesi amacıyla Kurum resen ya da en az bir işletmecinin gerekçeli talebi üzerine pazar analizi yapabilir. Kurum tarafından pazar analizleri en az üç yılda bir yapılır.

(2) Pazar analizi süreci aşağıdaki aşamaları içerir:

- a) İlgili pazarın tanımlanması,
- b) İlgili pazarın düzenlenme gereksiniminin incelenmesi,
- c) İlgili pazardaki rekabet seviyesinin analiz edilmesi,
- ç) İlgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip işletmecilerin belirlenmesi ve
- d) İlgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip olduğu tespit edilen işletmecilere ilişkin yükümlülük veya yükümlülüklerin belirlenmesi.

(3) Kurum pazar analizlerini yürütürken:

- a) İşletmecilerden her türlü bilgiyi talep edebilir,
- b) Tüketici anketlerini, üçüncü taraflarca yürütülen çalışmalar ve incelemeler ile uluslararası kıyaslamaları kullanabilir,
- c) Pazar analizine yönelik soru formları hazırlayabilir ve bu formları Kurumun internet sitesinde yayımlayabilir,
- ç) 1 (Bir) aydan az olmamak üzere belirlenecek bir süre tanınarak Rekabet Kurumu ve kamuoyu görüşlerine başvurur ve bu görüşleri Kurumun internet sitesinde yayımlayabilir.

#### **İlgili pazarın tanımlanması**

**MADDE 7** – (1) İlgili pazarın tanımlanması sürecinde ilgili ürün veya hizmet pazarı ile coğrafi pazar boyutları göz önünde bulundurulur.

(2) İlgili ürün veya hizmet pazarı tanımlanırken talep ve arz ikamesinin incelenmesi çerçevesinde aşağıdaki unsurlar uygun olduğu ölçüde dikkate alınır:

- a) Kullanıcılar tarafından ürün veya hizmetlerin işlevsellik açısından aynı amaçlarla kullanılma imkânı,
- b) Ürün veya hizmetlerin tarife/fiyat açısından birbirine ikame edilebilme imkânı,
- c) Kullanıcıların bir ürün veya hizmetten diğerine geçerken karşılaşılabilecek geçiş maliyetlerinin nicelik ve niteliği,
- ç) Kullanıcıların davranışlarına ilişkin geçmiş veriler,
- d) Ürün veya hizmetlerle birleştirilerek sunulan diğer ürün veya hizmetler ile talep açısından bunlarla birlikte kullanılmak durumunda olan yardımcı hizmetler,
- e) İkame edilebilir ürün veya hizmetlere ilişkin geçmişte görülen tarife/fiyat değişimleri ile tarife şartları,
- f) Kullanıcı ve işletmecilerin ürün veya hizmetlere ilişkin geçici olmayan küçük ama belirgin bir fiyat artışına verecekleri muhtemel tepkiye ilişkin öngörüler,
- g) Potansiyel işletmecilerin geçici olmayan küçük ama belirgin bir fiyat artışı karşısında makul bir zaman içerisinde ilgili pazara girme olasılığı ve pazara giriş önündeki yapısal ve hukuki engeller,
- ğ) Potansiyel veya mevcut işletmecilerin ilgili pazar içinde değerlendirilen ürün veya hizmetlerin sunumu için gereken unsurların bir kısmına sahip olması durumunda söz konusu işletmecilerin ilgili pazarda kârlı bir biçimde faaliyet gösterebilme imkânı.

(3) İlgili coğrafi pazar; yerel, bölgesel veya ulusal boyutta tanımlanabilir. İlgili coğrafi pazarın tanımlanmasında talep ve arz ikamesinin incelenmesi çerçevesinde aşağıdaki unsurlar dikkate alınabilir:

- a) İşletmecinin hizmet sunmak üzere yetkilendirildiği alan,
- b) İşletmecinin fiili olarak hizmet sunduğu alan, şebekesinin kapsamı ve potansiyel olarak diğer alanlarda hizmet sunabilme imkânı,
- c) Ürün veya hizmetlerin sunum koşullarının coğrafi kapsama göre gösterdiği benzerlikler.

