



BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU

**MOBİL NUMARA TAŞINABİLİRLİĞİ
UYGULAMASININ TÜKETİCİ ÜZERİNDEKİ
ETKİSİ: TÜRKİYE İNCELEMESİ**

Hidayet YILDIZ

İdari Uzmanlık Tezi

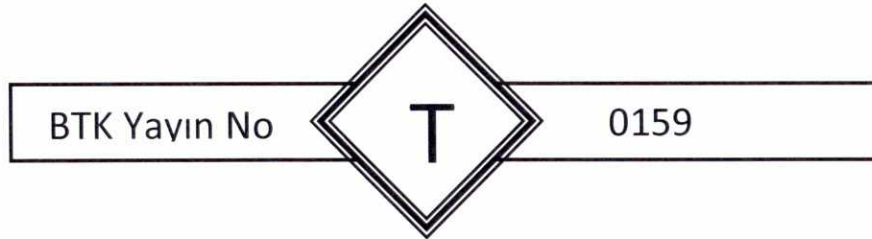
Mayıs 2013

Ankara

©Bu eserin tüm telif hakları
Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumuna aittir.
Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz.



Bu yayında öne sürülen fikirler eserin yazarına aittir;
Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun görüşlerini yansıtmaz.





BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU

**MOBİL NUMARA TAŞINABİLİRLİĞİ
UYGULAMASININ TÜKETİCİ
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE
İNCELEMESİ**

Hidayet YILDIZ

İdari Uzmanlık Tezi






Mayıs 2013

Ankara

Hidayet YILDIZ tarafından hazırlanan "MOBİL NUMARA TAŞINABİLİRLİĞİ UYGULAMASININ TÜKETİCİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE İNCELEMESİ" adlı bu tezin İdari Uzmanlık Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.


Müberra OĞUZ
Tez Yöneticisi

Bu çalışma, jürimiz tarafından Uzmanlık Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : N. Deniz YANIK 
Üye : Ahmet Emin TURGUT 
Üye : Müberra OĞUZ 
Üye : Ö. Fatih AKDINAR 
Üye : Euf ÖZDEMİR 

Bu tez, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tez yazım kurallarına uygundur.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
TABLolar LİSTESİ	iv
ŞEKİLLER LİSTESİ	vi
KISALTMALAR	x
GİRİŞ	1
1. MOBİL NUMARA TAŞINABİLİRLİĞİ: TANIMI VE BEKLENEN ETKİLER .4	
1.1 Tanımı ve Kapsamı	4
1.2 Mobil Numara Taşınabilirliğinden Beklenen Etkiler	6
1.2.1. Tüketicie sağladığı faydalar	6
1.2.2. Rekabet seviyesine etkileri	10
1.3. İşletmeci ve Tüketici Açısından Maliyetler	12
1.4. MNT Uygulamasının Başarısını Etkileyen Faktörler	14
1.4.1. Minimum pazar büyüklüğü	16
1.4.2. Rekabet seviyesi ve piyasanın doyunluk seviyesi	17
1.4.3. Bağımsız düzenleyici kurum ve bu kurumun etkinliği	18
1.4.4. Sözleşme yükümlülüğü	20
1.4.5. Mobil ekipmanlara ilişkin kısıtlamalar	21
1.4.6. Numara taşımada ücretler	21
1.4.7. Numara taşıma süresi ve sürecin kolay olması	23
1.4.8. Tarife şeffaflığı	27
1.4.9. Arabağlantı ücretlerinin düzeyi	29
1.4.10. Abone geri kazanımı (winback)	30
2. ULUSLARARASI UYGULAMALAR	32
2.1. Avrupa Birliği (AB)	33
2.1.1. İngiltere	36
2.1.2. Portekiz	38
2.1.3. İsveç	40
2.1.4. Diğer AB ülkelerindeki uygulamalar	43
2.1.4.1. Fransa	43
2.1.4.2. İrlanda	44
2.1.4.2. Romanya	46
2.2. Asya	47
2.2.1. Hong Kong	48
2.2.2. Pakistan	51
2.2.3. Hindistan	54

2.3. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)	60
3. TÜRKİYE'DE MOBİL SEKTÖR VE NUMARA TAŞINABİLİRLİĞİ SÜRECİ	62
3.1. Mobil Telekomünikasyon Hizmetleri	62
3.1.1. Mobil işletmeciler	63
3.1.1.1. Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. (Turkcell)	63
3.1.1.2. Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. (Vodafone)	65
3.1.1.3. Avea İletişim Hizmetleri A.Ş. (Avea)	65
3.1.2. İşletmecilerin pazar payları	66
3.1.2.1. Abone sayılarına göre pazar payları	66
3.1.2.2. Net satışlara göre işletmecilerin pazar payları	67
3.1.2.3. Kullanıcı başına ortalama gelir (ARPU) seviyesi	68
3.2. Numara Taşınabilirliği Uygulaması	69
3.2.1. Mevzuat ve MNT uygulamasının hayata geçirilmesi	69
3.2.2. Mobil numara taşınabilirliği süreci	74
3.2.3. Mobil numara taşınabilirliği sürecinde taşıma maliyeti	75
3.2.4. Mobil numara taşınabilirliği sürecinde taşıma süresi	77
3.2.5. Mobil numara taşınabilirliği sürecinde taşınan numara sayısı ve taşıma sayısı	80
3.2.6. Mobil numara taşınabilirliği sürecinde ortaya çıkan sorunlar	83
4. NUMARA TAŞINABİLİRLİĞİNİN TÜKETİCİ ÜZERİNE ETKİSİ	87
4.1. Anket Uygulaması	87
4.1.1. Araştırmanın künyesi	87
4.1.2. Araştırmanın yöntemi ve analizi	87
4.1.3. Örnek dağılım	88
4.1.4. İşletmeci bazında dağılım	88
4.1.5. Bulgular ve yorumlar	89
4.2. Bazı Ülkelerdeki Mobil Numara Taşıma Uygulamaları ile Türkiye Kıyaslaması	150
4.3. MNT Uygulamasına İlişkin Tüketici Şikâyetleri	152
SONUÇ ve ÖNERİLER	158
KAYNAKLAR	167
ÖZGÜNLÜK BİLDİRİMİ	178
ÖZGEÇMİŞ	179

ÖZET

BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU	
Tezin Adı	Mobil Numara Taşınabilirliği Uygulamasının Tüketici Üzerinde Etkisi: Türkiye İncelemesi
Türü	İdari Uzmanlık Tezi
Yazar	Hidayet YILDIZ
Teslim Tarihi	
Anahtar Kelimeler	GSM, CPP-RPP, etkin piyasa gücü, mobil numara, numara taşınabilirliği, tüketici hakları, tüketici.
Tez danışmanı	Müberra OĞUZ
Sayfa Adedi	Xiii+179
<p>Özet : Bu çalışmada; mobil numara taşıma uygulamasının başlangıcı, tanımı, uluslararası uygulamalar ve ülke örneklerine genel olarak değinilmiş, Türkiye'deki uygulama ise detaylı olarak incelenmiştir. Ayrıca, abonelerle, Türkiye'de mobil numara taşınabilirliği uygulamasının rekabete ve tüketicilere etkilerini ölçmek amacıyla tüketici anketi gerçekleştirilmiştir.</p> <p>Abonelerin numarasını değiştirmeden hizmet aldığı işletmeciyi değiştirebilmesi olarak tanımlanan mobil numara taşınabilirliği uygulaması Türkiye'de 2008 yılı Kasım ayında başlamış olup; taşımanın başlangıcından 2013 yılı Nisan ayı sonuna kadar 27 milyonu aşkın abone 56 milyondan fazla numara taşıma işlemini başarıyla gerçekleştirmiş bulunmaktadır.</p> <p>Ancak, bu çalışmada konuyla ilgili yapılan incelemeler ve gerçekleştirilen anket sonuçlarının değerlendirilmesi neticesinde mobil numara taşıma uygulamasında az da olsa bazı sorunların yaşandığı tespit edilmiş olup, yaşanan sorunların çözümüne yönelik getirilen öneriler ile uygulamanın daha başarılı olması amaçlanmıştır.</p>	

ABSTRACT

INFORMATION TECHNOLOGIES AND COMMUNICATIONS AUTHORITY	
Thesis	The Affects of Mobile Number Portability to Customer: Turkish Case
Type	Administrative Expert Thesis
Author	Hidayet YILDIZ
Submission Date	
Key Words	GSM, CPP-RPP, significant market power, mobile number, number portability, consumer rights, consumer.
Advisor	Müberra OĞUZ
Total Page	Xiii+179
<p>Abstract: This work, the early application of the mobile number portability, definition of the concept, international applications and country cases are examined in general terms while the situation in Turkey has been evaluated in a detailed way. Besides this, a consumer survey has been conducted to assess the impact of mobile number portability on the consumers and the competition in the market.</p> <p>Mobile number portability, defined as changing operators without changing the existing number by the subscribers, has been started in December 2008 in Turkey and from this date to the end of April 2013 more than 27 million subscribers have successfully completed nearly 56 million number porting between the operators.</p> <p>However, a few problems have been found as a result of the assessments made in this work and the evaluation of the survey results. Accordingly, some policy recommendations have been suggested to solve these problems and by doing so it is aimed to make this application more effective in various ways.</p>	

TEŞEKKÜR

Çalışmam süresince; bilgi birikimi, değerli görüşleri ile bana çok büyük destek veren tez danışmanım Müberra OĞUZ'a, kaynak bulma ve çeviriler dahil her konuda yardımcı olan Daire Başkanım Özgür Fatih AKPINAR'a, mobil numara taşıma uygulamasının mevzuatının düzenlenmesi, süreçte yaşanan sorunların çözümü gibi hususlarda çalışmama büyük destek olan Yetkilendirme Dairesi Başkanı Elif ÖZDEMİR'e, numara taşıma verilerinin toplanması ve tabloların hazırlanmasında destek olan Bilişim Sistemleri Dairesi Başkanı Nihat SÜMER ile Sektörel Araştırma Dairesi Başkanı Aynur KAHYA'ya, çalışmama destek olan ve burada isimlerini zikretme imkânı bulamadığım Kurumdaki bütün çalışma arkadaşlarıma ve her konuda beni destekleyen aileme teőekkürü borç bilirim.

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Mobil numara taşınabilirliği uygulamasının fayda ve olumlu etkileri....	6
Tablo 1.2. Tarife şeffaflığına yönelik tedbirlerle ilgili ülke uygulamaları	28
Tablo 2.1. MNT uygulamasına ülkelerin geçiş tarihleri	32
Tablo 2.2. Mobil işletmecilerin abone sayılarına göre pazar payları %, 2008 - 2010	36
Tablo 2.3. Mobil işletmecilerin abone sayısına göre pazar payları, 2009	39
Tablo 2.4. İsveç'te 2001 ve 2008 yılları arasında MNT uygulamasından yararlanan abone sayıları	43
Tablo 2.5. Pakistan'da mobil abone sayısı	52
Tablo 2.6. Kullanıcıların operatör değiştirme istekleri.....	59
Tablo 2.7. Kullanıcıların operatör değiştirme istekleri.....	59
Tablo 3.1. MNT kapsamında işletmeci bazında gelen-giden abone sayıları.....	81
Tablo 3.2. Aylık bazda birden fazla taşınan numara sayıları tablosu.....	82
Tablo 4.1. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Hizmet Kalitesi Çapraz Tablosu	137
Tablo 4.2. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Kapsama Alanı Çapraz Tablosu	138
Tablo 4.3. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Fiyatlar Çapraz Tablosu	138
Tablo 4.4. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Marka Çapraz Tablosu	139
Tablo 4.5. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Promosyonlar Çapraz Tablosu	139
Tablo 4.6. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor) Çapraz Tablosu	140
Tablo 4.7. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Diğer Çapraz Tablosu	140
Tablo 4.8. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi? Çapraz Tablosu	141
Tablo 4.9. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Cevabınız evetse, bu uygulamadan sonra kaç kez operatör değiştirdiniz 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Çapraz Tablosu.....	142

Tablo 4.10. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Hizmet Kalitesi * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu	145
Tablo 4.11. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Kapsama Alanı * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu	145
Tablo 4.12. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Fiyatlar * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu	146
Tablo 4.13. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Marka * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu	146
Tablo 4.14. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Promosyonlar * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu	147
Tablo 4.15. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor) * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu	147
Tablo 4.16. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Diğer * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu	148
Tablo 4.17. Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi? * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu	149
Tablo 4.18. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Numara taşınabilirliği uygulamasından haberdar mısınız? Çapraz Tablosu	149
Tablo 4.19. Bazı Ülkelerde Mobil Numara Taşıma İstatistikleri ve Türkiye kıyaslaması (2010 yılı itibarıyla)	151
Tablo 4.20. 01.07.2012-31.03.2013 tarihleri arası Numara Taşıma ile ilgili Tüketici Şikâyetleri	156

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Numara taşıma yöntemleri.....	5
Şekil 1.2. Ücretler ve taşınan numara sayısının karşılaştırılması	23
Şekil 1.3. Mobil numara taşınabilirliği için geçen süre	25
Şekil 1.4. Bazı AB Ülkelerinde Ortalama Taşıma Süresi	26
Şekil 2.1. Mobil işletmecilerin abone sayılarına göre piyasa payları (2006-2012)	41
Şekil 2.2. Taşınan Sabit ve Mobil Telefon Numara Sayıları.....	42
Şekil 2.3. Toplam Mobil Numara Taşıma.....	45
Şekil 2.4. Abone Pazar Payları (2001-2006)	49
Şekil 2.5. Hong Kong'ta numara taşınabilirliği rakamları ve taşıma yüzdesi değişimi	50
Şekil 2.6. Pakistan'da 2007-2010 yılları arasında mobil sektörde taşınan numara sayısı	53
Şekil 3.1. Mobil İşletmeci Bazında Toplam Abone Sayıları, Milyon	63
Şekil 3.2. Mobil işletmecilerin abone sayısına göre pazar payları	67
Şekil 3.3. Mobil işletmecilerin gelire göre pazar payları	68
Şekil 3.4. İşletmecilerin kullanıcı başına aylık ortalama gelirleri- 2012 (ARPU)	69
Şekil 3.5. Fiili taşıma süreleri.....	79
Şekil 3.6. Toplam Taşınan Numara Sayıları	80
Şekil 4.1. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	90
Şekil 4.2. Mobil telefon (GSM) kullanımınıza ilişkin aylık harcamanız yaklaşık ne kadar (TL) olmaktadır?	91
Şekil 4.3. Cep telefonunuzu en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? Normal Görüşme (ses).....	91
Şekil 4.4. Cep telefonunuzu en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? (SMS)	92
Şekil 4.5. Cep telefonunuzu en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? Veri (internet) aktarımı	92
Şekil 4.6. Cep telefonunuzu en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? Diğer	93
Şekil 4.7. Turkcell, Vodafone ve Avea'nın SMS sayıları (2011-2012, Milyar adet)	94
Şekil 4.8. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Hizmet Kalitesi	95
Şekil 4.9. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Kapsama Alanı	95
Şekil 4.10. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Fiyatlar	96
Şekil 4.11. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem	96
Şekil 4.12. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Promosyonlar	96
Şekil 4.13. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor)	97

Şekil 4.14. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Diğer	97
Şekil 4.15. Şebeke içi ve dışı fiyatlama farkından haberdar mısınız (örneğin, Avea'dan Avea'yı aramak ile Avea'dan Turkcell veya Vodafone'u aramadaki ücret farkı)?	99
Şekil 4.16. Şayet evetse, farklı operatörlere doğru yapılan aramalarda farklı numaraları kullanıyor musunuz? 5. soruya evet seçeneği verilmişse cevaplanacaktır.	100
Şekil 4.17. Numara taşınabilirliği uygulamasından haberdar mısınız?	101
Şekil 4.18. Cevabınız evetse, hangi kanallardan bilgi aldınız?	102
Şekil 4.19. Uygulamayı faydalı buluyor musunuz?	102
Şekil 4.20. Faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Daha düşük fiyatlar	104
Şekil 4.21. Faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Daha kaliteli hizmet	104
Şekil 4.22. Faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Hizmet çeşitliliği	105
Şekil 4.23. Faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Rekabetin artması	105
Şekil 4.24. Faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Diğer	106
Şekil 4.25. Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü... ..	106
Şekil 4.26. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Hizmet kalitesinden memnunum	108
Şekil 4.27. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Kapsama alanından memnunum	108
Şekil 4.28. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Fiyatlardan memnunum	109
Şekil 4.29. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Marka (operatörün adı) önemli	109
Şekil 4.30. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Promosyonlardan memnunum	110
Şekil 4.31. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor)	110
Şekil 4.32. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Diğer ..	111
Şekil 4.33. Cevabınız evetse, bu uygulamadan sonra kaç kez operatör değiştirdiniz 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.	111

Şekil 4.34. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır. Yeni tarife paketleri (her yöne tarife gibi).....	113
Şekil 4.35. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır. Hizmet kalitesi	113
Şekil 4.36. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır. Kapsama alanı	114
Şekil 4.37. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır. Fiyatların düşüklüğü	114
Şekil 4.38. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır. Marka (operatörün adı).....	115
Şekil 4.39. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır. Promosyonlar	115
Şekil 4.40. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır. Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor).....	116
Şekil 4.41. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır. Diğer.....	116
Şekil 4.42. MNT Kapsamında Mobil İşletmecilerin Net Gelen Abone Sayıları, Bin (2011-2012).....	117
Şekil 4.43. Cevabınız evetse; Numara taşıma işleminden sonra iptal ettiğiniz hat sayısı nedir? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır.	118
Şekil 4.44. Toplam mobil abone sayısındaki değişim (2004-2012).....	119
Şekil 4.45. Cevabınız evetse; numara taşıma işleminden sonra mevcut hat sayınız kaç adettir? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır.	120
Şekil 4.46. Cevabınız evetse; Numara taşıma işleminden sonra hattınızın kullanma süresinde bir değişiklik oldu mu? 11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır	121
Şekil 4.47. Cevabınız evetse; numara taşıma işlemi nedeni ile her hangi bir şikâyetiniz oldu mu? Evet, ise şikâyetinizin mahiyeti nedir? (11 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır.).....	123
Şekil 4.48. Aradığınız numaranın taşınmış bir numara olduğunu bildiren sinyal sesinden haberdar mısınız / anlayabiliyor musunuz?.....	124
Şekil 4.49. Cevabınız evetse; bu sinyal sizce yeterli mi? (19 nolu soruya evet cevabı verildiye cevaplanacaktır.).....	125
Şekil 4.50. Numara Taşınabilirliği Uygulamasından sonra abonesi olduğunuz operatöre olan bağımlılığınızın ne şekilde değiştiğini düşünüyorsunuz?..	126

Şekil 4.51. Numara Taşınabilirliği Uygulamasından sonra, piyasadaki rekabet seviyesinde bir artış olduğunu düşünüyor musunuz?	128
Şekil 4.52. Ortalama ücretlerdeki değişim (2008-2011) Genel	130
Şekil 4.53. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Fiyatlarda düşme.....	130
Şekil 4.54. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Fiyatlarda çeşitlenme	131
Şekil 4.55. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Hizmet kalitesinde artış	131
Şekil 4.56. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Promosyonlarda artış	132
Şekil 4.57. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Kapsama alanında iyileşme	132
Şekil 4.58. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Diğer	133
Şekil 4.59. Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat)	133
Şekil 4.60. Yaşınız?.....	134
Şekil 4.61. Lütfen, aylık gelir kategorinizi işaretleyiniz (TL)	135
Şekil 4.62. Ankete nereden katılıyorsunuz?	135

KISALTMALAR

1G	First Generation Birinci Nesil
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ARPU	Average Revenue Per User Kullanıcı Başına Ortalama Gelir
AUSPI	Birleşik Telekom Hizmet Sunucuları (Hindistan)
BTK	Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu
CEPT	Conference of the European Postal and Telecommunications Administrations Posta ve Telekomünikasyon İdareleri Avrupa Konferansı
CPP	Calling Party Pays Arayan Taraf Öder
COAI	Hindistan- Mobil Operatörler Birliği
DOT	Telekomünikasyon Departmanı (Hindistan)
ECC	Electronic Communications Committee Elektronik Haberleşme Komitesi
ERG	European Regulatory Group Avrupa Düzenleyiciler Grubu
FCC	Federal Communications Commission ABD Düzenleyici Kurumu
GSM	Global System for Mobile Communication Mobil Haberleşme Küresel Sistemi
MNT	Mobil Numara Taşınabilirliği
MRVT	Merkezi Referans Veri Tabanı

OECD	Organization for Economic Co-operation and Development Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
OFCOM	Office of Communications İngiltere Telekomünikasyon Otoritesi
RPP	Receiving Party Pays Aranan Taraf Öder
PTA	Pakistan Telecommunications Authority Pakistan Telekomünikasyon Kurumu
PTS	İsveç Posta ve Telekom Düzenleyici Kurumu
SIM	Subscriber Identity Module Abone Kimlik Modulü
SMS	Short Message Service Kısa Mesaj Hizmeti
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TRAI	Telecom Regulatory Authority of India Hindistan Telekomünikasyon Düzenleyici Kurumu
TK	Telekomünikasyon Kurumu
VOIP	Voice Over IP İnternet Üzerinden Konuşma

GİRİŞ

Mobil Numara Taşınabilirliği (MNT); genel olarak abonelerin numarasını değiştirmeden hizmet aldığı işletmeciyi değiştirebilmesi olarak tanımlanmaktadır. Gün geçtikçe gelişen teknolojiyle birlikte mobil iletişim hizmetlerinden yararlanan kullanıcı sayısı artmaktadır. Telekomünikasyon sektöründe serbestleşme ile birlikte işletmeci sayısının artması ve sektöre yapılan büyük yatırımlar, sektörde sürdürülebilir rekabet ortamının tesis edilerek tüketici haklarının korunması hususundaki düzenlemeleri de beraberinde getirmiştir.

Telekomünikasyon sektöründeki Mobil Haberleşme Küresel Sistemi (GSM) işletmecileri arasında yaşanan rekabet, gerek kullanıcı sayısının artmasına, gerekse mevcut kullanıcıların işletmecilerini değiştirmek istemesine neden olmaktadır. Ancak kullanıcıların mevcut numaralarını kaybetmemek için rakip işletmecilere geçememesi, düzenleyici kurumların MNT uygulamasının hayata geçirilmesini mobil piyasada rekabetçi bir yapının oluşması açısından en önemli düzenlemelerden birisi olarak görmelerine neden olmuştur. Türkiye’de de tüketicilerin kendisine daha iyi olanağı sunan mobil işletmecilere numarasını değiştirmeden geçebilmesini sağlamak amacıyla Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) tarafından 01.02.2007 tarihli ve 26421 Sayılı Resmi Gazete’de Numara Taşınabilirliği Yönetmeliğinin yayınlanması ile MNT uygulamasının gerçekleştirilmesi için ilk adım atılmıştır. Söz konusu Yönetmelik, 05.11.2008 tarihli ve 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu’nun yürürlüğe girmesinden sonra bazı değişiklikler yapılarak 02.07.2009 tarih ve 27276 sayılı Resmi Gazete’de yeni haliyle tekrar yayımlanmıştır. Mevzuatların yayımını takiben hazırlıklar tamamlanmış ve mobil numara taşıma uygulaması 09.11.2008 tarihi itibarıyla fiilen başlamıştır.

Bu kapsamda, çalışmanın amacı, Türkiye’de MNT düzenlemesinin tüketicileri nasıl etkilediği ile tüketici üzerindeki algıları, seçimleri, kullanım profilleri gibi

konuları araştırmak, tüketicilerin beklentilerinin karşılanıp karşılanmadığını değerlendirmek, uygulamada ortaya çıkan sorunları araştırarak Kurum tarafından konuyla ilgili yapılabilecek düzenlemelerle ilgili önerilerde bulunmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde mobil numara taşınabilirliğinin tanımı ve kapsamı ile mobil numara taşınabilirliğindeki önemli unsurlar ve mobil numara taşınabilirliğini etkileyen faktörler incelenecektir.

İkinci bölümde, mobil numara taşınabilirliğine ilişkin ülke örneklerine yer verilecektir. Bu kapsamda Avrupa Birliği ülkelerinden Portekiz, İngiltere, İsveç, Fransa, İrlanda ve Romanya, Asya ülkelerinden Hindistan, Pakistan ve Hong Kong ile Amerika Birleşik Devletleri'ndeki uygulamalar incelenecektir.

Üçüncü bölümde mobil numara taşınabilirliği uygulamasında Türkiye'deki durum ortaya konulacaktır. Bu çerçevede, piyasadaki mobil işletmeciler, bu işletmecilerin pazar payları, hizmet kalitesi ve kapsama alanları ile numara taşıma sürecinin gelişimi ve ortaya çıkan sorunlar ile numara taşıma maliyetleri ve taşıma süreleri ele alınacaktır.

Dördüncü bölümde ise, bu tez kapsamında Türkiye'de mobil numara taşınabilirliği uygulamasının rekabete ve tüketicilere etkilerini ölçmek amacıyla yapılan tüketici anketine ve anket sonuçlarına yer verilecektir. Ankette abonelerin operatör tercihleri, kullanım profilleri, yaşları, MNT uygulamasından haberdar olup olmadıkları, numarasını taşıyıp taşımadıkları, konuyla ilgili şikâyetleri, uygulamadan memnuniyet durumları ile bir numaranın taşınmış numara olup olmadığını belirten sinyal sisteminden haberdar olup olmadıkları ile bu sinyal sisteminin yeterli olup olmadığı gibi hususların araştırılmasına yönelik sorular bulunmaktadır.

Sonuç bölümünde daha önceki bölümlerde ortaya konan değerlendirmeler ve yapılan anket sonucunda ulaşılan hususlar göz önünde bulundurularak Türkiye için önerilerde bulunulacaktır.

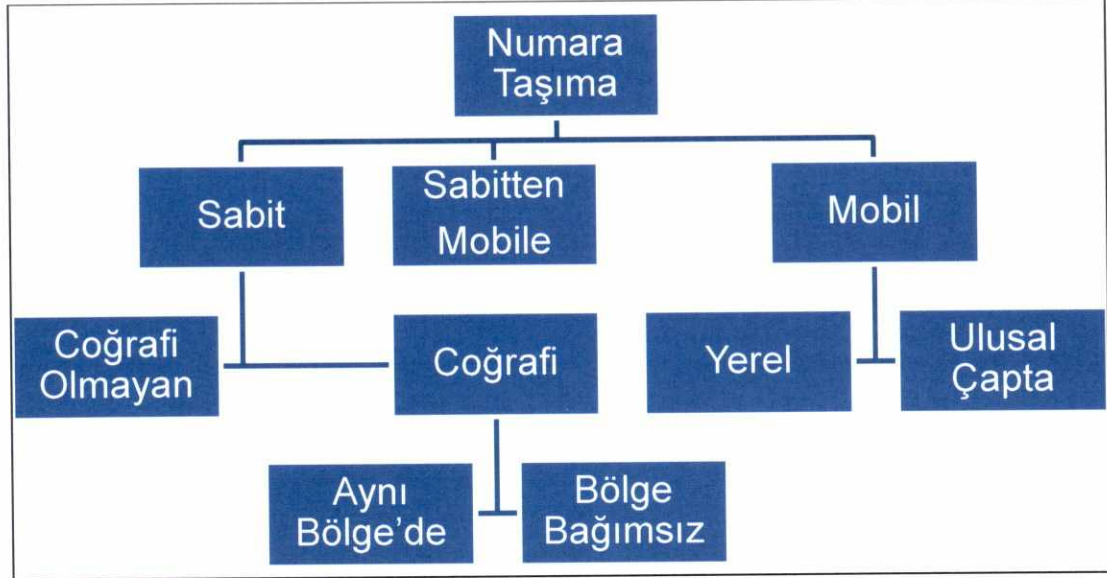
1. MOBİL NUMARA TAŞINABİLİRLİĞİ: TANIMI VE BEKLENEN ETKİLER

1.1 Tanımı ve Kapsamı

Numara taşınabilirliği, Numara Taşınabilirliği Yönetmeliğinin dördüncü maddesinde abonelerin numarasını değiştirmeden hizmet aldığı işletmeciyi veya adresini veya aldığı hizmet türünü değiştirebilmesi olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir tanıma göre ise; numara taşınabilirliği; son kullanıcının telefon numarasını değiştirmeden hizmet aldığı şebeke işletmecisi/servis sağlayıcısı, ikametgâhı veya aldığı hizmeti değiştirebilmesidir (Kandemir, 2002, s.58).

Daha geniş bir tanıma göre ise; numara taşınabilirliği, abonelerin hizmet aldıkları işletmecilerini değiştirmeleri (işletmeci numara taşınabilirliği), işletmecileri değiştirmemişken adreslerini değiştirmeleri (adres taşınabilirliği), işletmecileri değiştirmemişken aldıkları hizmetin türünü değiştirmeleri (hizmet taşınabilirliği) durumunda, kullandıkları numaraların yapısında hiç bir değişiklik olmaksızın aldıkları hizmeti almaya devam etmeleridir. Bu kapsamda numara taşınabilirliği, sabit ve mobil işletmeciler arasında, sabitten mobile, mobilden sabit işletmeci yönüne, bölgesel veya ulusal bazda, son olarak da coğrafi veya coğrafi olmayan numaraların taşınması vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir (Shakouri, Thrani ve Taheri, 2009, s.5).

Şekil 1.1. Numara taşıma yöntemleri



Kaynak: Shakouri, Thrani ve Taheri, 2009, s.5.

Aboneler, numara taşınabilirliği ile işletmeci değiştirmeleri halinde numaralarını koruyabilirken, işletmeciler de diğer işletmecilerin abonelerine daha kolay erişebilme ve kendi şebekelerine abone yapabilme fırsatı elde edebilmektedir. Dolayısıyla numara taşınabilirliği ile sadece abonelere yeni imkânlar sağlanmamakta, işletmeciler için de daha fazla rekabet fırsatı oluşturulmaktadır (Şahin, 2005, s.5). Numara taşınabilirliği¹ uygulamasının sağladığı bu faydalar nedeniyle işletmeciye tahsis edilen numaralar işletmecinin mülkiyet hakkı kapsamında değerlendirilmemiş ve numara taşıma uygulamasına izin verilerek tüketicilerin işletmeci değiştirmesine rağmen numarasını sabit tutabilme imkânı oluşturulmuştur (Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005,s.1).

¹ Tezin bu kısımdan itibaren numara taşınabilirliği uygulamasının alt başlığı olan Mobil Numara Taşınabilirliği incelenecektir.

1.2 Mobil Numara Taşınabilirliğinden Beklenen Etkiler

1.2.1. Tüketicie sağladığı faydalar

Mobil numara taşınabilirliği uygulamasının tüketici memnuniyeti açısından birçok faydası bulunmaktadır. Söz konusu faydalar işletmecilerin piyasadaki mevcut güçlerini kullanmalarını engellediği için özetle fiyatların düşmesine, hizmet kalitesinin artmasına, piyasaya girişlerin kolaylaşmasına (Maicas, Polo ve Sese, 2009, s.544) ayrıca tüketicinin işletmeci değiştirme maliyetinin düşmesine, hizmetin kesintiye uğramadan alınmaya devam etmesine katkı sağlamaktadır. Numara taşınabilirliği uygulamasının tüketiciye sağladığı faydalar Tablo 1.1'de gösterilmiş olup, söz konusu faydalar aşağıda detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

Tablo 1.1. Mobil numara taşınabilirliği uygulamasının fayda ve olumlu etkileri

Sınıflandırma	Kullanıcı Grubu	Etki(Fayda)
1A	Numara taşınabilirliği uygulaması olmadan işletmeci değiştiren kullanıcılar	Numara değiştirmenin maliyetlerinden kaçınma (örneğin, kullanıcıları bilgilendirme, erişilememe maliyetlerinden kaçınma vb.)
1B	Numara taşınabilirliği uygulaması kapsamında işletmeci değiştiren kullanıcılar	Tercih edilen (daha kaliteli görülen) operatöre geçme /abone olmanın faydaları
2	Tüm Kullanıcılar	Rekabetin artması (daha çeşitli hizmet türleri, düşen fiyatlar vb.)
3	Arayanlar (Çağrı başlatan kullanıcılar)	Değişen numaraları bulma maliyetinden kaçınma
4	Tüm Kullanıcılar	Mülkiyet haklarının yeniden tahsisi nedeniyle numara değerine olan yatırımın artması

Kaynak: S. Buehler et al., 2005, s.387.

Tanım bölümünde de açıklandığı üzere, mobil numara taşınabilirliğinin tüketici açısından sağladığı en büyük fayda, tüketicinin var olan telefon numarasını değiştirmeden işletmecisini değiştirebilmesidir. Bu sayede tüketici, kendisi ile

iletişimde bulunanlara yeni numarasını iletme (Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005, s.2) eski SIM kartında kayıtlı olan numaraları yeni SIM kartına kaydetme, yeni kartvizit bastırma ve son olarak eski numarasını bilen ancak numarasının değiştiğinden haberdar edilemeyen kişilerden gelecek telefon görüşmelerini yapabilme imkânına kavuşacaktır (Buehler ve Haucap, 2004, s.2). Bu kapsamda numara taşınabilirliği uygulaması ile tüketici açısından işletmeci değiştirme maliyetlerinin düşeceği değerlendirilmektedir (Fayda 1A).

İşletmeci değişikliğinin mobil numara taşıma uygulaması sonucunda maliyetlerinin düşmesi ile tüketiciler kendileri açısından daha cazip olanaklar ve daha iyi hizmet kalitesi sunan işletmeciye tercih edecekleri, bunun ise tüketici refahını artıracığı değerlendirilmektedir (Fayda 1B). Aksi takdirde işletmeci değişim maliyetleri yüzünden bazı kullanıcılar tercih etmeseler de, ilk abone oldukları işletmeciden hizmet almaya devam etmek zorunda kalmaktadır. İşletmeci değiştirmenin müşteriye olan maliyetinde görülen azalma, tüketicilerin işletmeciler arasında daha kolay bir şekilde geçiş yapmasına ve bunun sonucunda oluşan daha rekabetçi pazar ortamı ise perakende tarifelerin düşmesine neden olacaktır. Dolayısıyla numara taşınabilirliği uygulaması işletmeci değişim maliyetlerinin azalmasına (Srinuan ve Bohlin, 2009, s.2), numara mülkiyetinin işletmeciden kullanıcıya geçmesi ile müşteri kazanma amacıyla işletmeciler arasında oluşacak rekabet sonucunda perakende tarifelerin düşmesine de neden olacaktır (BTK-a, 2010, s.36), (Fayda 2). Numara taşınabilirliği uygulaması işletmeci değiştiren kullanıcı kitlesi için olumlu etkiler getirirken, bu hizmetten yararlanmayan kullanıcılar da artan rekabet düzeyi nedeniyle fayda sağlayacaktır (Fayda 2). Artan rekabetin, kullanıcı bağımlılığını azaltacağı düşünüldüğünde, işletmeciler için kendi (hâlihazırdaki) aboneleri de bir bakıma daha değerli hale gelecek ve müşteri tutma adına her işletmeci farklı ve rekabetçi kampanya sayısını çoğaltma yoluna gidecektir. Bu husus Galbi (2001) tarafından da vurgulanmakta ve numara taşınabilirliği gibi

değiştirme maliyetlerini azaltan düzenlemelerin ilgili piyasada faaliyet gösteren işletmecileri müşteri bağımlılığının azalması paralelinde, abonelerini elde tutma adına çeşitli kampanyalara yönelmek zorunda bıraktığı ifade edilmektedir. Aynı şekilde söz konusu düzenlemeler kullanıcıların alınan hizmetten memnun olup olmadığı gibi hususlarda söz hakkını artırırken, işletmeci değiştirmeyi kolaylaştırıcı her uygulama bu sürece katkı sağlayacaktır.

Diğer taraftan mobil numara taşınabilirliği uygulamasının, mobil telefon kullanıcılarının bu uygulama olmasaydı numaranın değişmesinden ötürü erişemeyebilecekleri kullanıcılara belirli maliyetlere (yeni numaranın bulunması vb.) katlanmadan erişebilmeleri imkânını sağlaması açısından da faydası bulunmaktadır (Fayda 3). Diğer bir deyişle numara taşınabilirliğinin bulunmadığı hallerde kullanıcılar, numarasını değiştiren diğer kullanıcılara ulaşmak için yeni numarayı bulma maliyetiyle karşı karşıya kalacaklar ve bazı durumlarda (numaranın rehberde kayıtlı olmaması durumu vb.) aramak istedikleri kişilere ulaşamayabileceklerdir.

Mobil numara taşınabilirliği rekabetin önündeki engelleri ortadan kaldırarak işletmecilerin fiyatta, kalitede ve hizmetlerde rekabet etmelerinin, abonelerin ise istedikleri işletmeciden hizmet alma özgürlüğünün önünü açmaktadır. Bu sayede hizmet çeşitliliğinin yanı sıra daha uygun fiyatlara daha kaliteli hizmetlerin sunulması sağlanmaktadır (Türkiye Odalar Borsalar Birliği (TOBB), 2011, s.22).

Son olarak mobil numara taşınabilirliği, telefon numaralarındaki mülkiyet haklarının yeniden tahsisi sonucunda, kullanıcılara fayda sağlamaktadır. Bu durum özellikle telefon numaralarını bir nevi iş adresi gibi kullanan ve reklâm gibi harcamalarla kamuoyuna bu numaralarını duyuran kullanıcılar için önem arz etmektedir. Reklâm harcamaları gibi maliyetler de numaraya yapılan yatırımı artırarak, numara değerini yükseltici bir etki doğurmaktadır. Bu bağlamda,

numara haklarının yeniden tahsisi (işletmeciden kullanıcıya), kullanıcının numarasına yapacağı yatırım hususunda pozitif yönde bir motivasyon sağlamaktadır. Mobil numara taşınabilirliğinin olmadığı durumda ise doğal olarak numara üzerinde eksik bir mülkiyet hakkı söz konusu olacağından, bu durum yatırım kararları üzerinde menfi bir etki getirebilecektir. Numara taşınabilirliğiyle birlikte kullanıcının sahip olduğu en önemli avantaj, numara üzerindeki mülkiyet hakkı devam edeceği için, böyle bir seçeneği kullanıp kullanmayacağına tamamen kendi inisiyatifine kalacak olmasıdır. Konuya bu açıdan bakıldığında numara taşınabilirliğinin değiştirme maliyetlerini azaltmasının yanı sıra, kullanıcıların numaraları üzerinde mülkiyet haklarını sağlamaştırması yönüyle de önem taşıdığı değerlendirilmektedir (Haucap, 2003, s.15,91-109).

Bir çok insan açısından kendisi ile yapılacak iletişimin kesilmesi bir sorun teşkil etmemekte iken, başka bir grup için iletişim çok büyük önem taşımaktadır. Örneğin, iş adamları açısından numara taşınabilirliği sonrasında iletişimin eski numara üzerinden yapılarak kesilmemesi, iş potansiyelinin artması açısından önem taşımakta iken, bireysel ve telefonunu az kullanan tüketiciler açısından sahip olduğu numaranın değişmesi ve eski numarasını arayanların kendisine ulaşamaması büyük önem taşımamaktadır. Nitekim söz konusu tüketicilerin iletişimde oldukları kesimin daha düşük sayıda olması, bu kişilere değişen numara bilgisinin iletiminin kolay olması numara taşınabilirliği uygulamasının da tüketiciler açısından önemini değiştirmektedir (Park, 2009, s.5). MNT uygulamasının yukarıda sayılan faydaları nedeniyle ilgili piyasada faaliyet gösteren işletmecilerin pazar paylarında önemli değişiklikler olmaması halinde bile, artan potansiyel rekabet baskısı, işletmecileri daha tüketici memnuniyeti odaklı çalışmaya yöneltebileceği değerlendirilmektedir.

1.2.2. Rekabet seviyesine etkileri

Mobil numara taşınabilirliği uygulamasının birçok ülke tarafından zorunlu olarak işletmecilere yükümlülük olarak getirilmesi ve söz konusu uygulamanın hayata geçirilmesinin diğer bir amacı ise rekabetçi bir piyasa yapısının oluşturulabilmesidir. Finlandiya ve Hong Kong gibi ülkelerde mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasının rekabetçi yapıya kavuşmasının en önemli nedenlerinden birisinin MNT uygulaması olduğu belirtilmektedir (Levin, 2006, s.3). Numara taşıma uygulamasının olmadığı bir durumda, tüketici açısından taşıma maliyetinin (bir işletmeciden diğer bir işletmeciyi tercih edilmesi durumunda karşılaşılan maliyetler) yüksek olması nedeniyle tüketiciler daha pahalı ve hizmet kalite seviyesi daha düşük olabilen işletmecide kalmaya devam edebilmekte, bu durum ise rekabetçi bir piyasa yapısının oluşmasını engelleyebilmektedir.

Mobil numara taşınabilirliğinin olmaması durumunda işletmeci değişikliğinde tüketicinin katlanacağı maliyetler kendisi ile iletişimde bulunanlara yeni numarasını iletme, eski SIM kartta kayıtlı olan numaraları yeni Subscriber Identity Module (SIM) karta kaydetme, yeni kartvizit bastırma, eski numarasını arayanlar ile iletişim kuramama (Buehler ve Haucap, 2004, s.2) ile ilk abonelik dolayısıyla katlanması gereken idari ücretler işletmeci değiştirme maliyeti olarak tüketiciyi mevcut firmasına bağlı kalmaya itebilmektedir.

Mobil numara taşınabilirliği uygulamasının rekabetçi yapı üzerindeki olumlu etkisi nedeniyle pazar payı nispeten daha büyük olan işletmeciler numara taşınabilirliği uygulamasına karşı çıkarken, alternatif işletmecilerin bu uygulamanın hayata geçirilmesini istedikleri görülmektedir. Örneğin Avusturya'da faaliyette bulunan küçük piyasa payına sahip işletmecilerden Tele.ring ve Tele2 MNT uygulamasını isterken, büyük işletmeci olan Mobilkom

ve T-Mobile MNT uygulamasını istememiştir (Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005, s.12).

Türkiye’de de benzer durumlar yaşanmıştır. MNT uygulamasına Avea ve Vodafone taraftar iken büyük işletmeci Turkcell uygulamayı istememiş ve 01.02.2007 tarih ve 26421 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Numara Taşınabilirliği Yönetmeliğinin yürütmesinin durdurulması ve iptali talebiyle BTK aleyhine Danıştay 13 üncü Dairesinde dava açmıştır. Açılan dava ile ilgili anılan Daire tarafından 12.11.2007 tarih ve E.2007/4817 sayı ile “yürütmenin durdurulması hakkındaki istemin reddine” karar verilmiştir.