#### **İlgili pazarda düzenleme gereksinimi**

**MADDE 8** – (1) Pazar analizi sürecinde ilgili piyasanın düzenleme gereksinimine aşağıdaki koşulların birlikte gerçekleşmesi durumunda karar verilerek, pazar analizi sürecine devam edilir.

- a) Piyasaya giriş önünde yüksek ve geçici olmayan engel veya engellerin olması,
- b) İlgili piyasada, pazar yapısının belirli bir dönem içinde kendiliğinden rekabetçi yapıya kavuşacağına beklenmemesi,
- c) Rekabet kurallarının tek başına uygulanmasının piyasa yapısının bozukluğunu

gidermede yetersiz olması.

### **Rekabet seviyesinin analizi**

**MADDE 9** – (1) İlgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip işletmecilerin belirlenmesinde, işletmecilerin sahip olduğu pazar payları öncelikli kriter olarak kullanılır. Pazar paylarının tespitinde ilgili pazarın özelliklerine göre; gelir, abone sayısı, kullanıcı sayısı, trafik miktarı, iletim kapasitesi, iletim hattı sayısı gibi veriler uygun ve mevcut olduğu ölçüde kullanılır.

(2) İlgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip işletmecilerin belirlenmesinde, pazar payı dışında aşağıda yer alan kriterler kullanılabilir:

- a) Kolayca tekrarlanamayan altyapıların kontrolü,
- b) Teknolojik avantajlar veya teknolojik üstünlük,
- c) Dengeleyici alıcı gücünün düşüklüğü veya olmaması,
- ç) Finansal kaynaklara veya sermaye piyasalarına kolay ve ayrıcalıklı erişim

imkânı,

- d) Ürün veya hizmet çeşitliliği,
- e) Ölçek ekonomisi,
- f) Kapsam ekonomisi,
- g) Dikey bütünleşme,
- ğ) Gelişmiş dağıtım ve satış ağları,
- h) Potansiyel rekabetin olmaması,
- ı) Genişleme önündeki engeller.

(3) İşletmecinin ilgili pazarda diğer işletmecilerle birlikte etkin piyasa gücüne sahip olduğunun belirlenmesinde aşağıdaki kriterler kullanılabilir:

- a) Pazarın olgunluk seviyesi,
- b) Talep yönünde durgun veya düşük büyüme,
- c) Talebin fiyat esnekliğinin düşüklüğü,
- ç) Homojen ürün veya hizmetler,
- d) Maliyet yapılarındaki benzerlik,
- e) Pazar paylarındaki benzerlik,
- f) Teknolojik olgunluk ve yenilikçiliğin olmaması,
- g) Atıl kapasitenin olmaması,
- ğ) Pazardaki yüksek giriş engellerinin varlığı,
- h) Dengeleyici alıcı gücünün düşüklüğü veya olmaması,
- ı) Potansiyel rekabetin olmaması,
- i) İşletmeciler arasındaki resmî veya gayri-resmî bağlantılar,
- j) Ticari davranışlara karşılık verme mekanizmaları ve fiyat paralellikleri,
- k) Fiyat rekabetinin olmaması veya düşük olması.

(4) İlgili pazarda faaliyet gösteren bir veya birden çok işletmecinin etkin piyasa gücüne sahip olması durumunda bu pazarda etkin rekabetin bulunmadığı kabul edilir.