Diğer taraftan tarife şeffaflığının olmaması durumunda, tüketicinin aradığı numaranın hangi işletmeciye ait olduğunu bilememesi, büyük pazar payına sahip işletmecinin şebeke dışsallığından yararlanma olanağını da azaltmaktadır. Dolayısıyla tarife şeffaflığının olmaması durumunda numara taşınabilirliği uygulaması, büyük pazar payına sahip işletmecinin bu gücünü alternatif işletmeciler karşısında kullanmasını engellemektedir. (Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005, s.388). Nitekim taşınan ve taşınmayan numara ayırımının anlaşılabilmesi nedeniyle işletmeciler daha ziyade her yöne sınırsız tarifeler çıkarma eğilimi içine girmektedir. Ayrıca numara taşıma uygulaması ile birlikte işletmeci değiştirme olanağının artması, piyasaya alternatif işletmecilerin de (özellikle mobil sanal operatörler açısından) girişlerini hızlandırabilmektedir (Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005, s.4).

Mobil numara taşıma uygulamasına ilişkin olarak yapılan birçok çalışmada uygulamanın başarısı, yüksek oranda taşınan numaralar ile ölçüldüğü görülmektedir. Bununla birlikte, numara taşıma uygulamasının asıl başarısı tarifelerde bir düşüş, hizmet kalitesinde bir artış ve işletmecilerin piyasa

paylarında rekabetçi yönde bir değişikliğin yaşanması durumunda söz konusu olabilecektir (Iqbal, 2008, s.9).

Diğer taraftan artan rekabetle birlikte, işletmecilerin reklam giderleri de belirli bir oranda artış göstermektedir. İşletmecileri baskı altına alan diğer unsurlar ise artan müşteri (abone) değiştirme oranları (churn rates) ve kaybı olmaktadır. Ancak bu gelişme de piyasaya göreceli olarak sonra giren ve nispeten daha düşük pazar paylarına sahip işletmeciler açısından, daha rekabet edilebilir bir ortam oluşturması sebebiyle önem arz etmektedir. Bu noktada, pazar asimetrisi belli oranda azalmakta ve MNT, perakende fiyatlar, sonlandırma ücretleri, fiyat elastikiyetleri, pazar payları ve piyasaya giriş, yatırım kararları gibi pek çok hususu etkilemektedir (Buehler ve Haucap, 2004, s.5).

1.3. İşletmeci ve Tüketici Açısından Maliyetler

Mobil numara taşıma uygulaması tüketiciden ziyade işletmeci açısından maliyeti olan bir düzenlemedir (Srinuan ve Bohlin, 2009, s.4). Mobil numara taşıma uygulamasının hayata geçirilebilmesi için işletmeciler tarafından katlanması gereken birçok maliyet bulunmaktadır. Anılan maliyetler öncelikle doğrudan ve dolaylı maliyetler olmak üzere ikiye ayrılabilir. Doğrudan maliyetler, MNT sisteminin kurulması ve işletilmesi için katlanması gereken maliyetler, her bir numara taşıma işlemi dolayısıyla katlanması gereken maliyetler ile taşıma dolayısıyla şebeke maliyetlerinde görülen artış şeklinde özetlenebilir (Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005, s.5).

Dolaylı maliyetler ise numara taşıma uygulaması nedeniyle tüketicinin aradığı numaranın hangi şebekeye ait olduğunu bilememesi nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Tarife şeffaflığının ortadan kalkması ve tüketicinin şebeke içi ücret ile şebekeler arası ücret ayırımı yapamaması nedeniyle tüketicilerin yüksek

faturalar ile karşılaşılabilmesi, tüketiciye ek bir maliyet unsuru oluşturabilmektedir (Srinuan ve Bohlin, 2009, s.4).

İşletmeciler, MNT uygulamasının hayata geçirilmesi ve işletilmesi kapsamında numaranın taşınabilmesi için gerekli veri tabanının kurulması, bunların işletilmesi ve MNT sürecinin yönetilmesi durumunda oluşabilecek maliyetleri bilseler dahi bu süreçte işletmeciler arasında maliyetlerin nasıl bölüşüleceği ve düzenleyici kurumun getirebileceği yeni düzenlemeler hususunda tam bilgi sahibi olamamaları halinde bu belirsizliğin de işletmeciler açısından bir maliyet unsuru olarak görülebileceği düşünülmektedir.

Mobil telefon aboneleri de daha düşük ücret ve/veya daha kaliteli hizmet almak için (abonesi oldukları) işletmeciyi değiştirdiklerinde değiştirme maliyetleriyle (switching costs) karşı karşıya kalmaktadır. Bir çok çalışma söz konusu değiştirme maliyetlerini incelemiş olup, bunların esas itibariyle başka bir operatöre geçerken karşılaşılan zaman ve parasal maliyetlerle, başka bir numarayı haber verme ve kendisine bir nevi yatırım yapılan numaranın (örneğin sadece telefonla iş yapan ve bu numarayı reklam gibi vasıtalarla tanıtan işletmeci) kaybedilmesi (Buehler ve Haucap, 2004, s.2) olarak özetlendiği görülmektedir. Bu maliyetleri içeren değiştirme işlemi ise hem finansal hem de psikolojik açıdan risk olarak nitelendirileceği düşünülmektedir. Mobil operatörlerce uygulanan uzun vadeli sözleşme ve müşteri bağlılığı programları (Customer loyalty programs) da bu maliyetleri artırıcı bir sonuç getirmektedir. Diğer bir deyişle, işletmeciler değiştirme maliyetlerini artırmak, dolayısıyla abonelerin başka bir işletmeciye geçişini zorlaştırmak adına bu tür taktiklere başvurmaktadır. Numara değiştirme özellikle ticari olarak belirli bir süre numaralarını kullanan (örneğin, kartlarında bu numaraya yer veren) şahıslar açısından daha da maliyetli bir hale gelmekte ve bunların operatör değiştirmesi

(numara taşınabilirliğinin uygulanmadığı durumlarda) daha da zorlaşmaktadır (Buehler ve Haucap 2003, s.2).

Tüm bu hususlar, aboneler açısından bir nevi geçiş bariyeri oluşturarak, ilgili piyasada kullanıcıların istedikleri işletmeciden hizmet alma alternatiflerini sınırlandırmaktadır. Bu durumun özellikle piyasaya daha sonra girmiş işletmecilerin rekabet güçlerini sınırlandıracağı, ancak değiştirme maliyetlerinden fazla bir kazanım sağlayacak tarife indirimleri gibi stratejilerin kullanılmasını da zorunlu hale getirebileceği düşünülmektedir. Bu çerçevede Sutherland (2007), düzenleyici kurumların değiştirme maliyetlerini azaltarak ilgili piyasada rekabetin ve nihai olarak müşteri memnuniyetinin artmasını sağlayacak numara taşınabilirliği uygulamasını getirdiğini vurgulamaktadır.

Diğer taraftan, yukarıda da belirtildiği üzere, MNT uygulamasının tüketicilere getirdiği maliyetler de ortaya çıkabilmektedir. Kullanıcılar, bu uygulama kapsamında, aradıkları kişinin hangi şebekede olduğu konusunda yanılığa düşebilmektedir. Diğer bir deyişle, aranacak (aranan) numaranın hangi operatöre ait olduğunu belirleyen ön numara (kod-rakam) MNT sonrası farklı bir operatörün şebekesine geçebilmekte (örneğin 532, 505 gibi ön numaralar) ve kullanıcılar bu numarayı farklı bir operatördeymiş gibi algılayıp, aramalarını buna göre yapabilmektedir.

1.4. MNT Uygulamasının Başarısını Etkileyen Faktörler

MNT'nin uygulamadaki başarısı daha ziyade taşınan numara sayısı ile doğru orantılı olarak ölçülmektedir. Bunun nedeni de doğal olarak yüksek numara taşıma sayılarının bu hizmete olan talebi göstermesidir. Hong Kong, Güney Kore ve Avustralya gibi numara taşıma rakamlarında yılda %6 oranını aşan ülkeler, bu kapsamda başarılı sayılmakta ve uygulamadan istenilen başarının

yakalandığı değerlendirilmektedir. Söz konusu yüksek numara taşıma oranlarının gerçekleşebilmesinin (yakalanılmasının) ise kısa numara taşıma süresi, çok düşük ücretli veya ücretsiz işlem, MNT'nin düzenleyici kurum tarafından teşviki için gerekli düzenlemelerin yapılması, kullanıcının bilgi sahibi olması, yeni operatörlerin piyasaya girişi ve farklı hizmetlerin sunulması gibi faktörlere bağlı olduğu anlaşılmaktadır.

Ancak, burada unutulmaması gereken önemli bir husus da, sadece numara taşıma sayılarına bakarak yapılacak bir değerlendirmenin, başarı ölçütü olarak eksik kalacağıdır. Aksine, söz konusu sayılar beklenenin altında gerçekleşse bile, artan rekabet ve abonelerin kaybedilme korkusu eğer tarife seviyelerinde bir düşüş ve hizmet kalitesinde artışa yol açmışsa, MNT uygulamasının faydalı olduğu sonucu çıkarılabilecektir. Buna ek olarak, her durumda sadece numara taşıma sayılarına bakarak yapılan değerlendirme uzun vadede (talebin ilk aşamada daha fazla olacağı öngörüsü altında) söz konusu sayıların düşmesiyle, uygulamayı başarısız gibi gösterecektir. Burada da sadece sayılar üzerinden bir değerlendirme yapmak yanıltıcı olacağından, ilgili piyasadaki diğer tüketici menfaati yönündeki gelişmelerin de değerlendirmeye katılması (tarifelerdeki düşme vb.) gerekecektir. Bu kapsamda, son olarak ifade edilebilecek husus, numara taşıma sayılarının yanı sıra, kullanıcıların uygulama sürecinde şikâyetlerinin olup olmadığı, tüketici şikâyetinin azlığı veya çokluğu, taşıma prosedürünün süresi (kısalığı) ve basitliği de MNT'nin uygulamadaki etkinliğinin (başarısının) ölçütleri olarak kullanılabilir (Pakistan Telecommunication Authority (PTA), 2006).

Bahsedilen bu başarıların oluşabilmesi için numara taşınabilirliği uygulamasında çeşitli önkoşullar bulunmaktadır. Bu ön koşullar:

- Piyasa büyüklüğü ve minimum (eşik) pazar büyüklüğü,

- Uygulamaya olan talep (hem işletmeciler hem de tüketiciler açısından) seviyesi,
- İlgili piyasada rekabet seviyesi ile
- Düzenleyici kurumun bağımsızlığıdır.

1.4.1. Minimum pazar büyüklüğü

Şebekeler arası rekabetin yaşandığı piyasalarda MNT uygulaması anlam kazanmaktadır. Nitekim şebekeler arasında geçişin olmaması durumunda tüketicinin başka bir şebekeye geçme talebinin olmaması nedeniyle MNT uygulamasının ülkeye getirilmesine gerek görülmeyecektir. Bu durumda, MNT uygulanabilmesi için gerekli olan alt yapı maliyetleri talebin olmaması nedeniyle tüm işletmeciler açısından çok büyük seviyede olacak ve taşıma sürecinden beklenen fayda görülmeyecektir (Iqbal, 2008, s.10). Dolayısıyla ilgili piyasada belirli miktarda tüketici şebekelerini değiştirmek için istekli olmalıdır. Şayet böyle bir talep yok veya çok az seviyede ise, MNT uygulamasından da doğal olarak istenilen sonuç elde edilemeyecektir. Bu uygulamanın maliyeti de göz önüne alındığında, katlanılacak zarar daha da büyük olacaktır. Diğer taraftan, MNT uygulamasına olan talebin azalması (ya da artmaması) için operatörlerin de çeşitli uygulamalara gittikleri görülmektedir. Bunlar arasında geçiş engeli niteliğinde bariyerler oluşturma (uzun prosedür uygulanması gibi), hizmetin doğru işlediğine dair kullanıcı şüphesi oluşturma ve değiştirmenin finansal maliyetini artırma stratejileri önem taşımaktadır.

Aynı paralelde nüfusun az olduğu ülkelerde de MNT uygulamasının birim maliyetlerinin yüksek olması, bunun ise MNT uygulaması vasıtasıyla abonelerin geçme isteklerini azaltması nedeniyle uygulamanın başarı şansının az olduğu değerlendirilmektedir (Iqbal, 2008, s.10). Örneğin, Bahreyn üzerine yapılan bir

çalışmada MNT uygulamasının maliyetlere dolayısıyla tüketicilere ve işletmecilere bir fayda getirmeyeceği ifade edilmiştir (Hibbard Consulting, 2008, s.4).

Bu kapsamda MNT uygulaması için gerekli minimum pazar büyüklüğünü ölçmek için fayda-maliyet analizleri yapılmaktadır. Horrocks (2007a)'a göre yaklaşık olarak 10 milyon abone sayısı altındaki pazar büyüklüklerinde söz konusu uygulamanın net faydası getirdiği maliyetleri karşılayamayacak kadar küçük olacaktır. Diğer bir deyişle, nüfusu ve dolayısıyla pazar büyüklükleri küçük olan ülkelerde MNT uygulamasının istenen sonuçları getirmesi düşük bir ihtimal olacaktır. Örneğin, Malta gibi bir ülkede fayda maliyet analizlerinin daha detaylı bir şekilde yapılması gerekirken (Iqbal, 2008, s.11), MNT Avrupa Birliği (AB) mevzuatı gereğince doğrudan uygulamaya geçirilmiştir. Bu tip küçük ülkelerde düzenleyici kurumlar MNT uygulamasından önce, ilgili piyasada başka enstrümanlarla rekabeti artırarak, operatörlerin daha düşük tarife ve yüksek hizmet kalitesi sunmalarını sağlamalıdır (Horrocks, 2007a).

1.4.2. Rekabet seviyesi ve piyasanın doygunluk seviyesi

Piyasanın rekabetçi bir yapıya sahip olup olmaması, MNT uygulamasının başarısı açısından önem arz etmekte olup, MNT uygulamasının başarısı açısından rekabetçi bir pazar yapısı gerekliliktir. Örneğin, İrlanda'da iki etkin piyasa gücüne sahip işletmecinin yanında piyasa payı çok düşük seviyede olan bir işletmeci faaliyette bulunmaktadır. Rekabetçi baskının çok düşük düzeyde olduğu bu piyasada MNT uygulaması başarısızlık ile sonuçlanmıştır (Iqbal, 2008, s.11). Nitekim düşük seviyede numara taşıma talebi, işletmecilerin fiyatlarında değişikliğin düşük seviyede olması, piyasa paylarının değişme yönünde bir eğilime girmemesi, buradaki MNT uygulamasının başarısızlıkla sonuçlanmasına neden olmuştur.

Rekabetçi bir piyasa yapısının görüldüğü Finlandiya, Hong Kong gibi ülkelerde ise MNT uygulamasının başarılı sonuçlar vermesi, rekabetçi piyasa yapısının MNT uygulaması açısından önemini ortaya koymaktadır (Levin, 2006, s.3). Bu kapsamda ilgili piyasada faaliyet gösteren işletmeciler arasındaki rekabet seviyesi, MNT sonrası rekabeti de etkileyecek ve dolayısıyla uygulama başarısı da buna bağlı olarak şekillenecektir. Piyasada rekabet seviyesi arttıkça, işletmeciler daha düşük fiyatla daha yüksek veya eşdeğer kalitede hizmet vermek zorunda olduklarından, MNT uygulamasına olan ihtiyaç da o derece azalmış olacaktır (Haucap, 2003,s.11).

Bu noktada önem arz eden diğer bir husus piyasanın doygunluk seviyesidir. Diğer bir deyişle, piyasadaki penetrasyon oranı ne kadar yüksek olursa, piyasaya daha sonra giren işletmeci açısından istenilen ölçüde abone kazanmak daha zor olacaktır. Bu tip piyasalarda MNT'nin etkin bir şekilde uygulanması, bu süreçte söz konusu işletmeci/lerin rekabet edebilme imkânlarını artıracaktır. Diğer taraftan, belirli bir doygunluğa ve penetrasyon oranına erişilmemiş piyasalarda da MNT etkin bir şekilde uygulanabilmektedir. Örneğin, Hollanda'da MNT, henüz % 10'luk bir penetrasyon oranına erişilmişken uygulamaya geçirilmiştir (Iqbal, 2008, s.3).

1.4.3. Bağımsız düzenleyici kurum ve bu kurumun etkinliği

MNT uygulamasının etkinliği açısından düzenleyici kurumun bağımsız ve güçlü bir konumda bulunması gerekmektedir (Iqbal, 2008, s.9). Diğer bir deyişle, düzenleyici kurumun piyasa aktörleri üzerinde yeterince otorite sahibi olması ve söz konusu uygulamanın başarılı olması için kararlı hareket etmesi önem taşımaktadır. Nitekim anılan idari otoritenin düzenleme isteği MNT uygulamasının hayata geçirilmesine, numara taşımanın ne kadarlık bir süre içinde gerçekleştirileceğine, abonelerin işletmeci değişikliklerinde istisnai olarak

getirilen sınırlamaların kapsamının belirlenmesine ve mobil ekipmanların verilmesi suretiyle akdedilebilecek olan uzun dönemli sözleşmelerin sektörde imzalanmasına izin vermeyerek MNT uygulamasının başarısına etki edebileceği düşünülmektedir. Ancak MNT uygulamasından sorumlu olan kuruluşların bir bölümü bu süreçte aktif bir rol izlemeyi tercih ederken, diğer bir bölümünün ise pasif bir rol izlediği görülmektedir. Finlandiya düzenleyici kurumu mobil ekipmanların verilmesi suretiyle akdedilebilecek olan uzun dönemli sözleşmelerin sektörde imzalanmasına izin vermeyerek MNT uygulamasında tüketici merkezli düzenlemeler yapmak için aktif bir rol alırken, İngiltere düzenleyici otoritesi ve Hollanda düzenleyici otoritesinin ise daha pasif bir rol izlediği anlaşılmaktadır (Iqbal, 2008, s.12-13).Yukarıda belirtilen gerekçelere ek olarak, MNT uygulamasına yönelik tüketicilere yapacakları bilgilendirme, reklam vb. faaliyetlerin de önemli olduğu düşünülmektedir (OECD, 2008, s.26).

Bu kapsamda tekrar etmek gerekirse, MNT'nin etkin bir şekilde uygulanması için düzenleyici kurumun bu süreci doğrudan yönlendirmesi ve sürekli bir denetim mekanizmasını oluşturması gerekli görülmektedir.

MNT uygulaması rekabetçi bir piyasa yapısının oluşması açısından birçok kimsenin başarılı olacağını düşündüğü bir uygulama olmakla birlikte, bunun başarısız olduğu İrlanda gibi (Iqbal, 2008,s.11) ülkeler yanında, başarılı olduğu Finlandiya, İngiltere, Hollanda gibi ülkeler (Iqbal, 2008, s.8) bize düzenleyici kurumun MNT uygulamasında nelere dikkat etmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Aşağıda düzenleyici kurumların MNT uygulamasına ek olarak dikkat etmeleri gereken diğer hususlar hakkında bilgi verilecektir.

1.4.4. Sözleşme yükümlülüğü

Faturalı abonelerin MNT uygulamasını ön ödemeli abonelere kıyasla daha fazla tercih ettikleri görülmektedir. Bunun temel sebepleri ise:

- Faturalı abonelerin mobil numaralarını daha uzun bir süredir kullanıyor olmaları ve söz konusu numaraya olan bağlılıklarının daha fazla olması,
- Kurumsal müşterilerin daha ziyade faturalı aboneler olması ve söz konusu abonelerin numaraya olan bağlılığının daha fazla olması,
- İşletmeciler tarafından verilen mobil ekipmanların sözleşmeler ile verilmesi, tüketicilerin mobil cihazlarını değiştirmek istemeleri durumunda faturalı sözleşme imzalamak durumunda olmasıdır (Levin, 2006, s.3).

Dolayısıyla, faturalı aboneliklerde işletmeciler tarafından getirilen uzun süreli sözleşmelere izin verilmemesi MNT uygulamasının başarısı açısından önemlidir. Yukarıda da belirtildiği üzere, Finlandiya düzenleyici kurumunun mobil ekipmanların verilmesi suretiyle imzalanabilecek olan uzun dönemli sözleşmelerin sektörde imzalanmasına izin vermeyerek, (Iqbal, 2008, s.12-13) bu konuda aktif bir rol aldığı görülmektedir. AB tarafından çıkarılan 2002/22 sayılı Evrensel Hizmet Direktifinin 30(5) maddesi ile yeni imzalanacak sözleşmeler için maksimum sözleşme süresi 24 ay, mevcut sözleşmeler için ise 12 ay olarak belirlenmiştir.

Bununla birlikte bir işletmeciden diğer bir işletmeciye geçebilmek için tüketicinin eski işletmecisine olan borcunun ödenmemiş olması kimi zaman abonesini kaybeden işletmeciler tarafından gerekçe gösterilerek numara taşıma işlemi engellenmektedir. Bu konu da düzenleyici kurumların MNT uygulamasını hızlandırmak amacıyla müdahil oldukları bir konudur. Nitekim İngiltere Düzenleyici Kurumu (Ofcom) tarafından tüketicilerin diğer bir işletmeciye

geçişlerinde borcun ödenmemesi hususunun bir engel olarak kullanılmaması gerektiği şeklinde düzenleme getirilmiştir (Güngör ve Tözer, 2009, s.35-36).

1.4.5. Mobil ekipmanlara ilişkin kısıtlamalar

Firmaların abonelerini kendi şebekelerine bağlayabilmek, alternatif işletmecilerin şebekelerine geçmesini engellemek için çeşitli yöntemlere başvurabilecekleri düşünüldüğünde, anılan yöntemlerden birisi de mobil cihazlara konulan kilitler ile cihazın sadece kendi şebekesinde çalışmasına olanak tanınması işlemidir. Bu şekilde işletmeci numara taşınabilirliği uygulaması olmasına rağmen aboneye sağladığı cihazın diğer şebekede kullanılamaması nedeniyle taşıma uygulamasını etkinsiz hale getirmektedir. Dolayısıyla düzenleyici kurumların MNT uygulamasının etkinliğini artırabilmek amacıyla cihazlara konulan kilitlere izin vermemesi önem arz etmektedir.

Aboneler, MNT kapsamında bir işletmeciden diğer bir işletmeciye geçerken numaralarını taşıyabilmekte iken, telefona bağlı e-posta adreslerini taşıyamamaktadır. Örneğin Japonya'da insanlar SMS' ten ziyade e-posta üzerinden haberleşmektedir. Bu durum, MNT uygulamasının hızlı bir şekilde yapılması önünde bir engel teşkil edebilmektedir (OECD, 2008, s.26-27).

1.4.6. Numara taşımada ücretler

Numara taşınabilirliği sırasında tüketicinin bir ücret ödemek durumunda kalması veya işletmecinin, tüketicinin ödemesi gereken ücreti üstlenmesi durumunda ödeyeceği ücretin yüksek belirlenmesi halinde MNT uygulamasının etkinliğinin azalabileceği değerlendirilmektedir. Conference of the European Postal and Telecommunications Administrations (CEPT) ülkelerini kapsayan bir çalışmada, sadece bir numaranın taşınması dolayısıyla katlanılması gereken maliyet 0 ile

29 Euro arasında değişmekte iken, ortalama maliyet 12,80 Euro olarak belirlenmiştir (ECC, 2005, s.14).

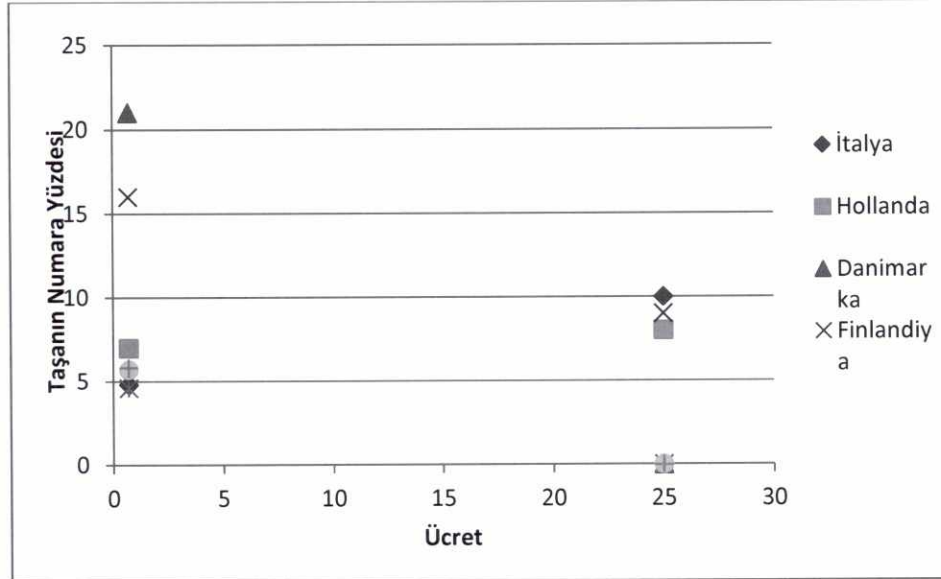
Yapılan diğer bir çalışmada da işletmecinin numara taşınabilirliği dolayısıyla elde edeceği gelirin % 20'sinin altında bir maliyet, işletmecilerin MNT uygulamasını istemeleri için yeterli olarak görülmüştür (Shakouri, Tehrani ve Taheri, 2009, s.6).

AB tarafından çıkarılan 2002/22 sayılı Evrensel Hizmet Direktifi MNT uygulamasının maliyet bazlı olarak yapılması amacıyla ye ülkelerin mevzuatlarını buna göre yapmalarını talep etmiştir.

Finlandiya'da MNT uygulaması nedeniyle tüketicisi herhangi bir ücret ödemek durumunda kalmamakta, bu ise rekabetçi bir yapının oluşmasına katkı sağlamaktadır (Shakouri, Tehrani ve Taheri, 2009, s.6-7).

Taşınan numara sayısı ile numara taşımada alınan ücretlere ilişkin yapılan bir çalışmada, ücret seviyesi düştükçe taşınan numara sayısının arttığı görülmüştür (şekil 1.2).

Şekil 1.2. Ücretler ve taşınan numara sayısının karşılaştırılması



Kaynak: Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005, s.16.

1.4.7. Numara taşıma süresi ve sürecin kolay olması

Numara taşıma süresi, günler haftalar gibi uzun süreler alabileceği gibi, saatlik bir zaman dilimi, hatta dakikalar ile ölçülebilecek kısa süreler içinde de gerçekleştirilebilmektedir. Anılan sürenin uzunluğu, tüketici açısından MNT uygulamasını tercih edip etmemesi bakımından önem arz etmektedir (Electronic Communications Committee (ECC), 2005, s.12). İngiltere Düzenleyici Kurumu OFCOM tarafından MNT süresi 31 Mart 2008 tarihinde 2 güne düşürülürken, yapılan düzenlemeden beklenen amacın MNT uygulamasının etkinliğini sağlayarak rekabet seviyesini ve tüketicinin refah seviyesinin yükselmesi olduğu belirtilmiştir (Ofcom, 2007, s.5-6).

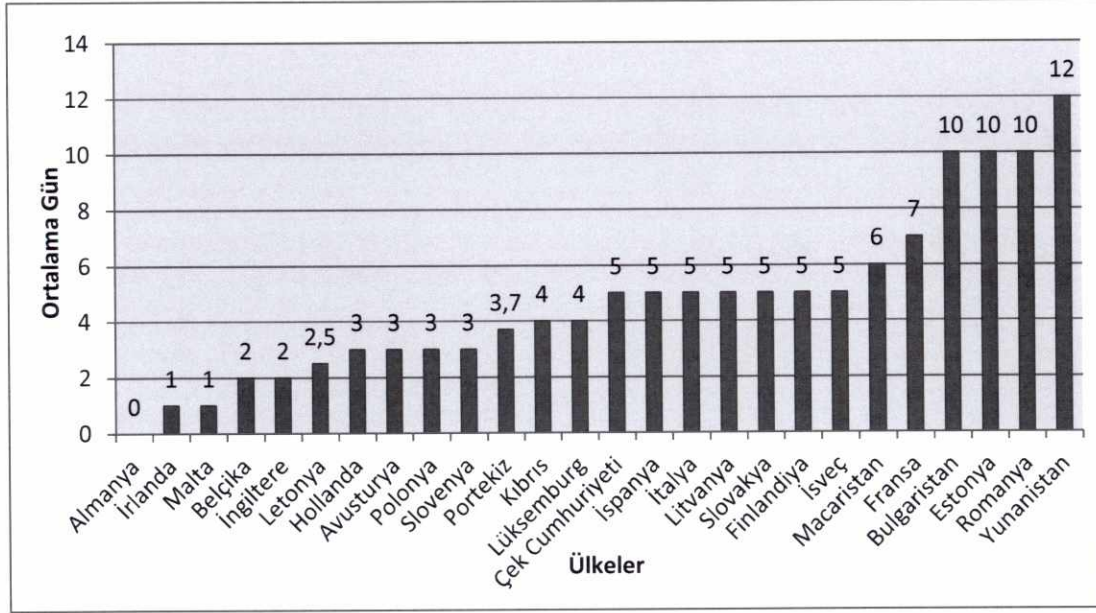
Bundan dolayı MNT uygulamasında geçen sürenin kısa olması, MNT uygulamasının başarılı bir şekilde uygulanması için büyük önem taşımaktadır. Anılan süreyi numara taşıma işleminin teknik olarak işletmeciler tarafından

yapılması gereken işlemlerin tamamlanması ile abonesini kaybeden işletmecinin numara taşıma süresi için göstereceği istek belirlemektedir (Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005, s.16). Diğer taraftan numara taşımada, numara taşıma sürecinde tüketici tarafından sunulan belgelerin doğruluğunun incelenmesi, bu süreçte bir dolandırıcılık işleminin olup olmadığının araştırılması da (ECC, 2005, s.12) bir taraftan tüketici memnuniyetinin oluşması açısından önemli iken, diğer taraftan anılan uygulamaların da zaman alabileceği unutulmamalıdır.

Şekil1-3'de uluslararası MNT uygulamasının ne kadarlık bir zaman dilimi içinde yapıldığı, tüketicilerin ne kadarlık bir süre için iletişimden yoksun kaldıkları gösterilmektedir.

AB üyesi ülkelerin MNT uygulamasında gösterdiği başarı Şekil1-3'de gözükmemektedir. Şeklin incelenmesinden de görüleceği üzere, 12 gün ile 1 günün altında taşıma işlemlerinin yapıldığı 2008 yılında ortalama taşıma süresi 8,5 gün iken, Ekim 2009 yılı itibariyle 4,1 seviyesine düşmüştür (AB, 2010, s.18).

Şekil 1.3. Mobil numara taşınabilirliği için geçen süre

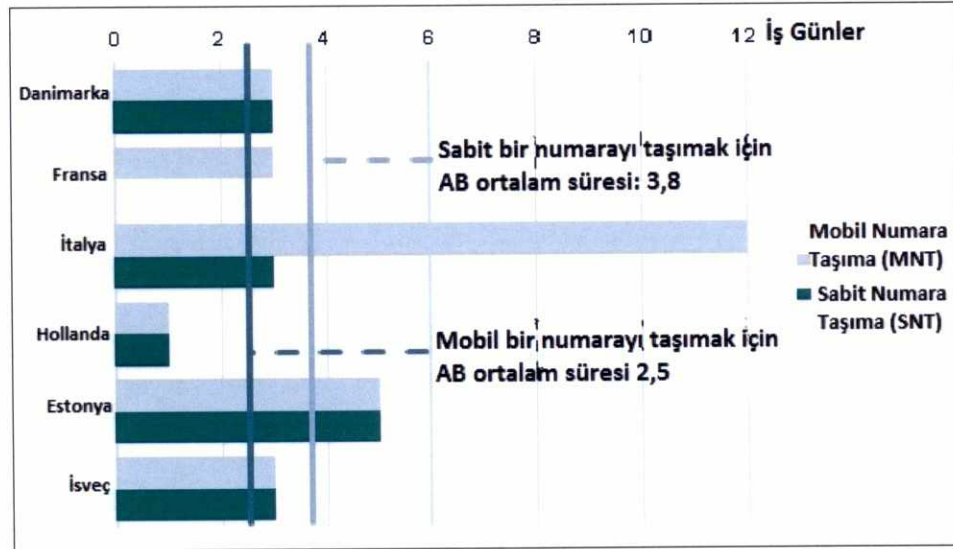


Kaynak: Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), 2008, s.28; Srinuan ve Bohlin, 2009, s.8; Güngör ve Tözer, 2010, s.23.
Not: Ekim 2009 Avrupa Ortalaması 4,1 gün.

AB üyesi ülkelerin 25 Temmuz 2003 tarihine kadar MNT uygulamasına geçmeleri Evrensel Hizmet Direktifi ile zorunluluk olarak getirilmiştir.

AB tarafından çıkarılan Evrensel Hizmet Direktifi'nin 30 (4) maddesi ile MNT uygulamasının 1 gün içinde yapılmasına karar verilmiştir. Anılan düzenlemeyi takiben AB genelinde MNT süresinin kısaldığı anlaşılmaktadır. Nitekim Şekil 1.3.'ün incelenmesinden görüleceği üzere MNT taşıma süresi Ekim 2009 yılı itibarıyla 4,1 gün iken, Şekil 1.4.'ün incelemesinde bu seviyenin 2012 yılında 2,5 güne düşmüştür.

Şekil 1.4. Bazı AB Ülkelerinde Ortalama Taşıma Süresi



Kaynak: Cullen-international, 2013.

AB üyesi ülkeler incelendiğinde en kısa sürede MNT uygulamasını yapan ülkenin 1 günün altında bir sürede Hollanda'da, incelenen ülkeler arasında en uzun sürenin ise 12 gün ile İtalya'da olduğu görülmektedir.

Bununla birlikte taşıma işlemlerinin basit bir yöntemle yapılması da, tüketicinin anılan uygulamayı tercih etmesi açısından önemlidir (Ofcom, 2007, s.6). Ülke uygulamalarından da görüldüğü üzere, taşıma süreleri ülkeden ülkeye farklılık gösterebilmektedir. Ancak anılan sürenin uzun olması MNT uygulamasında başarısızlıkları da beraberinde getirmektedir. Örneğin Singapur ve Tayvan' da MNT uygulaması 4 gün ile 7 gün arasında yapılmaktadır. Sürenin uzun olması nedeniyle anılan ülkelerde MNT uygulaması başarısızlıkla sonuçlanmıştır (Iqbal, 2008, s.8).

Bununla birlikte tüketiciler tarafından verilen bilgilerin doğru bir şekilde kontrol edilmesi ve MNT uygulamasının tüketici açısından kolay ve basit bir yöntem ile gerçekleştirilmesi tüketici memnuniyeti açısından önem arz etmektedir. Nitekim

İngiltere’de artan oranda tüketicilerden gelen şikâyetler de izinleri olmaksızın numaralarının taşındığı ifade edilmektedir (Ofcom, 2007, s.7).

1.4.8. Tarife şeffaflığı

Tüketicinin almış olduğu hizmetin bedelini ve anılan hizmeti alternatif işletmecilerden temin etmek istemesi durumunda, söz konusu hizmetin bedelini karşılaştırabilme imkânına sahip olması, rekabetçi bir piyasanın oluşabilmesi ve tüketicilerin kendilerine en iyi hizmeti sunan işletmeciyi tercih edebilmeleri açısından önem arz etmektedir. Mobil sektörde tarife şeffaflığının sağlanması birçok düzenleyici kurum açısından en önemli sorunlardan birisini oluşturmaktadır (ERG, 2009, s.4).

MNT uygulaması nedeniyle tüketiciler aradığı numaranın hangi işletmeciye ait olduğunu anlayamamaktadır. Bu durum MNT uygulamasının tarife şeffaflığına zarar vermesine neden olmaktadır. Söz konusu zararın ortadan kaldırılabilmesi için düzenleyici kurumlar tarafından çeşitli yöntemler uygulanmaktadır. Anılan yöntemler a) tüketicinin ücretsiz olarak arayacağı bir numara veya² b) işletmeci tarafından gönderilecek bir Short Message Service (SMS) ile aranan numaranın hangi işletmeciye ait olduğunun bilinmesi c) internet üzerinden numaranın taşınıp taşınmadığının veya hangi işletmeciye ait olduğunun sorgulanabilmesi d) taşınan numaralarda akustik bir çağrının duyurulması ile d) son olarak aranan numaranın taşınması durumunda taşınan numaranın hangi işletmeciye ait olduğunun çağrı kurulmadan önce bildirilmesi yöntemleridir.

² Örneğin İtalya’da tüketiciler mobil numarayı takip eden 456 tuşlarının tuşlanması durumunda anılan numaranın taşınmış bir numara olup olmadığı öğrenilebilmektedir. Danimarka, İngiltere, Almanya, Yunanistan ve Portekiz’de düzenleyici kurumun talebi üzerine anılan düzenleme mobil işletmeciler tarafından yapılmıştır.

Numara taşınabilirliği uygulamasında tarife şeffaflığının önemi daha ziyade şebeke içi ve şebekeler arası perakende arama ücretleri arasında büyük farklılıklarının bulunması ile şebeke içi ücretlerinin çok düşük veya ücretsiz sunulduğu durumlarda anlaşılmaktadır (Bermuda Enerji ve Telekomünikasyon Bakanlığı, 2009, s.25). Nitekim söz konusu durumlarda tarife şeffaflığının olmaması nedeniyle tüketici mağduriyeti daha büyük boyutlarda ortaya çıkabilmektedir.

2002/22 sayılı Evrensel Hizmet Direktifi'nin 41 nolu maddesinde numara taşımının etkisinin arayan ve aranan tüketiciler için geçerli olacak şeffaf bir tarifelendirme yapısı olması ile güçleneceğine vurgu yapılmıştır. Dolayısıyla numara taşımının başarılı olabilmesinin bir şartı da basit ve ucuz bir şekilde taşıma işleminin yapılması yanında, şeffaf tarifelendirme yapısına bağlıdır. Tarife şeffaflığının sağlanmasına yönelik olarak AB üyesi ülkelerde uygulanan yöntemleri aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 1.2. Tarife şeffaflığına yönelik tedbirlerle ilgili ülke uygulamaları

Tarife şeffaflığına yönelik tedbirler	Uygulayan ülkeler
Eş zamanlı sesli uyarı	Avusturya, Portekiz, İtalya,
Ton ile uyarı	Belçika, İrlanda, Letonya,
Kısa mesaj ile bilgilendirme	Almanya, İtalya, İsviçre, İrlanda,
Telefon bilgi servisi	Finlandiya, Almanya, Danimarka, İspanya, İngiltere, Yunanistan, Hollanda, İrlanda,
İnternet üzerinden bilgilendirme	Avusturya, Finlandiya, Danimarka, İtalya, Almanya, Hollanda

Kaynak: Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005, s.17-18 ve Anacom a, 2013.

Tablo 1-2'nin incelenmesinden de anlaşılacağı üzere farklı bir şebekeye doğru yapılan aramalarda sesli uyarı sisteminin Avusturya, Portekiz ve İtalya gibi ülkelerde görüldüğü anlaşılmaktadır. Örneğin Portekiz de farklı bir şebeke yönüne doğru yapılan bir aramada “*Uyarı: Aradığınız numaraişletmecinin şebekesine aittir*” (Anacom, 2013a) şeklinde bir uyarı bilgilendirmesi yapılmaktadır. Tonlu uyarı sistemi (bip şeklinde) ise Belçika, Letonya, İrlanda gibi ülkelerde uygulanmaktadır. Finlandiya ve Almanya gibi ülkelerde ise numaranın taşınıp taşınmadığını öğrenmek amacıyla ücretsiz arama yapılabilecek numara ve ücretsiz SMS hizmetleri bulunmaktadır (Hibbard Consulting, 2008, s.20). Son olarak birçok ülkede (Avusturya, Finlandiya, Danimarka, İtalya, Almanya, Hollanda) internet üzerinden numaranın taşınıp taşınmadığı sorgulanabilme imkânına sahiptir.

Tarife şeffaflığının sağlanması ile temel hedef tüketicilerin beklenmedik faturalar ile karşılaşmasının engellenmesi ve MNT uygulamasının yaygınlaşabilmesi için anılan düzenlemenin önemli olduğunun anlaşılmasıdır.

1.4.9. Arabağlantı ücretlerinin düzeyi

MNT uygulaması ile birlikte özellikle tarife şeffaflığının olmaması, tüketicilerin aradıkları işletmeciyi bilememeleri, işletmecilerin çağrı sonlandırma ücretlerini yükseltmelerine neden olabilmektedir (Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005, s.4). Dolayısıyla rekabetçi bir piyasa açısından mobil çağrı sonlandırma ücretlerinin düzenlemeye tabi olması önem arz etmektedir.

Ayrıca çağrı sonlandırma ücretlerinin seviyesi, mobil numara taşıma uygulamasının başarısı açısından önemli olup (Buehler ve Haucap, 2004, s.5) çağrı sonlandırma ücretlerinin seviyesinin düşük olması MNT uygulamasının başarı şansını arttırabilmektedir. Bahreyn’de MNT uygulamasının başarısız olma

olasılığının (Hibbard Consulting, 2008, s.4) temel sebebi olarak çağrı sonlandırma ücretlerinin yüksekliği nedeniyle şebekeler arası görüşme ücretlerinin yüksek olması gösterilmektedir.

Çağrı sonlandırma ücretleri arasında AB üyesi ülkelerde bile görülen aşırı farklılık (yaklaşık 5 kat) numara taşınabilirliği uygulamasının başarısını etkilemektedir.

2010 yılı itibariyle Avrupa'da en yüksek çağrı sonlandırma ücreti uygulayan ülke 10,70 cent ile İsviçre'dir. AB üyesi ülkelere yüksek çağrı sonlandırma ücretleri uygulayan ülke 9,6 cent ile İrlanda olup, en düşük çağrı sonlandırma ücreti uygulayan ülke ise 1,8 cent ile Güney Kıbrıs'tır. AB ortalaması ise 10,70 cent'tir (ERG, 2010).

1.4.10. Abone geri kazanımı (winback)

Abone Geri Kazanımı, abonesini kaybetme durumu ile karşı karşıya olan bir işletmecinin abonesini kaybetmemek için aboneye daha cazip yeni teklifler sunması yoluyla abonesini tekrar kazanması anlamına gelmektedir. Anılan uygulama MNT işleminde, verici işletmeci tarafından abonenin diğer işletmeciye geçme talebinin kendisine gelmesi ile birlikte abonesi ile irtibata geçerek yeni teklif ile abonesinin kendisinden ayrılmasının engellenmesidir. Bu durum şu şekilde özetlenebilir:

- Tüketicilere sunulan cazip bir tarife teklifi,
- Tüketicilere sunulacak mobil cihaz ve hediye gibi yeni teklifler,
- Geçmek isteyeceği işletmeci ile ilgili olumsuz bilgilendirmeler

ile tüketicinin yeni bir işletmeciye geçmesi engellenebilmektedir (Bermuda Enerji ve Telekomünikasyon Bakanlığı, 2009, s.28). Bu durum MNT uygulamasının başarısını etkileyebileceğinden birçok ülkede abonenin geri kazanılması amacıyla yapılan bu tür tekliflerin yasaklanması yoluna gidilmektedir.