### **Yakın ilişkili pazarlar**

**MADDE 10** – (1) İşletmecinin ilgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip olması, pazar yapıları nedeniyle yakın ilişkili olduğu diğer bir pazarda etkili faaliyetler yürütmesi ve bu sayede pazar gücünü artırması sonucunu doğuruyorsa, söz konusu işletmecinin yakın ilişkili olduğu diğer ilgili pazarda da etkin piyasa gücüne sahip olduğuna karar verilebilir.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **Etkin Piyasa Gücüne Sahip İşletmecilere İlişkin Yükümlülükler**

#### **İşletmecilere getirilebilecek yükümlülükler**

**MADDE 11** – (1) Kurum, ilgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip işletmecilere, ilgili mevzuattaki hükümler saklı kalmak üzere, aşağıda yer alan yükümlülüklerden birini, birkaçını veya tamamını getirir:

- a) Şeffaflık,
- b) Referans erişim ve/veya arabağlantı tekliflerinin yayımlanması,
- c) Ayrım gözetmeme,
- ç) Hesap ayrımı,
- d) Erişim ve/veya arabağlantı sağlama,
- e) Tarife kontrolüne tabi olma,

- f) Maliyet muhasebesi,
- g) Taşıyıcı seçimi ve önseçimi,
- ğ) Asgari kiralık hat gurubu hizmetini sunma.

#### **Yükümlülüklerin farklılaştırılması**

**MADDE 12 –** (1) Aynı veya farklı pazarlarda etkin piyasa gücüne sahip olan işletmeciler arasında yükümlülükler açısından farklılaştırma yapılabilir. Farklılaştırma, işletmecilere getirilebilecek yükümlülüklerin seçimi veya seçilmiş olan yükümlülüklerin uygulama detaylarının farklılığı şeklinde olabilir.

#### **Yükümlülüklerin değiştirilmesi ve kaldırılması**

**MADDE 13 –** (1) Pazar analizi sonucunda ilgili pazarın yapısına göre, mevcut yükümlülükler değiştirilebilir. Kurum, yükümlülüklerle ilişkin başlangıç, değiştirilme ve son bulma tarihlerini belirleyebilir. İlgili pazarda etkin piyasa gücüne sahip işletmeci olmadığına karar verilirse işletmecilere 11 inci maddede sayılan yükümlülükler getirilmeyerek, mevcut yükümlülükler kaldırılır.

### **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM Çeşitli ve Son Hükümler**

#### **Yayımlama**

**MADDE 14 –** (1) Pazar analizine yönelik kamuoyu görüşü alınmasına ilişkin dokümanlar ile kamuoyu görüşleri sonrası değerlendirmeleri içeren dokümanlar ve pazar analizleri sonucunda alınan nihai kararlar Kurumun internet sitesinde yayımlanır.

#### **İdari ceza ve tedbirler**

**MADDE 15 –** (1) İşletmecilerin bu Yönetmelik hükümlerini ihlal etmeleri halinde 5/9/2004 tarih ve 25574 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Telekomünikasyon Kurumu Tarafından İşletmecilere Uygulanacak İdari Para Cezaları ile Diğer Müeyyide ve Tedbirler Hakkında Yönetmelik hükümleri uygulanır.

#### **Atıflar**

**MADDE 16 –** (1) Diğer mevzuatta 7/1/2007 tarih ve 26396 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Etkin Piyasa Gücüne Sahip İşletmecilerin Belirlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğe yapılan atıflar, bu Yönetmeliğe yapılmış sayılır.

#### **Yürürlükten kaldırılan yönetmelik**

**MADDE 17 –** (1) 7/1/2007 tarih ve 26396 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Etkin Piyasa Gücüne Sahip İşletmecilerin Belirlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik yürürlükten kaldırılmıştır.

#### **Pazar analizlerine ilişkin alınmış olan kararlar**

**GEÇİCİ MADDE 1 –** (1) Kurum tarafından 2005 ve 2006 yıllarında yapılan pazar analizlerine ilişkin alınmış olan kararlar, aksi yönde Kurul kararı olmadıkça 2009 yılı sonuna kadar geçerliliğini korur.

#### **Yürürlük**

**MADDE 18 –** (1) Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

#### **Yürütme**

**MADDE 19 –** (1) Bu Yönetmelik hükümlerini Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu Başkanı yürütür.