Bu ülkelerden İngiltere’de OFCOM tarafından yapılan inceleme sonucunda, işletmecilerin abonenin numara taşıma talebinde bulunması sonrasında, aboneye daha cazip fırsatlar sunarak (winback uygulaması), abonenin numara taşıma talebinden vazgeçirdiği anlaşıldığından, numara taşıma talebi sonrasında işletmecilerin aboneleri ile yeni tarife teklifi sunmak amacıyla irtibata geçmesi yasaklanmıştır (Keith, 2009, s.32-33).

2. ULUSLARARASI UYGULAMALAR

1998 yılında Singapur'da uygulamaya konulan MNT uygulaması hızlı bir şekilde birçok ülke tarafından uygulamaya geçirilmiştir. Bu durum Tablo 2.1'in incelenmesinden açıkça görülmektedir. Hâlihazırda 20'nin üzerinde AB üyesi ülkenin MNT uygulamasına geçtiği anlaşılmaktadır (Shi, Zhou ve Liu, 2010, s.112).

Tablo 2.1. MNT uygulamasına ülkelerin geçiş tarihleri

Tarih	Ülke
1998	Singapur (1 Nisan 1998)
1999	İngiltere, Hollanda (1 Ocak 1999), HonKong (1 Mart 1999)
2000	İsviçre (1 Mart 2000), İspanya (1 Ekim 2000)
2001	Danimarka (1 Temmuz 2001), Avusturalya (25 Eylül 2001), Norveç (1 Kasım 2001),
2002	Almanya (1 Şubat 2002), Belçika (1 Ekim 2002), İtalya (30 Haziran 2002), Portekiz (1 Ocak 2002)
2003	Finlandiya, Fransa (30 Haziran 2003), Lüksemburg (15 Aralık 2003), İrlanda (1 Temmuz 2003)
2004	Yunanistan, Avusturya, Slovenya, Güney Kıbrıs, Polonya, Macaristan, ABD, Güney Kore, Tayvan.
2005	Estonya, Malta, Letonya
2006	Çek Cumhuriyeti, Japonya, Güney Afrika, Slovakya
2007	Kanada
2008	Brezilya
2009	Çin

Kaynak: Shi, Zhou ve Liu, 2010, s.113.

Bu kapsamda bu bölümde öncelikle AB üyesi ülkelerde MNT uygulaması, karşılaşılan sorunlar ve alınan önlemler üzerinde durulduktan sonra Hong-Kong, Pakistan ve Hindistan ile ABD'de yaşanan süreç hakkında bilgi verilecektir.

2.1. Avrupa Birliği (AB)

Hâlihazırdaki durum itibariyle Avrupa Birliği'nde (AB) tüm üye ülkelerde hem sabit hem de mobil numara taşınabilirliği uygulaması bulunmaktadır. Diğer taraftan üye ülkeler kapsamında uygulama etkinliğinin artırılması için önem verilen husus numara taşıma süresi olmuştur. Örneğin, Portekiz ve Hollanda'da bu süre, üç iş gününe, Slovakya'da beş iş gününe indirilirken, Polonya'da bu süre mobil işletmeciler için bir güne, sabit şebeke işletmeciler içinse yedi güne indirilmiştir. Ancak üye ülkeler arasında taşıma süreleri açısından halen farklılıkların olduğu görülmektedir. Söz konusu süre Malta ve İrlanda'da bir gün olurken, Yunanistan'da on iki güne kadar çıkabilmektedir. Aynı farklılıklar sabit numara taşıma işleminde de bulunmaktadır (Örneğin, Belçika'da iki, Bulgaristan, İtalya ve İsveç'te 15 gün).

AB'de yaşanan yeni bir gelişmeyi ise MNT uygulamasının kapsamının geleneksel servisler (sabit ve mobil) dışında ayrıca internet üzerinden konuşma Voice Over IP (VOIP) gibi yeni teknoloji ve hizmetleri de içerecek şekilde genişletilmesi oluşturmaktadır. Örneğin, Çek Cumhuriyeti ve Belçika gibi üye ülkelerde VOIP hizmeti içinde MNT uygulaması getirilerek, tüketici refahının artırılması hedeflenmiştir.

AB tarafından MNT uygulamasına ilişkin mevzuatın oluşturulması, sabit telefon şebekesinde numara taşınabilirliğine ilişkin mevzuatın ortaya çıkmasından sonra gerçekleşmiştir. Nitekim AB Komisyonu tarafından 1997 yılında yayımlanan 97/33/EC sayılı "Arabağlantı Direktifi"nde sabit şebekede numara taşınabilirliği

uygulamasının en geç Ocak 2003'te başlatılması öngörülmüş iken, bu direktifi değiştiren 98/61/EC sayılı İşletmeci Numara Taşınabilirliği ve Taşıyıcı Önseçimine İlişkin Direktif ile sabit numara taşınabilirliğinin başlangıç tarihi en geç Ocak 2000 olarak değiştirilmesi öngörülmüştür (Yavuz, 2005, s.6).

AB Komisyonu tarafından MNT uygulamasına ilişkin olarak ilk doğrudan mevzuat 2002/22 sayılı Evrensel Hizmet Direktifi ile MNT uygulamasının olumlu etkilerinin görülmeye başlanması üzerine tüm üye ülkelerde bir standart sağlanması hedefi doğrultusunda çıkarılmıştır. 2002/22 sayılı Evrensel Hizmet Direktifi (EC, 2002) 2003 yılının Haziran ayında (25 Haziran 2003) yürürlüğe girmiş olup, söz konusu direktifin 30 uncu maddesinde AB üyesi ülkelere sabit telefon şebekesi dâhil olmak üzere mobil telefon şebekesinde,

- a) Sabit bir noktadan coğrafi numaraların taşınması uygulaması ile
- b) Herhangi bir lokasyondan coğrafi olmayan numaraların taşınması uygulamasına

olarak tanınması talep edilmiştir. Ayrıca Evrensel Hizmet Direktifi'nin 30 (2) maddesiyle, MNT uygulamasının maliyet bazlı olması gerektiği, 30 (3) maddesinde ise belirlenecek olan geçiş ücretinin rekabetçi yapıyı bozması gerektiği belirtilmiştir.

Bu kapsamda 7 Mart 2002 tarihinde yayımlanan ve 25 Temmuz 2003 tarihinde uygulamaya giren Evrensel Hizmet Direktifinin 30 uncu maddesi "Üye ülkeler coğrafi ve coğrafi olmayan numaralara sahip tüketicilerin söz konusu numaraları sabit tutarak mobil telekomünikasyon hizmeti dâhil olmak üzere" hizmet alabilme hakkına sahip olduğunu düzenlemiştir. 2002 yılında anılan düzenlemenin tüm AB üyesi ülkelere talep edilmesinin en önemli sebebinin, MNT uygulamasına

geçtikten sonra üye ülke piyasa yapılarında rekabetçi seviye açısından görülen olumlu gelişmeler olduğu değerlendirilmektedir.

AB'de MNT uygulaması sürecinde üzerinde durulan diğer bir konuyu ise şeffaflık oluşturmaktadır. Bu konu özellikle şebeke içi ve dışı tarife uygulamalarının bulunduğu ülkelerdeki kullanıcılar için önem taşımaktadır. Tüm üye ülkelerde kullanıcıları bilgilendirmek için farklı ses tonu ve/veya mesaj uygulamaları gibi hizmetler sunulmaktadır. Ancak burada da belirli bir dengenin göz önüne alınması gerektiği ifade edilmektedir. Diğer bir deyişle kullanıcıları bilgilendirirken, uzun süreli mesaj gibi uygulamalarla uygulama etkinliğinin azaltılmamasının da dikkate alınması gerekmektedir. Örneğin, Avusturya'da numarası başka bir şebekeye taşınmış kullanıcılar aranırken verilen uzun mesajlar şikâyet konusu olmuştur (AB, 2010, s.62-63).

Evrensel Hizmet Direktifinin 40 nolu dibacesinde numara taşınabilirliğinin tüketici tercihlerinin artması ve rekabetçi piyasa yapısının oluşabilmesi açısından önemli anahtar bir araç olduğu belirtilmiştir. Bu amaçla Evrensel Hizmet Direktifi'nin 30 (2) fıkrasında MNT ücretlerinin maliyet bazlı olması gerektiğine vurgu yapılmıştır. Tablo 2.1'den görüldüğü üzere, İngiltere ve Hollanda MNT uygulamasına geçen ilk AB üyesi ülkelerdir. Bunları sırasıyla İsveç, Danimarka (2001), Belçika, İtalya, Almanya ve Portekiz gibi ülkeler izlemiştir (Buehler, Dewenter ve Haucap, 2006, s.385-399).

Sonuç olarak, AB'de MNT uygulama etkinliğinin artırılması için yapılması gereken bir takım ek düzenlemelerin bulunduğu değerlendirilmektedir. Bunların arasında özellikle önem verilen numara taşıma süresinin (tüm üye ülkelerde) bir iş gününe indirilmesi de AB Komisyonun ele aldığı konular içerisinde yer almış (AB, 2010, s.64), akabinde anılan hususa ilişkin düzenleme 2009 yılında Evrensel Hizmet Direktifinde yapılan değişiklikle (30 (4) fıkrası ile) numara

taşıma süresi mümkün olan en kısa süre içinde yapılması, kartın açılma işleminin 1 iş günü içinde tamamlanması şartı getirilmiştir.

AB ilerleme raporlarının incelenmesinden, 2010 yılı sonu itibariyle 27 AB üyesi ülkenin tamamının numara taşıma uygulamasına geçmiş olduğu görülmektedir. Bu kapsamda, bu bölümde AB üyesi ülkelerden İngiltere, Portekiz, İsveç detaylı olarak, Fransa, İrlanda ve Romanya ise özet olarak incelenecektir.

2.1.1. İngiltere

İngiltere mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasası, Vodafone ve Cell Net (O2)'in 1985 yılında hizmet vermeye başladığı, takiben iki alternatif işletmecinin T-Mobile'in 1993 ve Orange'ın 1994 yılında faaliyete geçtiği, alternatif işletmecilerin ana rakip işletmeciler karşısında piyasa payını hızlı bir şekilde artırdığı rekabetçi bir piyasadır (Mobileguru,18.04.2012). Mobil işletmecilerin abone sayılarına göre pazar payları Tablo2.2'de gösterilmiştir.

Tablo 2.2. Mobil işletmecilerin abone sayılarına göre pazar payları %, 2008 - 2010

	Vodafone	O2	T-Mobile	Orange	Hutchison3
2008 4. çeyrek	19,17	20,28	16,8	16	5,2
2009 1. çeyrek	18,72	20,42	16,70	15,85	5,8
2009 2. çeyrek	18,56	20,70	16,60	15,85	5,59
2009 3. çeyrek	18,70	20,96	16,60	16,11	5,79
2009 4. çeyrek	19,11	21,30	17,20	16,51	6,00
2010 1. çeyrek	19,02	21,36	17,20	16,44	6,26

Kaynak: Telekomünikasyon Sektörü Pazar Araştırması, internet sayfası, telecom market research, 2013.

Halihazırda İngiltere'de 5 mobil işletmeci, 90'nın üzerinde Sanal Mobil İşletmeci faaliyette bulunmaktadır (yetkilendirilmiş sanal mobil şebeke işletmeciliği internet sayfası, prepaidmvno.com, 2013). 2012 yılına gelindiğinde mobil piyasada

üçüncü ve dördüncü sanal işletmeci olarak faaliyette bulunan en tanınan firmalardan Virgin'in hizmet sunması ve pazarda 5. işletmeci olarak faaliyette bulunan Hutchison'ün anılan firmanın 3G şebekesi üzerinden hizmet sunduğu düşünüldüğünde birleşmenin önemi daha iyi anlaşılabilir (koruyucu basın yayın şirketleri internet sayfası, guardian.co.uk, 2013). Birleşme ile birlikte Everthing Everywhere olarak anılan firmanın abone sayısına ve pazar payına göre 2013 yılının ilk çeyreği itibariyle % 40'ın üzerinde olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu kapsamda İngiltere'de GSM işletmecileri arasında rekabetçi bir piyasa yapısı mevcuttur. Nitekim İngiltere MNT uygulamasının rekabetçi bir piyasanın oluşabilmesi açısından önemini 1990'ların başında fark etmiş ve MNT uygulamasını ilk uygulayan ülkelerden birisi olmuştur.

İngiliz Telekomünikasyon idaresi olan OFTEL tarafından 1996 yılında yapılan bir çalışmada, tüketicilerin MNT uygulaması olmadığı durumda % 42'sinin işletmecisini değiştirmek istediği, bu oranın MNT uygulamasının olması durumunda ise % 96 seviyesine çıkabileceği tespitine yer verilmiştir (Shi, Zhou ve Liu, 2010, s.112). MNT uygulamasının sektör açısından sağlayabileceği faydalara ilişkin olarak yapılan çalışmalar sonucunda, OfTel tarafından 1997 yılında çıkarılan Arabağlantı Düzenlemesi ile MNT uygulamasına geçileceği belirtilmiş, 1999 yılında da MNT uygulamasına geçilmiştir (Ofcom, 2006, s.6).

MNT uygulaması hayata geçirilmiş olmakla birlikte, zaman içinde MNT uygulamasının daha etkin hale getirilebilmesi için uygulama gözden geçirilmiştir. Nitekim bu kapsamda 18 Temmuz 2007 yılında taşıma süresinin kısaltılmasına karar verilmiş, işletmeciler tarafından sürenin en fazla iki gün olacak şekilde 31 Mart 2008 tarihine kadar yapılması gerektiği hususu belirtilmiştir (Ofcom, 2007, s.3). Ayrıca MNT taşıma işleminin tüketici odaklı, hızlı ve basit olması gerektiği vurgulanarak, mevcut MNT uygulamasının eski ve yeni işletmeciler arasında

büyük ölçüde tüketicinin çabasını gerektirdiği belirtilerek (Ofcom, 2007, s.5) Nisan 2007 yılında MNT süresinin en fazla iki gün olacak şekilde tüketici odaklı, hızlı ve basit olması sağlanmaya çalışılmıştır (Keith, 2009, s.32-33).

Ayrıca OFCOM tarafından yapılan inceleme sonucunda işletmecilerin abonenin numara taşıma talebinde bulunması sonrasında, aboneye daha cazip fırsatlar sunarak (*winback*), abonenin numara taşıma talebinden vazgeçirdiği anlaşıldığından (Keith, 2009, s.32-33), numara taşıma talebi sonrasında işletmecilerin aboneleri ile yeni tarife teklifi sunmak amacıyla irtibata geçmesi yasaklanmıştır.

2.1.2. Portekiz

Portekiz mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasası, 1989 yılında TMN firmasının analog teknoloji ile faaliyete geçmesi ile birlikte oluşmuştur. İki yeni GSM 900 lisansı, daha önce faaliyette bulunan TMN ile piyasaya yeni giren işletmeci olan Vodafone tarafından 1991 yılında edinilmiştir. Son lisans ise 1997 yılında GSM 1800 teknolojisi ile Optimusa verilmiştir. Aynı tarihte mevcut diğer iki işletmeci de GSM 1800 lisanslarını almışlardır (Gagnepain ve Pereira, 2006, s.2). Bu kapsamda hâlihazırda Portekiz mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasında üç mobil işletmeci bulunmaktadır. Anılan işletmeciler sırasıyla TMN, Vodafone ve Optimus'tur (Gagnepain ve Pereira, 2006, s.2).

1992 ile 1997 yılları arasında piyasa iki ana işletmeci arasında paylaşılmış iken, Optimus'un piyasaya girmesi ile birlikte rekabetçi bir piyasa oluşmaya başlamıştır (Gagnepain ve Pereira, 2006, s.2). Bu kapsamda mobil işletmecilerin abone sayılarına göre piyasa payları Tablo 2.3.'de görülmektedir.

Tablo 2.3. Mobil işletmecilerin abone sayısına göre pazar payları, 2009

	TMN	Vodafone	Optimus
Abone Sayısı	6.944.000	5.173.580	2.516.540
Pazar payı (%)	47.5	35.4	17.2

Kaynak: Mobile Phone Service Prices 2009 International Comparison, Finnish Communications Regulatory Authority (FICORA) Finlandiya Düzenleyici Kurumu, 2009, s.33

İşletmecilerin abone sayılarına göre pazar payları 2012 yılının ilk çeyreğine gelindiğinde TMT % 43,3, Vodafone % 35,8 ile Optimus'un pazar payı % 21 seviyesinde değiştiği görülmektedir. Dolayısıyla pazar yapısının giderek rekabetçi bir hal almaya başladığı anlaşılmaktadır.

Portekiz'de MNT uygulaması, 30 Haziran 2003 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu tarihten itibaren GSM işletmecileri, şebeke dışı aramalarda arayan abonelere aradığı numaranın hangi işletmeciye ait olduğunu bildiren bir uyarı bilgisi verilmektedir. 2 Eylül 2005 tarihinden itibaren ise bu uyarı, "Uyarı: Aradığınız numara ... şebekesine aittir" bilgisi şeklinde daha açık bir şekilde verilmeye başlanılmıştır (Anacom, 2013b). Bu durum taşınan numaraya aramanın daha pahalı olması durumunda uygulanmaktadır. Arayan abonenin bu uyarı mesajını duymak istememesi durumunda ise, GSM işletmecilerinin bunu engellemesi ve yeniden aktif hale getirebilmesi 2005 yılında kabul edilen mevzuat ile mümkün hale gelmiştir (Anacom, 2013b).

Diğer taraftan, taşınan numaraya doğru bir çağrı olduğunda, numaranın diğer şebekeye yönlendirildiğine dair kayıtlı bir mesajla çağrı yapan abonenin bilgilendirilmesi Portekiz'de MNT üzerinde kötü bir etki yapmış bulunmaktadır. Düzenleme ile tüketicilerin korunması hedeflenmekle beraber, bu anons sistemi onlar üzerinde caydırıcı etki de yapabilmektedir (Anacom, 2013b).

Portekiz'de diğer çoğu ülkenin aksine sabit numara taşıma sayıları artarken (Ocak ve Eylül 2009 arasında 327.457), mobil numara taşıma sayıları düşük seviyede (aynı dönem itibariyle 89.114) kalmıştır. Mobil şebekedeki bu düşük talebin nedenleri arasında şebeke içi ve şebeke dışı tarife farklılıkları, ön ödemeli servislere olan yüksek talep (bir kişinin birden fazla şebeke kullanması), operatörlerin sübvansiyonlu cep telefonu kampanyaları gibi hususlar sayılmaktadır. Abonenin numara taşıma talebi ve bu süreçte dahi, ilgili operatör abonesini kaybetmemek adına bu tür geri kazanım (win-back) taktiklerini uygulamaktadır (AB, 2010).

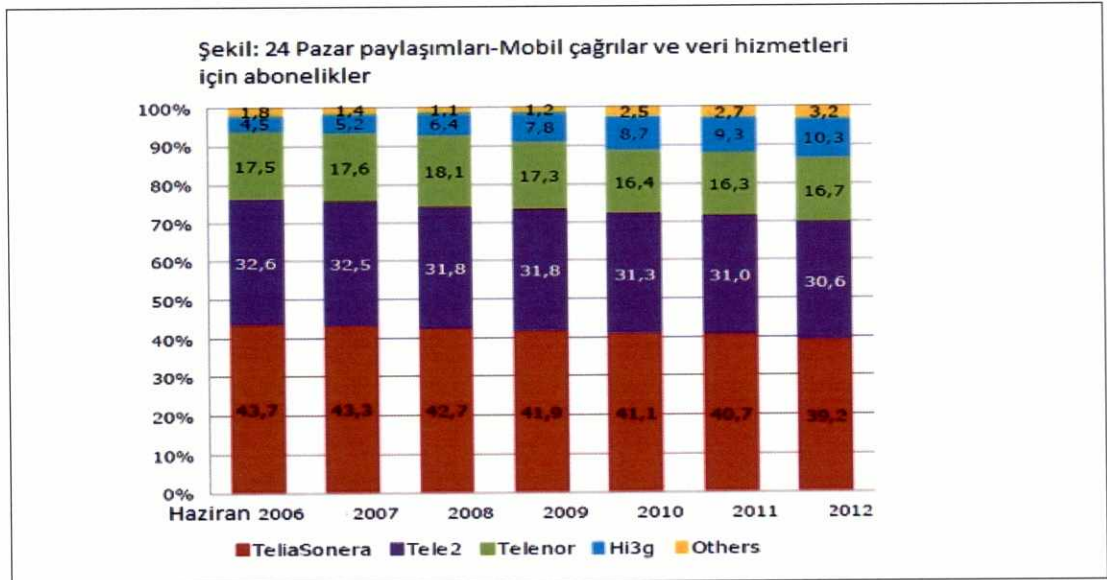
Numara taşıma süreleri önemli ölçüde indirilmiş olup, sabit hatlarda ortalama 5.1 olan bu süre, mobil hatlar için 3.7 güne kadar çekilmiştir. Mart 2008 tarihinden sonra toptan seviyede mobil hatlara uygulanan en yüksek tarife 4.01 Euro olarak belirlenmiş ve blok numaralar için daha yüksek oranda indirimler getirilmiştir. Perakende seviyede mobil hatlar için bir ücret alınmamaktadır. İlgili piyasada yaşanan en son gelişme ise yasal yükümlü (incumbent) işletmeciye düzenleyici kurum tarafından verilen cezadır. 2010 Ocak ayında verilen karara göre ilgili işletmeciye numara taşıma mevzuatında belirlenen prosedürleri ihlal ettiği gerekçesiyle 0,5 milyon Euro'luk bir cezai işlem uygulanmıştır (AB, 2010).

2.1.3. İsveç

İsveç mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasası 1992 yılında TeliaSonera, Tele2 ve Europolitan işletmelerinin GSM lisansı almalarıyla oluşmuştur. İsveç'te faaliyette bulunan yerleşik sabit telekomünikasyon işletmeci Telia aynı zamanda mobil sektörde de faaliyette bulunan en büyük işletmeci TeliaSonera'nın da sahibidir. Piyasada dört işletmeci bulunmakla birlikte, piyasa paylarına bakıldığında üç işletmeli bir yapıda görülen İsveç mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasası, düzenleyici kurum (PTS) tarafından oligopolistik olarak

tanımlanmıştır (Kuzey Avrupa Ülkeleri Düzenleyici Kurumları, 2012, s.7). Ancak piyasanın bu yapısı Djice (2003) ve Hi3G (2003) işletmecilerin piyasaya girmesi ile birlikte değişmiştir. Mobil işletmecilerin piyasa payları Şekil 2.1'de görülmektedir.

Şekil 2.1. Mobil işletmecilerin abone sayılarına göre piyasa payları (2006-2012)

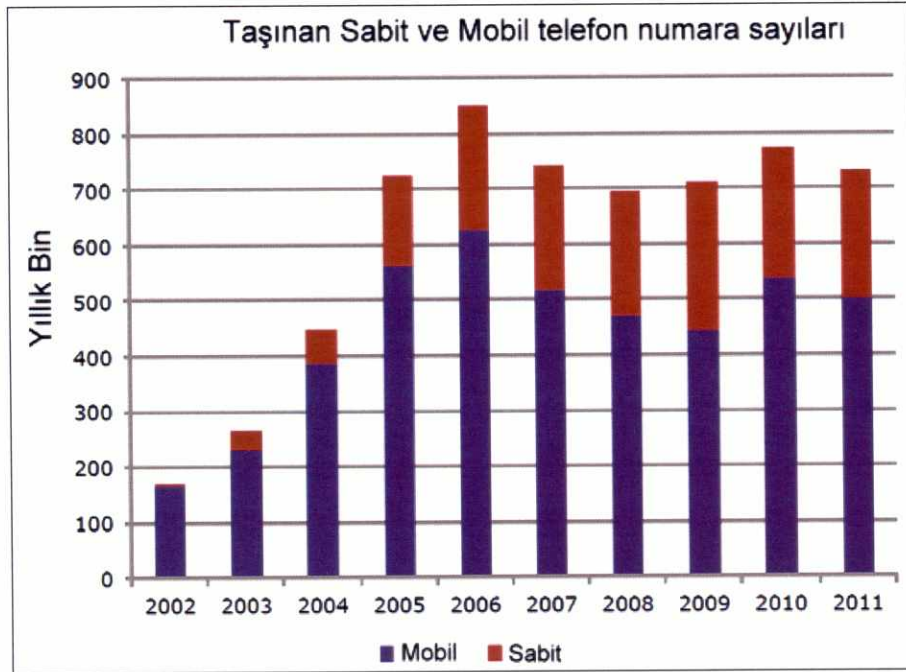


Kaynak: İsveç Posta ve Telekom Düzenleyici Kurumu PTS, 2012a s.49.

Piyasaya daha sonradan giren Hi3G işletmecisinin piyasa payı her yıl düzenli olarak artış göstermiştir. 2007 yılında %5,2 olan bu oran, 2009 yılında %7,8 seviyesine yükselmiş, 2012 yılında ise bu oran %10,3 seviyesine yükselmiştir. Bununla birlikte piyasaya sonradan giren bu işletmecilerin piyasa paylarındaki bu artış sadece piyasa payı en büyük işletmeciden edinilen aboneler ile olmamış, mevcut diğer işletmecilerin de piyasa paylarında azalma görülmüştür. İsveç mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasının rekabetçi yapıya doğru gitmesindeki etkenlerden birisinin de MNT uygulaması olduğu düşünülmektedir.

Bu kapsamda İsveç'te MNT uygulaması incelenecek olursa, MNT uygulamasının İsveç'te 2001 yılının sonlarına doğru başladığı, 2001 ve 2006 yılları arasında ise MNT uygulamasından yararlanan tüketici sayısının hızlı bir şekilde artış gösterdiği, bu oranın 2007 ve 2008 yılları arasında düşüş eğilimine girdiği anlaşılmaktadır (Srinuan ve Bohlin, 2009, s.6).

Şekil 2.2. Taşınan Sabit ve Mobil Telefon Numara Sayıları



Kaynak. İsveç Posta ve Telekom Düzenleyici Kurumu PTS, 2012a, s.19.

Tablo 2.4'de 2001 ve 2008 yılları arasında MNT uygulamasından yararlanan abone sayıları yer almaktadır.

Tablo 2.4. İsveç'te 2001 ve 2008 yılları arasında MNT uygulamasından yararlanan abone sayıları

Yıl	Yıllık Numara Taşıma Sayısı	Abone sayısı	Taşıma Oranı (%)
2001	41.053	7.178.000	0,57
2002	167.069	7.949.000	2,1
2003	231.999	8.801.000	2,64
2004	389.123	8.785.000	4,43
2005	565.075	9.104.000	6,21
2006	628.792	9.607.000	6,55
2007	519.410	10.117.000	5,13
2008	473.045	10.421.000	4,54
Ortalama			4,02

Kaynak: Güngör ve Evren, 2010, s.20

2002 yılından 2012 yılına kadar MNT hizmeti kapsamında taşınan numara sayısı 4.5 milyon seviyesine ulaştığı anlaşılmaktadır. Toplam mobil abone sayısına göre, taşınan numara sayısı %4,4 seviyesinde olduğu anlaşılmaktadır (İsveç Düzenleyici Kurumu PTS, 2012, s. 23).

2.1.4. Diğer AB ülkelerindeki uygulamalar

2.1.4.1. Fransa

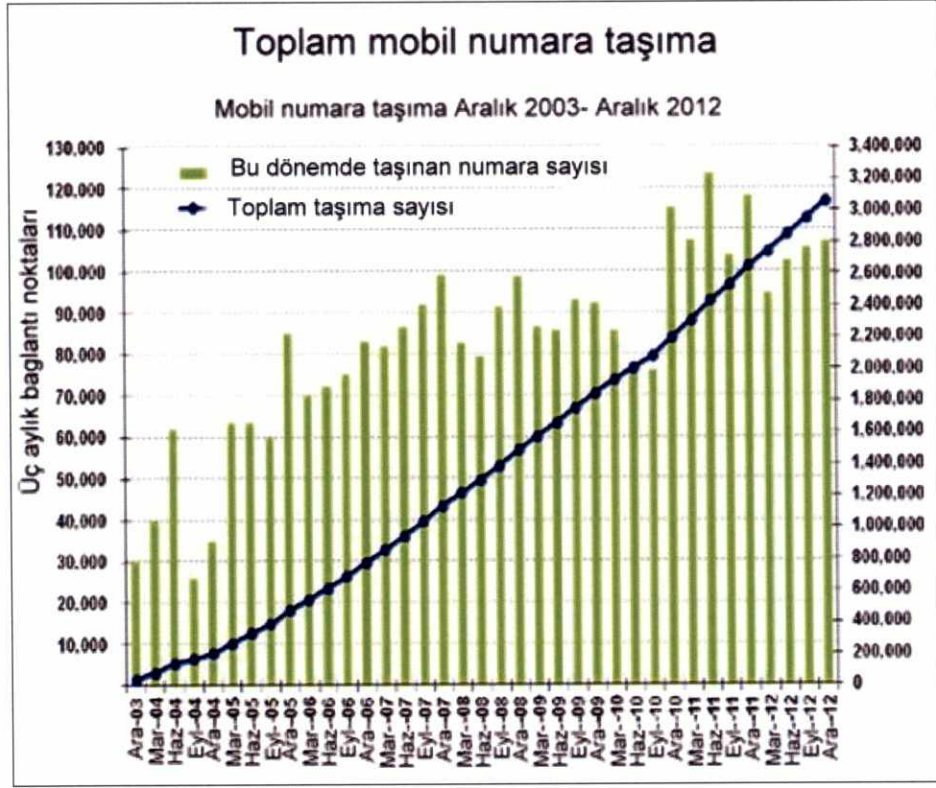
Fransa'da ortalama mobil numara taşıma süresi Ekim 2009 itibariyle yedi gün olurken (AB, 2010, s.191), bu süre 2011 yılı itibariyle ortalama 3 gün olarak gerçekleşmiştir (Cullen-international.com,14.03.2013). Mesken kullanıcıları için numara taşıma ücretsizken, ticari müşteriler için belirli bir ücret tahsil edilmektedir. Diğer taraftan, toptan seviyede mobil numara taşıma ücretsiz olup, sabit şebekede bu ücret 7.53 Euro olarak tespit edilmiştir.

Mobil numara taşıma sayısı ise tüm ülke çapında (deniz aşırı bölgeler hariç) ve yine Ekim 2009 itibarıyla 4 milyon (4.410.500) seviyesini aşmış bulunmaktadır. Bu oran toplam yüzdenin yaklaşık yüzde 7,6'sına tekabül etmektedir. Mobil numara taşıma prosedürü 2007 yılında başlatılan ve tek durak işlem (one-stop-shop) olanağı sağlayan düzenlemeden sonra basitleştirilmiş ve bu da tüketici talebini artırıcı bir sonuç getirmiştir (AB, 2010).

2.1.4.2. İrlanda

İrlanda'da MNT uygulaması 2003 yılının Temmuz ayında başlamıştır (Comreg, 2013, s.8.). İrlanda'da Ocak ve Eylül 2009 tarihleri arasında yaklaşık 265.000 mobil numara taşıması gerçekleştirilirken bu sayı sabit şebekede yaklaşık 32.000 düzeyinde kalmıştır. Numara taşıma için geçen sürenin uzun olması bunun en büyük gerekçelerinden birisi olarak gösterilmektedir. Zira sabit şebekede numara taşıma süresi ortalama 9 günü bulurken, mobil şebekede bu süre ortalamada 4,1 güne inmektedir. 2003 yılından 2012 yılına kadar geçen süre içinde taşınan mobil numara sayısına aşağıdaki tablo da yer verilmektedir.

Şekil 2.3. Toplam Mobil Numara Taşıma



Kaynak: İrlanda Düzenleyici Kurumu Comreg, 2013, s.60

Şeklin incelenmesinden görüleceği üzere 2012'nin Aralık ayına kadar taşınan mobil numara sayısı 3.060.000 olmuştur.

Düzenleyici Kurum (Comreg) Ocak 2009 tarihinde yayımladığı bir düzenlemeyle sabit ve mobil taşıma işlemlerinde uygulanacak toptan tarifelerle ilgili maksimum ücretleri belirlemiştir. Bu yeni düzenlemeyle toptan seviyede mobil numara taşınmasına ilişkin tarifelerde yaklaşık % 90'a varan düşüşler olmuştur. İlgili karara göre mobil operatörler söz konusu ücreti en fazla 2.05 Euro olarak belirleyebileceklerdir (AB, 2010). Yapılan söz konusu düzenleme ile birlikte taşınan MNT sayısı incelendiğinde, 2012 Mart ayı itibariyle son bir yıl içerisinde

her bir çeyrekte 102,491 abone sayısı ile MNT sayısının arttığı görülmektedir (Comreg, 2013, s.60).

2.1.4.2. Romanya

Romanya'da numara taşıma uygulamasına 21 Ekim 2008 tarihinde geçilmiştir. 2009 Ekim ayına kadar geçen sürede 144 bin numara taşınmış, bunların % 68'ini mobil numaralar oluşturmuştur.

2012 yılının Ağustos ayına gelindiğinde taşınan numara sayısı 800.000'i geçmiştir. Bunun 553.154'ü mobil numara iken, 260.428'i sabit numara olarak gerçekleşmiştir. Düzenleyici kurum istatistiklerine göre numarasını değiştiren kullanıcıların yaklaşık %75'i faturalı hat abonesidir (Anacom, 12.04.2013c).

Romanya'da numara taşımada perakende düzeyde bir ücret uygulaması bulunmazken, toptan seviyedeki tarifeler mobilde 11 Euro, sabitte ise 13 Euro'yu bulmaktadır. Alıcı operatörlerin ödemek zorunda olduğu bu ücretlerin yüksekliği konusunda, yine işletmecilerce çeşitli şikâyetler yapılmaktadır. Ayrıca, uygulamada numara taşıma süresi ortalama olarak 8.5 günü bulmaktadır (AB, 2010).

Düzenleyici Kurumun verilerine göre 2011 yılının Eylül ayından 2012 yılının ilk alt ayına kadar geçen dönem içinde numara taşıma işlemi 1 iş günü içinde yapılmıştır. İdari süreler ise 3 iş günü içinde tamamlanmıştır (Anacom, 12.04.2013c).

2.2. Asya

Numara taşınabilirliği (MNT) yaklaşık olarak 60 kadar ülkede uygulanmakta olup, bunların arasında birçok gelişmiş Asya ülkesi de yer almaktadır (Keynote Capitals, 2009). MNT, 2000'li yılların başında Avrupa'nın çoğu ülkesi ve ABD'de başlatılmış olmakla birlikte, Singapur 1997 tarihiyle bu uygulamanın ilk başlatıldığı ülkeler arasında yer almaktadır (Buehler, Dewenter ve Haucap, 2005). Güney Asya bölgesinde ise ilk uygulama 2006 yılında Pakistan tarafından başlatılmış, müteakiben Hindistan'da 2009 yılında uygulamaya geçmiştir (Keynote Capitals, 2009).

MNT, daha ziyade belirli doygunluğa (maturity) ulaşmış gelişmiş ülkelerdeki piyasalarda uygulanmış olmakla birlikte, gelişmekte olan ve yeni gelişen (emerging) ülkelerin de birçoğu bu uygulamayı kendi piyasalarında başlatmış, diğerleri de bu hususta geçiş çalışmalarını sürdürmektedir (Keynote Capitals, 2009). Ancak, özellikle Güney Asya'daki mobil telefon kullanıcı profili, diğer gelişmiş ülkelerdeki tüketicilerden bazı açılardan farklılık göstermektedir. Bunların arasında en önemlisi ise, söz konusu ülkelerdeki kullanıcıların göreceli olarak düşük gelir grubunda yer alması ve dolayısıyla fazla telefon kullanım gücüne (düşük harcama düzeyi) sahip olmamasıdır (Zainudeen et al, 2008). Bu tip kullanıcılar mobil telefon harcamalarını en aza indirebilmek için birden fazla SIM kartı kullanarak, daha çok şebeke içi görüşme yapma yoluna gitmektedir. Aile ve arkadaş grubu şebekeleri oluşturan tarife paketleri de, bu grup içinde konuşmaları daha da ucuzlattığı için, giderek artan bir oranda tercih edilmektedir (Lirneasia, 2008). Diğer taraftan, toplam abone kitlesinde az bir orana sahip olan kullanım profili yüksek müşteri grubu ise tarifinin ucuz olmasından ziyade yüksek hizmet kalitesi beklemektedir. Söz konusu grup aynı zamanda, uzun süredir aynı numarayı kullanma ve bu numarayı belirli amaçlarla kullanma (ör. basılı kartların üzerindeki numara) alışkanlığına sahip olup, MNT bu kitle için

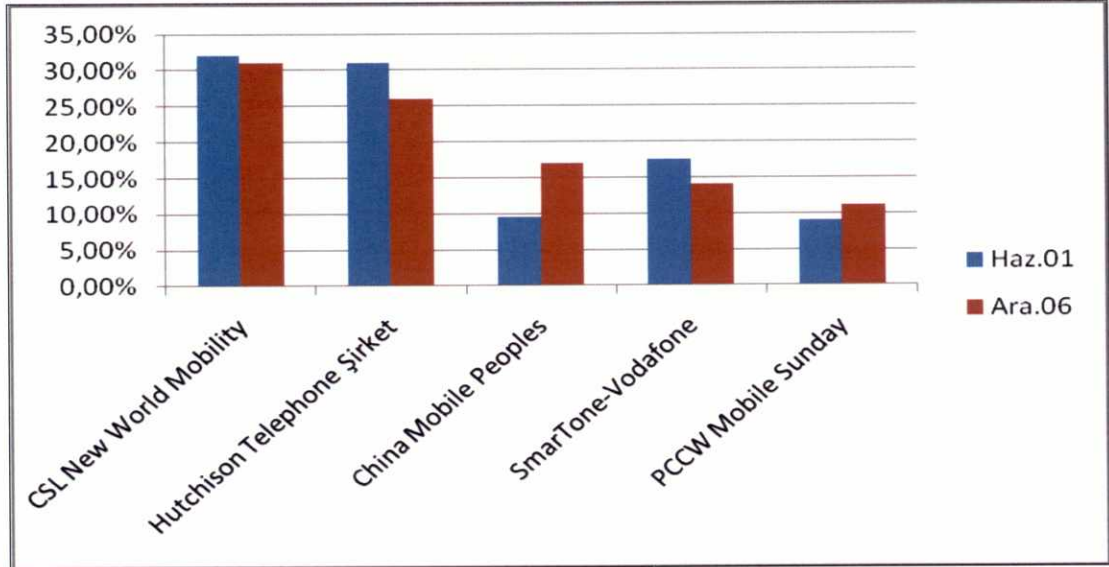
daha fazla anlam ifade etmektedir. Ancak, MNT'nin piyasadaki rekabet seviyesini artırması ve dolayısıyla işletmecilerin tarifelerinde belirli oranlarda indirime sebep olmasının da tüm kullanıcılara fayda sağlayacağı unutulmamalıdır.

Bu kapsamda Asya ülkelerinden Hong Kong, Pakistan ve Hindistan'da (başarısız bir örnek olarak) MNT'nin uygulanabilirliği ve getirdiği etki ve fayda gibi hususlar incelenecektir.

2.2.1. Hong Kong

Hong Kong mobil telekomünikasyon piyasası 1987 yılında 3 analog lisansın verilmesi ile oluşmuştur. 1992 yılında Smartone, 1996 yılında 6 yeni GSM lisansının verilmesi ile toplamda 11 işletmecinin faaliyete geçtiği bir piyasadır. Ancak yıllar içinde birleşme ve devralmalar ile mevcut durum itibariyle 6 mobil işletmeci faaliyet göstermektedir. İşletmecilerin 2006 yılı itibariyle piyasa payları Şekil 2.2.'de görülmektedir.

Şekil 2.4. Abone Pazar Payları (2001-2006)



Kaynak: İsrail Haberleşme ve Maliye Bakanlığı (Ministry of Communications and Ministry of Finance) Mobile Virtual Network Operators (MVNOS) in Israel, 2007, s.64

Hong-Kong dünyada MNT uygulamasına geçen üçüncü ülkedir (Levin, 2006, s.7). MNT uygulamasına 1999 yılında geçilmiştir (Siu, 2007). İşletmeci sayısının çok sayıda olması, tüketicilerin numaralarını değiştirmeden işletmeciler arasında geçiş yapabilmesi olanağı nedeni ile işletmeciler arasından geçişler hızlanmıştır. Nitekim MNT uygulamasına geçildikten sonra tüketicilerin %85'i, MNT uygulamasından yararlanarak işletmecilerini değiştirmişlerdir (Levin, 2006, s.7). 2006 yılında 9.444.140 mobil abone sayısı ile penetrasyon oranı %135 seviyesinde olup (Levin, 2006, s.7), abone sayısı hızlı bir şekilde artmaya devam etmektedir. İki büyük mobil işletmeci, CSL ve Hutchison piyasanın lider konumunda olmasına rağmen rekabetçi piyasa yapısı gelişmektedir. Alternatif işletmeciler piyasa payını artırmaya devam etmektedirler.

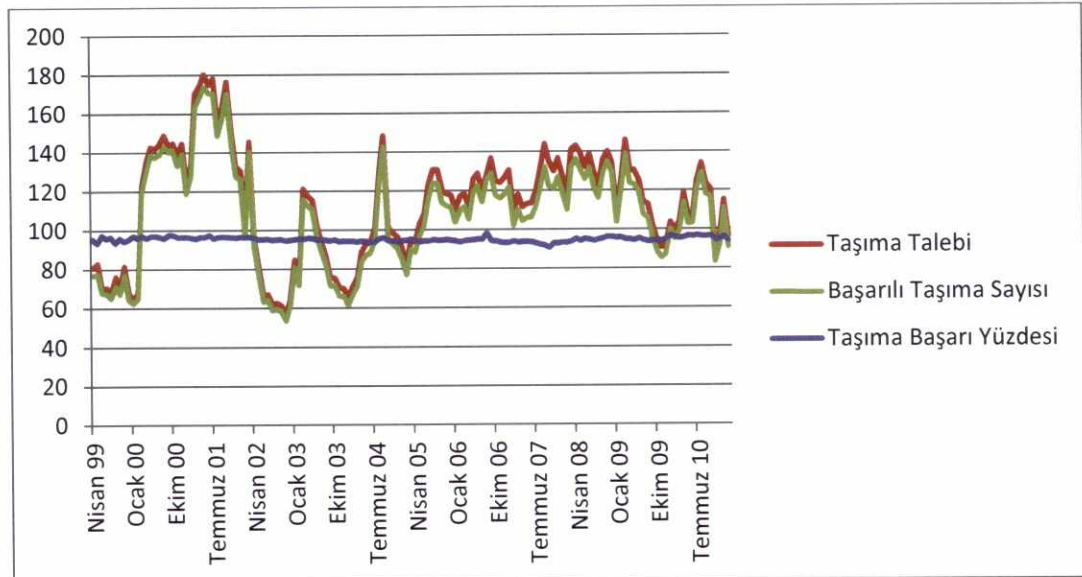
Hong Kong'da numara taşıma süresi 1 ila 2 gün arasında değişmektedir. Ayrıca bu ülkede MNT uygulaması başladığı dönemde, dört yeni operatör piyasaya

girmiş ve bu da artan rekabetle birlikte, yüksek numara taşıma sayılarını getirmiştir (Keynote Capitals, 2009, s.2).

MNT uygulamasına geçilmesi ile birlikte tarifeler hızlı bir şekilde düşmüş, işletmeciler cep telefonu kampanyaları ile aboneleri şebekelerine geçirmek amacıyla kampanyalar düzenlemeye başlamışlar, bu ise rekabetçi yapının daha da gelişmesine neden olmuştur. İşletmeci değiştirme oranı üç kat artarak, %25 oranından % 66 oranına yükselmiştir (Rakesh, B, 2009, s.20) .

Şekil 2.3'de görüleceği üzere Hong Kong'ta işletmeci değişikliği MNT uygulamasının başlamasını takip eden ilk iki yıl çok hızlı bir şekilde artmıştır. 2000 ile 2007 yılları arasında ortalama işletmeci değişikliği ayda 115.000 yılda 1,38 milyon seviyesinde gerçekleşmiştir.

Şekil 2.5. Hong Kong'ta numara taşınabilirliği rakamları ve taşıma yüzdesi değişimi



Kaynak: Hibbard Consulting, 2008.

2.2.2. Pakistan

Pakistan mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasında gelişmelerin anlaşılabilmesi için üç ana dönem içinde konunun incelenmesi gerekir. Bu dönemler mobil telekomünikasyon lisanslarının verildiği 1990'lı yıllar, 1996 yılında telekomünikasyon yasasının çıkarıldığı, düzenleyici kurumun kurulduğu mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasının oluşmaya başladığı dönem ile 2004 yılında hükümetin mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasının rekabetçi bir yapıya kavuşturulacağını ilan ettiği ve buna yönelik adımların atılmaya başlanıldığı dönem şeklinde özetlenebilir (Gao, P. ve Rafiq, A., 2009, s.8). Bu kapsamda Pakistan mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasının gelişimi şu şekilde gerçekleşmiştir:

- 1990 yılında ilk mobil telekomünikasyon lisansları (1G) Instaphone and Paktel'e verildi,
- 1992 yılına gelindiğinde Maliye Bakanının kontrolünde olan ve o zamanki cumhurbaşkanının damadı tarafından yönetilen Mobilink'e GSM lisansı verilerek üçüncü işletmeci piyasaya girdi,
- Piyasaya geç girmesine rağmen sahip olduğu teknolojik avantaj ile Mobilink 1 yıl içinde piyasanın %24'ünü rakip işletmecilerden alarak hızlı bir şekilde abone sayısını yükseltti,
- 2000 yılının sonunda sabit telekomünikasyon ana işletmecisi olan PTCL'in iştiraki olarak Ufone'ya GSM lisansı verilerek dördüncü işletmeci piyasaya girdi,
- Paktel, 2004 yılında GSM lisansı ile hizmet vermeye başladı,
- 2004 yılının başlaması ile birlikte hükümetin rekabetçi bir mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasına sahip olma istediği, Arap sermayesi olan Al-Warid of the United Arab Emirates ile Norveç

işletmecisi olan Telenor 2006 yılında yeni iki GSM lisansı alarak piyasaya girmelerine neden oldu,

- Al-Warid and Telenor hızlı bir şekilde mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasında abone kazanmaya başladı ve abone sayısını sırasıyla %14 ve %11 yükseltirken, Paktel ve Instaphone hızlı bir şekilde abone kaybederek abone sayısı %3 ve %1 seviyesine kadar düşürdü,
- 2007 yılına gelindiğinde Çin firması olan Cin Mobile 460 milyon dolara Paktel'i satın alarak piyasaya Zong firması markası ile girdi,
- Zong firmasının hızlı bir şekilde alt yapı yatırımı yapması, işletmenin Instaphone aksine piyasada kalmasına ve abone sayısını artırmasına neden oldu (Gao, P. ve Rafiq, A., 2009, s.11-13).

Mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasında faaliyet gösteren işletmecilerin 2009 ve 2010 yıllarında sahip olduğu abone sayısı Tablo 2.5'de gösterilmiştir.

Tablo 2.5. Pakistan'da mobil abone sayısı

	Mobilink	Ufone	Zong	Telenor	Warid	Toplam
2009-10	32.202.548	19.549.100	6.704.288	23.798.221	16.931.687	99.185.844
Temmuz 2010	32.264.625	20.087.449	7.018.055	23.786.402	17.039.238	100.195.769
Ağustos 2010	31.777.445	20.182.449	7.249.813	23.743.680	17.085.379	100.038.766
Eylül 2010	31.444.099	20.236.451	7.453.034	23.836.209	17.164.955	100.134.748

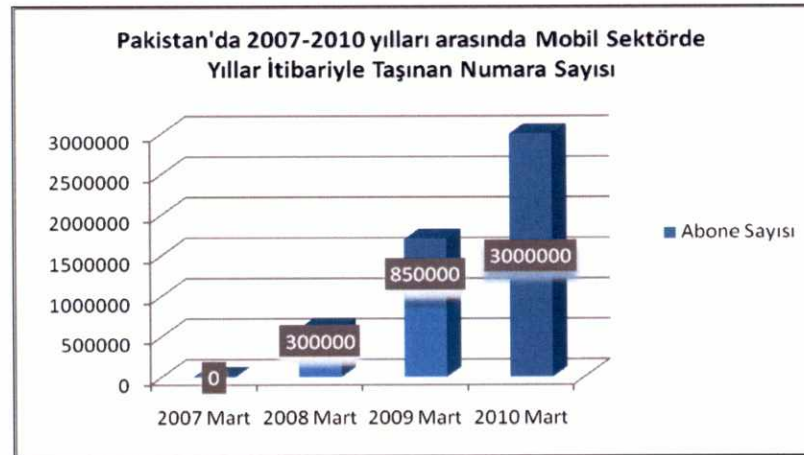
Kaynak : PTA, 2010.

Mobil piyasasında söz konu gelişmeler olurken MNT uygulamasında nasıl düzenlemelerin olduğu, özellikle MNT uygulamasının rekabetçi bir piyasa

yapısının oluşmasına katkı sağlamadığı hususunun incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Pakistan'da MNT uygulamaya geçiş hazırlıkları 2004 yılında başlatılmış ve numara taşıma işlemlerine tam olarak 2007 tarihi itibarıyla geçilmiştir (Iqbal, 2008, s.18). Şekil 2.4.'de 2007 ve 2010 yılları arasında mobil sektörde numarası taşınan abone sayılarına yer verilmiştir.

Şekil 2.6. Pakistan'da 2007-2010 yılları arasında mobil sektörde taşınan numara sayısı



Kaynak: Asya Bölgesel Bilgi ve İletişim Tekn. İnt. Sayfası, 2010a.

MNT uygulamasının başlaması için piyasaya daha sonra giren işletmeciler ve düzenleyici kurumun çabaları etkili olmuş ve diğer tarafta eski (pazara ilk giren) operatörler ise uygulamanın başlangıcını geciktirici eylemlerde bulunmuşlardır (Iqbal, 2008, s.18).

Mobil numara taşınabilirliği uygulamasının özellikle 2009 yılı ile birlikte etkin olarak kullanılmaya başlanıldığı anlaşılmaktadır. Bu durumun birçok nedeni bulunmakla birlikte, örneğin ön ödemeli abonelerin numara taşıma talepleri ücretsiz gerçekleştirilirken, faturalı abonelerden başlangıçta 1.18 ABD \$

alınması öngörülmesi, bunun MNT uygulamasına talebi yavaşlattığının görülmesi üzerine söz konu ücret çok cüzi bir seviyeye neredeyse ücretsiz bir seviyeye düşürülmüştür (Iqbal, 2008, s.19-20).

Pakistan'da MNT uygulamasının ilerleyen dönemlerde başarılı olmaya başlamasının bir nedeni de tüketicilerin söz konu uygulamadan gün geçtikçe daha büyük ölçüde haberdar olmalarıdır. Nitekim mobil işletmecilerce yapılan çalışmalara göre tüm kullanıcılardan ancak yüzde 6 ila 7 si arasında bir grup MNT uygulamasından haberdar iken, düzenleyici kurumun MNT uygulamasını kamuoyuna duyurulması için özellikle piyasa payı büyük işletmecilerin MNT uygulamasının hayata geçmesini istememeleri nedeni ile operatörleri zorlamaması ve operatörlerin de (özellikle belirli bir piyasa payına sahip olanlar) kendi inisiyatifleri dâhilinde uygulamayla ilgili reklam yapmaktan kaçınmaları, söz konusu düşük bilgilendirme seviyesini ortaya çıkarmıştır (Iqbal, 2008, s.19-20).

Ancak, bu düşük sayılara rağmen, operatörlere göre MNT sayesinde ilgili piyasada rekabet seviyesi artmış ve işletmeciler başta şebeke kapsama alanları ve hizmet kalitesi olmak üzere birçok hususta iyileştirmelere gitmişlerdir. Bunun bir kanıtı olarak ise düzenleyici kuruma yapılan hizmet kalitesi şikâyetlerinde belirgin bir düşüşün olması gösterilmektedir (PTA, 2008). Altı operatörün olduğu pazarda uzun vadede MNT'nin de katkısıyla rekabet seviyesinin daha da artacağı ön görülmektedir.

2.2.3. Hindistan

2008 yılı itibariyle yaklaşık 3.288 trilyon ABD \$ lık yurt içi gayri safi milli hâsılayla (IMF, 2009) Güney Asya bölgesinin en büyük ekonomisine sahip Hindistan'da MNT uygulamasına geçiş, ilk olarak 2006 yılında gündeme gelmiştir. Bu tarihte

Hindistan Telekom Otoritesi (TRAI), uygulamaya geçiş için bir program hazırlamış fakat 2009 yılı itibariyle MNT'ye fiili olarak başlanmıştır. Düzenleyici kurum tarafından ilk aşamada uygulamaya geçiş tarihi olarak 2007 yılı ilk yarısı gösterilmiş, ancak bu program ve geçiş tarihi Hindistan Telekomünikasyon Departmanı (DOT) tarafından veto edilmiştir. Daha sonra bu tarih 2008 yılı ortasına çekilmiş, en son olarak da 2009 yılı sonu hedeflenmiştir. Hali hazırdaki durum itibariyle MNT uygulamasının 2010 yılı ortalarında başlatılması öngörülmüştür (Telecom Talk, 2009).

Uygulama planında ülke ilk olarak iki bölgeye ayrılmış (Bölge 1: Kuzey ve batı, Bölge 2: Güney ve doğu Hindistan) ve uygulamanın metropoliten bölgelerde başlaması, müteakiben kırsal kesime geçilmesi hedeflenmiştir. MNT uygulamasının bu plan dâhilinde başlatılamamasının gerekçeleri olarak ise DOT'un ulusal numaralandırma planında gerekli değişiklikleri yapmakta geç kalması (Philip, 2008) ve operatörlerin bu konuda gerekli hazırlıkları yapmaması gösterilmektedir (Cellular-news, 2009). Bu gecikmeler neticesinde, uygulamaya kademeli geçiş planından vazgeçilmiş ve uygulamanın ülke çapında aynı zamanda başlatılması kararlaştırılmıştır.

TRAI'nın MNT ile ilgili hazırladığı usul ve esaslara göre, mobil telefon abonelerinin numaralarını taşıma hakkını elde edebilmeleri için, bir operatöre en az üç aylık bir süre abone olmaları gerekmektedir. MNT'den yararlanan abonenin, diğer taşıma talebini yapabilmesi için de yine bir üç aylık dönemin geçmesi koşulu getirilmiştir. Söz konusu uygulamanın hem avantaj hem de dezavantajları bulunmaktadır. Bunlar arasında dezavantaj olarak tüketici tercihlerinin kısıtlanması, şirketler açısından ise –bir nevi avantaj olarak- sürekli geçiş yapmayı zorlaştırması ve geçiş maliyetlerinin azaltılması sayılmaktadır (MediaNama, 2009). Numara taşıma süresi en fazla dört gün olarak belirlenmiş ve hafta sonları bu sürenin dışarısında bırakılmıştır.

Daha önce de değinildiği gibi, MNT uygulaması abone değiştirme oranlarını (churn rates) artırması ve operatörlerin yeni ürün ve servis farklılaştırmasıyla rekabet seviyesini yükseltmesi gibi hususlar nedeniyle tercih edilmektedir. TRAI, yüzde 3-4 oranında olan ön ödemeli abone geçiş oranlarının, MNT sonrası yüzde 8-10 seviyelerine çıkacağını ön görmekte olup, bu da yasal yükümlü (incumbent) işletmecinin daha fazla rekabetçi baskı altına girmesi anlamına gelecektir. Hindistan GSM piyasasında rekabet seviyesi oldukça yüksek olmasına rağmen, özellikle nüfus yoğunluğunun yüksek olduğu bölgelerde penetrasyon oranının artmasıyla azalan rekabetin canlandırılabilmesi açısından, MNT uygulamasına ihtiyaç duyulduğu değerlendirilmektedir (Keynote Capitals Research, 2009).

TRAI, aynı zamanda MNT ile birlikte ilgili piyasadaki tarifelerin düşeceği ve fiyata dayalı rekabetin de artacağını ön görmektedir (Keynote Capitals, 2009). Tüm bu hususlara paralel olarak, düzenleyici kurum tarafından MNT uygulamasının piyasaya daha sonra giren beş yeni operatörün rekabet edebilirlik seviyesini de artıracığı vurgusu yapılmaktadır. Sonuç itibarıyla, yaklaşık 500 milyonluk bir abone kitlesine sahip olan ve bu kategoride sadece Çin'in gerisinde kalan ülkede MNT'nin başlatılmasının faydalı olacağı ve abone sayılarını daha da artırarak, pazarın daha da büyümesine hizmet edeceği ifade edilebilecektir.

MNT uygulamasının etkinliği için gerekli koşulların, Pakistan'da olduğu gibi bu ülkede de bulunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Zira 1,18 milyara yaklaşan ülke nüfusuyla, mobil telefon pazarının MNT uygulaması için gerekli minimum pazar büyüklüğünün (defalarca kat) çok üzerinde olduğu görülmektedir. TRAI'nin 2010 yılı verilerine göre penetrasyon oranının halen yüzde kırklarda (% 40,31) olduğu da göz önüne alınırsa, orta ve uzun vadede piyasanın büyüme potansiyeli de bulunmaktadır. İlgili piyasada mobil operatörler arasında önemli oranda rekabet bulunmakta ve 2003'den 2007 yılına kadar olan

süreçte market konsantrasyon oranlarının düşmesi de buna bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Hindistan Telekom Düzenleme Kurumu, Trai Resmi İnternet Sayfası). Diğer taraftan kullanıcı başına ortalama gelir (Average Revenue Per User ARPU) oranlarının da düşüklüğü, örneğin ön ödemeli kategoride yaklaşık 2-3 ABD \$ (Pluggdin, 2007), operatörlerin çok düşük marjlarla çalıştığını göstermektedir.

Düzenleyici kısımda rol oynayan TRAI ise göreceli olarak yeni kurulmuş olması (1997 yılında) ve DOT (ilgili bakanlık)'un yetkisinin belirli alanlarda düzenleyici kurumun hem yetki hem de bağımsızlık düzeyini kısıtlaması gibi sebeplerden ötürü yeterince etkinlik gösterememektedir. Yine de TRAI kuruluşundan bu yana mobil telefon piyasasında rekabet seviyesinin artırılması için çeşitli düzenlemeleri gerçekleştirmektedir. İlgili piyasada bu iki aktörün yanı sıra, Hindistan Mobil Operatörler Birliği (COAI) ve Birleşik Telekom Hizmet Sunucuları (AUSPI) da düzenleme çalışmalarında etkili olmaktadır. Örneğin, 2006 yılında COAI, MNT uygulamasına fazla maliyet getireceği ve bunun da son kullanıcı tarifelerini yükselteceği gerekçesiyle karşı çıkmış ve bu da uygulamayı erteleyici bir sonuç getirmiştir (Das Gupta, 2006).

Ancak, ilgili piyasada yapılan anketler o dönemde abonelerin yaklaşık yüzde otuzunun, kendilerine uygun alternatif sağlanırsa başka operatörlere geçebileceğini göstermiş ve pazardaki diğer gelişmelerde MNT uygulamasını 2007 yılında tekrar gündeme getirmiştir. Bu dönemde de MNT uygulamasına karşı çıkan operatörler, henüz ülke kapsama alanlarının yetersiz olduğu ve bu durumda önceliklerin farklı olduğu iddiasında bulunmuşlardır. Söz konusu uygulamanın biran önce başlaması taraftarı olan aktörler ise, MNT'nin kullanıcı tercihlerini artırarak, piyasa dinamiklerine olumlu bir etkide bulunacağını vurgulamaktadır. Diğer taraftan, bu uygulamanın faydalı olup olmayacağından çok, düzenleyici kurumca MNT'nin yanı sıra lokasyon (coğrafi) bazlı numara

taşınabilirliğinin de gündeme getirilmesini savunanlar bulunmaktadır (MediaNama, 2009). Bu kapsamda, ülkede kırsal kesimden kentsel alanlara göçün artması gibi nedenlerden ötürü, coğrafi (bazlı) numara taşınabilirliğinin (örneğin, Delhi'deki bir operatöre ait mobil numaranın Chennai bölgesindeki bir operatör tarafından kullanılabilmesi), MNT'nin yanı sıra hizmete geçirilmesinin uygulama etkinliğini daha da artıracığı değerlendirilmektedir.

MNT uygulamasının son kullanıcı tarifeleri üzerinde de olumlu bir etki getireceği düşünülmekle birlikte, operatörlerin zaten düşük ARPU seviyelerinde ve marjlarla çalışması gibi nedenlerden ötürü, çok büyük oranlarda gerçekleşmeyeceği de vurgulanmaktadır.¹

Konuya bu açıdan bakıldığında, zaten düşük kullanım ve harcama profiline sahip ön ödemeli abone kitlesinin MNT'ye olan talebinin düşük seviyede kalacağı ve asıl hedef kitlenin sonradan ödemeli kullanıcı grubu olması gerektiği de belirtilmektedir. Bu noktada, operatörlerin abone sayılarını artırmaları açısından tarife rekabetinin yanı sıra hizmet kalitesi ve kapsama alanı gibi kriterler de önem kazanmaktadır (Kar, 2009). Tablo 2.6 ve Tablo 2.7'de MNT uygulaması ve numara taşıma hususunda yapılan bir çalışmadan elde edilen sonuçlar verilmektedir.

¹ Nokia (2008) tarafından yapılan bir çalışmada Hindistan'daki mobil konuşma ücretlerinin dünyadaki en ucuz tarifeler arasında yer aldığı ifade edilmiştir. Bu çerçevede operatörlerin konuşma ücretlerini indirme marjlarının da göreceli olarak az olduğu değerlendirilmektedir.

Tablo 2.6. Kullanıcıların operatör değiştirme istekleri

Abonelik Türü	MNT olmadan	MNT sonrası
Ön ödemeli	17	17
Sonradan ödemeli	14	19

Kaynak: Nielsen, Mobile Consumer Insights, 1 inci çeyrek 2009.

Tablo 2.7. Kullanıcıların operatör değiştirme istekleri

Harcama profili	MNT olmadan	MNT sonrası
Düşük	17	17
Orta	17	17
Yüksek	16	20

Kaynak: Nielsen, Mobile Consumer Insights, 1 inci çeyrek 2009.

Söz konusu tablolardan da görüleceği üzere, MNT uygulamasına olacak talebin daha çok sonradan ödemeli ve daha yüksek harcama profiline sahip abone kitlesinden geleceği anlaşılmaktadır. Bu nedenle, yukarıda da değinildiği gibi, operatörler 'daha değerli' bu abone kitlesini çekebilmek adına yeni stratejilere yönelmek zorunda kalacaklardır. Diğer taraftan, kısa vadede olmasa bile, ülkenin makroekonomik büyüme hızı ve pazarın büyüme potansiyeli göz önüne alındığında, MNT uygulamasının bulunduğu bir pazarın daha dinamik ve rekabetçi özelliklere sahip olacağını da söylemek yanlış olmayacaktır.

Hindistan'da MNT uygulaması uzun süren çalışmaların ardından 20.01.2011 tarihinde fiilen başlamış olup, Şubat 2011- Ocak 2012 arası dönemde toplam mobil numara taşıma sayısı 19 milyondur (taşıma oranı % 3.66). Ocak 2013 tarihi itibariyle toplam mobil abone sayısı 660 milyon civarındadır. Mobil abonelerin yaklaşık % 96 sı faturasız hattı tercih etmiş olup, söz konusu

aboneler giderek daha ucuz fiyatlar ile işletmeci değişikliği yapabilir hale gelmişlerdir (W. Bruce Allen, 2012).

2.3. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)

1996 sayılı Telekom Yasası ile ABD'de tüm telekom işletmecilerinin mobil işletmeciler dâhil olmak üzere 2003 yılına kadar taşıma işlemine başlaması için yasal düzenleme yapılmıştır (Hal J. Singer, 2013, s.1).

Anılan düzenlemeye paralel olarak mobil numara taşıma Amerika Birleşik Devletlerinde² (ABD) Kasım 2003 tarihinde 100 metropol şehrinde de başlatılmış ve 2004 Mayıs ayında ise tüm ülkeyi kapsayacak şekilde genişletilmiştir. MNT'nin uygulamaya geçirilmesiyle kullanıcılara daha düşük fiyat, daha fazla alternatif ve aynı zamanda daha yüksek kaliteli hizmet alma olanağı getirilmesi hedeflenmiştir. Burada ayrıca vurgulanan husus kullanıcıların bu avantajlardan değiştirme maliyetlerine katlanmadan yararlanmalarının sağlanacak olmasıdır. Bu değerlendirmeler kapsamında, MNT uygulamasından ilk yılda yaklaşık 30 milyon abonenin faydalanacağı düşünülmüş ancak, talep 7,8 milyon civarında gerçekleşmiştir (FCC, 2005, s. 98-170). Diğer taraftan küçük mobil operatörlerin abone kazancı istenilen seviyede gerçekleşmemiş ve en büyük beş operatör bu uygulama sonucu numarasını değiştiren aboneleri kazanmışlardır (Wireless News, 2005, s,1). Uygulamada istenilen ölçüde başarı sağlanamasa da, ilgili piyasada abone değiştirme maliyetlerini azaltması ve rekabet seviyesinin artması hasebiyle uzun dönem etkisinin daha olumlu olacağı düşünülmektedir. Zira, MNT uygulaması ABD telekomünikasyon düzenleyici otoritesi olan FCC'nin uzun çabaları sonucu hayata geçirilmiştir. İlk olarak 1995 yılında lokal telefon şebekesinde başlatılan uygulama daha sonra tüm ülke kapsamında sabit operatörler arasında 1998 yılında başlatılmış ve son olarak mobil numara taşıma

² Mobil Numara Taşıma, ABD ve Kanada da daha ziyade wireless number portability olarak adlandırılmaktadır.

sürecinin de tamamlanmasıyla, kullanıcılara tüm şebekelerden numara taşıma imkânı getirilmiş bulunmaktadır.

Shin ve Kim (2007) tarafından yapılan çalışmada ABD'de MNT uygulamasının kullanıcılar üzerine etkileri incelenmiş ve bir takım sonuçlara ulaşılmıştır. Söz konusu çalışmada numara taşımadan yararlanan ve numarasını taşımayan şekilde ikili bir gruptandırma yapılmış ve numarasını taşıyan grubun daha fazla görüşme yaptığı ve daha çok telefon hizmetinden (servisinden) faydalandığı görülmüştür. Diğer bir deyişle daha aktif kullanıcı kitlesinin MNT uygulamasından daha fazla faydalandığı tespiti yapılmıştır. Bu çerçevede, çalışmada üzerinde durulan konulardan birini kullanıcıların (tüketicilerin) bilgilendirilmesinin önemi oluşturmuştur. Hem MNT uygulaması hem de ilgili piyasada tüketicileri ilgilendiren tarife, hizmet kalitesi gibi hususlarda kullanıcıların bilgilendirilmesi bu açıdan fayda sağlayacaktır.

ABD de MNT uygulaması dünyadaki en başarılı düzenlemelerden biri olarak gösterilebilir. Bunun en önemli sebebinin ise MNT uygulaması için 2008 yılında işletmecilerde değişikliğinin ortalama 2 saat içinde gerçekleşmesi gösterilirken, aynı tarihte MNT için gerekli sürenin İngiltere'de iki gün, Almanya da beş gün, İtalya'da ise 20 gün gerekmesidir (Hal J. Singer, 2013,s.1).

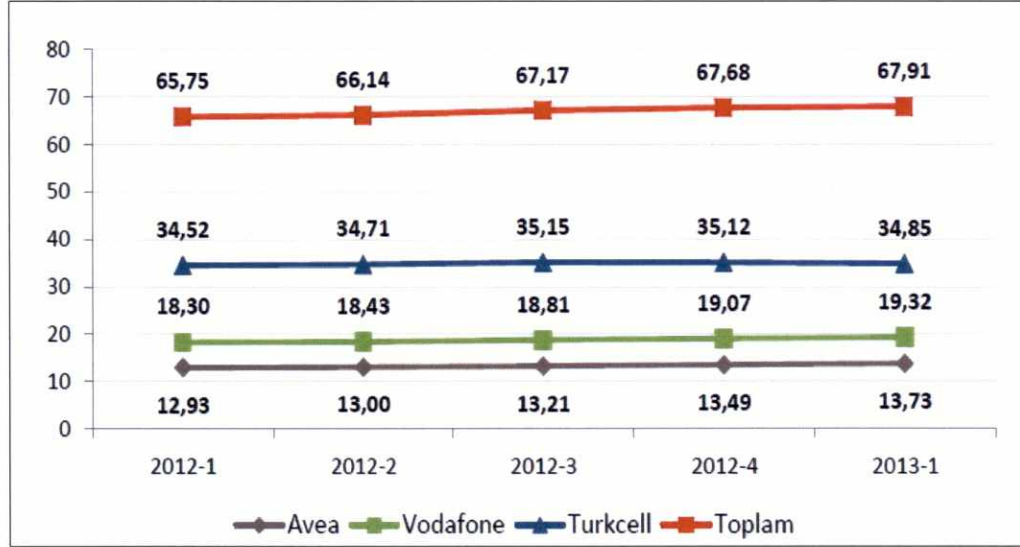
ABD uygulamasının dünyanın en başarılı uygulamalardan biri olarak gösterilmesinin diğer bir sebebi ise taşıma işlemi için işletmeciye ödenmesi gereken ücret 2010 yılında ABD'de 1 doların altında iken, aynı işlem için AB'de ödenecek ücret maksimum 33,2 Euro seviyesine kadar çıkmasıdır (Hal J. Singer, 2013, s.2).

3. TÜRKİYE'DE MOBİL SEKTÖR VE NUMARA TAŞINABİLİRLİĞİ SÜRECİ

3.1. Mobil Telekomünikasyon Hizmetleri

Türkiye'de mobil elektronik haberleşme hizmetleri, ilk olarak 1994 yılında iki mobil işletmeci Turkcell ve Telsim tarafından sunulmaya başlanmıştır. 2000 yılında ise Aria ve Aycell'in yetkilendirmeleriyle birlikte ikili oyun dönemi sona ermiş ve dördü bir rekabet başlamıştır. Ancak, o dönemde gerek iki alternatif GSM işletmesinin piyasaya geç girmeleri, gerekse pazara yeni girişi kolaylaştıracak numara taşınabilirliği ve ulusal dolaşım gibi düzenlemelerin eksikliği pazardaki rekabetin tam anlamıyla oluşmamasına sebep olmuş ve pazara yeni giren işletmecilerin yerleşik işletmeciler ile etkin bir şekilde rekabet edememesi 2004 yılında Aria ve Aycell birleşmesine neden olmuştur. Böylece Aria ve Aycell'in Avea markası altında birleşmesi ile üç işletmecinin yer aldığı mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasası oluşmuştur (Atiyas vd., 2009, s.20). Numara taşınabilirliği uygulamasının başladığı 2008 yılı sonu itibariyle İşletmecilerin toplam abone sayısı 65,8 milyon iken, 2010 yılı sonu itibariyle bu sayı 61,76 milyon'a, 2011 yılı birinci çeyrek sonunda 61,72 milyon'a düşmüştür. Şekil 3.1'in incelenmesinde de görüldüğü üzere, toplam mobil abone sayısı 2012 yılı sonu itibariyle 67,68 milyona yükselmiş olup, bunun 35,12 milyon adedi Turkcell abonesi, 19,070 milyonu Vodafone abonesi ve 13,49 milyonu ise Avea abonesidir. 2013 yılı birinci çeyrek abone sayılarına bakıldığında, toplam abone sayısının 67,91 milyon olduğu görülmektedir. Bunlardan 34,85 milyonu Turkcell abonesi, 19,32 milyonu Vodafone abonesi ve 13,73 milyonu ise Avea abonesidir.

Şekil 3.1. Mobil İşletmeci Bazında Toplam Abone Sayıları, Milyon



Kaynak. BTKb, 2013,s.44.

Mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasındaki en önemli gelişmelerden birisi ise 24 Mayıs 2006 tarihinde Telsim Telekomünikasyon A.Ş.'nin, Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. ticari unvanıyla Vodafone Grubu bünyesine dâhil olmasıdır. Bu son gelişme ile birlikte mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasında faaliyet gösteren işletmeciler Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. (Turkcell), Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. (Vodafone) Avea İletişim Hizmetleri A.Ş. (Avea)'dir. Aşağıda söz konusu işletmeciler hakkında kısa bilgi verilecektir.

3.1.1. Mobil işletmeciler

3.1.1.1. Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. (Turkcell)

Turkcell, Şubat 1994 yılından itibaren Türkiye'de GSM temelli mobil iletişim hizmeti sunan ilk GSM operatörüdür. 27 Nisan 1998'de T.C. Ulaştırma Bakanlığı

ile 25 yıllık GSM lisans anlaşması imzalayan Turkcell, halen Türkiye'nin en çok aboneye sahip operatörü olarak hizmet vermeye devam etmektedir.

Faaliyette bulunduğu dokuz ülkenin beşinde pazar lideri olan Turkcell, bölgesel bir liderdir. Hisseleri 11 Temmuz 2000'de İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) ve New York Stock Exchange'de (NYSE) eşzamanlı olarak işlem görmeye başlayan Turkcell, NYSE'ye kota olan ilk ve tek Türk şirketi unvanına sahiptir.

Turkcell'in yurt dışında da yatırımları bulunmaktadır. Azerbaycan, Kazakistan, Moldova ve Gürcistan gibi halen büyümekte olan pazarlardaki mobil operasyonlarına, % 41,45'ine sahip olduğu Fintur aracılığıyla iştirak etmektedir. 1999 yılında hizmete giren % 100 Turkcell iştiraki KKTCell ise Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Telekomünikasyon Dairesi ile gelir paylaşımı anlaşması çerçevesinde faaliyet göstermektedir.

Turkcell'in Ukrayna'da % 55 hissesine sahip olduğu Astelit Şirketi (ife:) markası Şubat 2005'de GSM hizmetleri vermeye başlamıştır. Belarus'ta Turkcell, BeST'in hisselerinin % 80'ini Belarus Cumhuriyet Devlet Varlık Komitesi'nden 2008'de satın almıştır.

Turkcell'in tamamına sahip olduğu Almanya'daki iştiraki Turkcell Europe ise 2011 yılında faaliyetlerine başlamıştır. Turkcell, 2010 yılında imzaladığı toptan trafik alım sözleşmesi ile 2011 yılının ilk çeyreğinde Almanya'da mobil sanal operatörlük hizmeti sunarak operasyonlarını dokuz ülkeye yaymıştır (Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. İnternet Sitesi, 2013).

Turkcell, Türkiye mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasında 2012 yılı sonu itibarıyla 35,12 milyon aboneye, 2013 yılı birinci çeyrek sonunda ise 34,85 milyon abonesi bulunmaktadır (BTKa, s.44).

3.1.1.2. Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. (Vodafone)

GSM sektöründe hizmet sunmak amacıyla 1994 yılında faaliyete geçen Telsim, 24 Mayıs 2006 tarihinde Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. ticari unvanıyla Vodafone Grubu bünyesine dâhil olmuştur. Vodafone, İngiltere’de kurulan ilk GSM operatörü olarak 1 Ocak 1985 tarihinde İngiltere’nin ilk mobil görüşmesini yapmıştır. Şebekenin adı, cep telefonları üzerinden ses ve veri servislerinin sunulmasını simgelemek amacıyla Vodafone olarak seçilmiştir. Vodafone, İngiltere’nin Türkiye’deki en büyük yatırımına imza atarak 24 Mayıs 2006 tarihinde Türkiye’de faaliyet göstermeye başlamıştır. Vodafone, 1 Ocak 2007 tarihinde çift marka (Telsim - Vodafone) uygulamasını başlatmış, 1 Nisan 2007 tarihinden itibaren ise sadece Vodafone markasıyla hizmet vermeye başlamıştır. Vodafone Grubu’nun bünyesinde yer alan Vodafone Türkiye, Türkiye’nin 2’nci büyük mobil iletişim şirkettir (Vodafone İletişim Hizmetleri A.Ş. İnternet Sitesi, 2013).

Vodafone’nun 2012 yılı sonu itibariyle Türkiye mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasasındaki toplam abone sayısı 19,070 milyondur. 2013 ilk çeyrek sonu itibariyle ise Vodafone’nun abone sayısı 19,32 milyondur. (BTKa, s.44).

3.1.1.3. Avea İletişim Hizmetleri A.Ş. (Avea)

TT&TİM İletişim Hizmetleri A.Ş., Türk Telekom’un GSM Operatörü Aycell’in, % 51 İş Bankası Grubu ve % 49 TİM ortaklığı ile kurulmuş olan İş-TİM ile birleşmesi sonucu, 19 Şubat 2004 tarihinde resmen kurulmuştur. Birleşmeden sonra Aria ve Aycell markalarının TT&TİM çatısı altında devam ettiği kısa bir süreç yaşanmıştır. 23 Haziran 2004 tarihi itibariyle ise birleşmeden doğan sinerjinin ifade edildiği yepyeni “Avea” markası, bu iki markayı temsilen piyasaya

sunulmuştur. 15 Ekim 2004 tarihi itibariyle “TT&TİM İletişim Hizmetleri A.Ş” ticari unvanı “Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.” olarak değişmiştir.

GSM sektörünün en genç ve alternatif operatörü olan Avea, Türkiye GSM pazarına ciddi bir rekabet ortamı getirmiştir. Türk Telekom'un % 55 oranındaki hissesinin özelleştirme süreci Kasım 2005 itibariyle tamamlanmış, özelleştirme sonunda, Oger Telecom Türk Telekom'un % 55 hissesine sahip olmuştur. Türk Telekom'un Avea'daki hisse oranı % 81,37'dir. Avea'nın geri kalan % 18,63 hissesi İş Bankası'na aittir (Avea İletişim Hizmetleri A.Ş. İnternet Sitesi, 2013).

2004 yılındaki Aria ve Aycell'in birleşmesi sonucu GSM 1800 operatörü olan kurulan Avea, 2012 sonu itibarıyla 13,49 milyon aboneye sahiptir. 2013 ilk çeyrek sonu itibariyle Avea'nın abone sayısı 13,73 milyon olarak görülmektedir (BTKa, s.44).

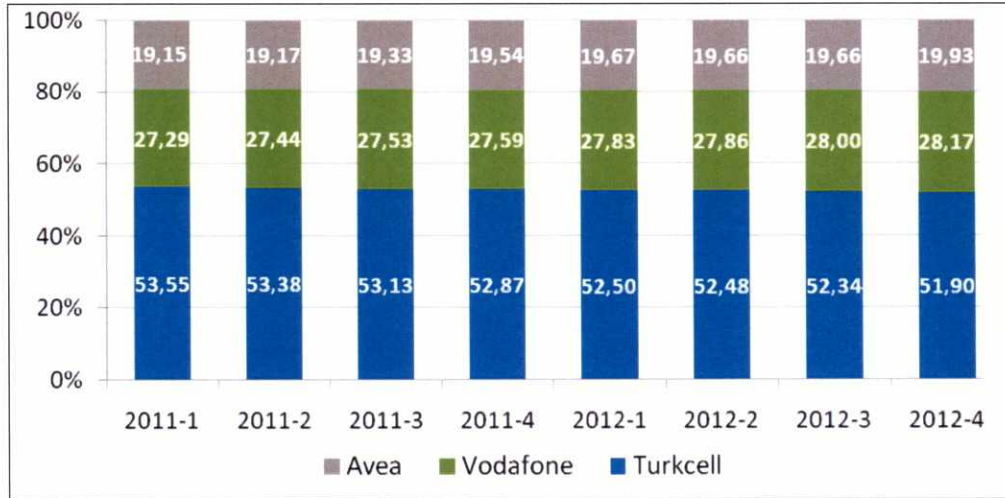
3.1.2. İşletmecilerin pazar payları

3.1.2.1. Abone sayılarına göre pazar payları

2012 yılı sonu itibariyle toplam mobil abone sayısı 67,68 milyon olup, bunun 35,12 milyon adedi Turkcell abonesidir (BTKb, s.35). Şekil 3.2.'de işletmecilerin abone sayısına göre pazar paylarına yer verilmektedir. Şekil'den görüleceği üzere Turkcell'in piyasa payı % 51.9 seviyesinde olup, diğer iki mobil işletmecinin ise piyasa payları toplamı % 48,1 seviyesindedir. 2010 yılı sonu itibariye bu rakamlar, Turkcell'in pazar payı % 54 iken, diğer iki mobil işletmecinin pazar payları % 46 seviyesinde olup, iki yıllık süreç içerisinde özellikle MNT nedeniyle Turkcell'in pazar payında düşme yaşandığı görülmektedir. Dönemler itibariyle Turkcell'in abone sayısına göre pazardaki payı azalmakla

birlikte %50'nin üzerinde seyretmekte, Turkcell'i % 28.17'lik pazar payı ile Vodafone ve %19.93'lük pazar payı ile Avea izlemektedir.

Şekil 3.2.Mobil işletmecilerin abone sayısına göre pazar payları

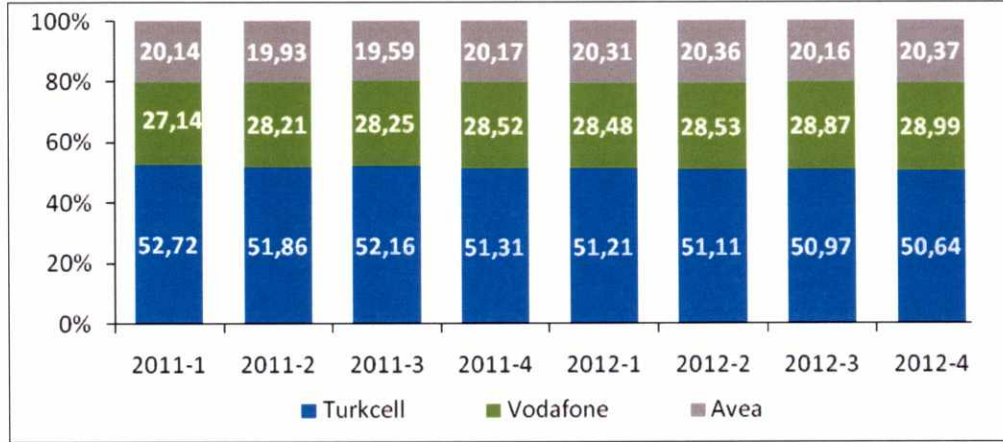


Kaynak: BTK a, 2013, s.41.

3.1.2.2. Net satışlara göre işletmecilerin pazar payları

İşletmecilerin elde ettikleri net satış gelirlerine göre pazar paylarına Şekil 3.3.'de yer verilmektedir. Söz konusu veriler ışığında, 2011 yılında Turkcell'in gelire göre tespit edilen pazar payının abone sayısına göre pazar payından daha yüksek olduğu görülmekte iken, 2012 yılı sonu itibariyle bu durumun değişme eğiliminde olduğu görülmektedir. Ancak, her ne kadar Turkcell'in gelire göre pazar payı azalmış olsa da, hala yaklaşık % 50,64'lük pazar payı ile rakiplerinin çok önünde yer almakta, Vodafone ve Avea'nın gelire göre pazar payları ise artış eğilimi göstermektedir.

Şekil 3.3. Mobil işletmecilerin gelire göre pazar payları

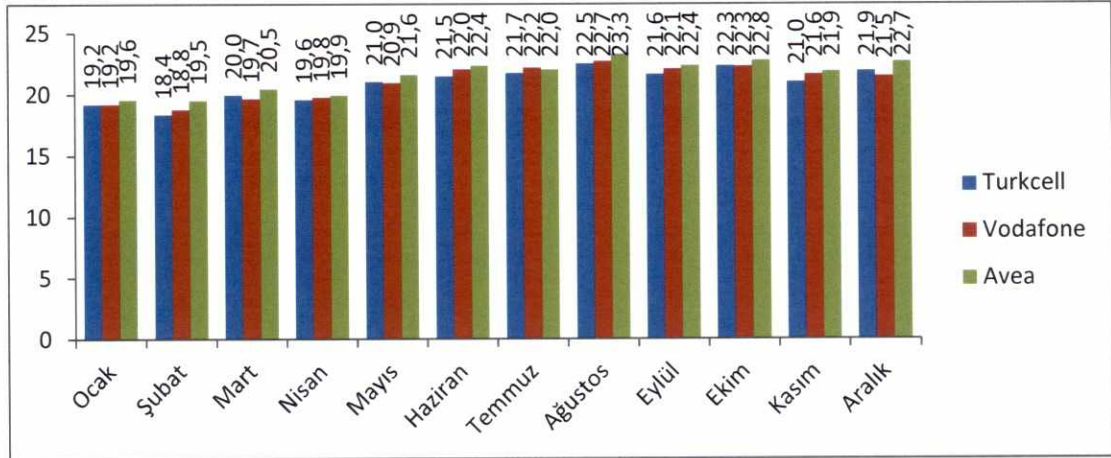


Kaynak: BTKa, 2013, s.51.

3.1.2.3. Kullanıcı başına ortalama gelir (ARPU) seviyesi

İşletmecilerin kullanıcı başına aylık ortalama gelir seviyeleri (ARPU), Şekil 3.4'te detaylı olarak gösterilmektedir. Abone başına elde edilen aylık gelir anlamına gelen ARPU değeri, mobil hizmetlerin fiyatları ve kullanım seviyelerinin en belirgin fonksiyonlarından biridir. Buna göre Türkiye'de hizmet veren mobil işletmecilerinin 2012 yılı için aylık periyotlardaki ARPU rakamlarına bakıldığında 2012 yılı Aralık ayı itibariyle Turkcell için abone başına aylık gelir 21,9 TL, Vodafone için 21,5 TL, Avea için ise 22,7 TL'dir. 2012 yılı Ocak ayı itibariyle bakıldığında ise, Turkcell için abone başına aylık gelir 19,2 TL, Vodafone için yine 19,2 TL, Avea için ise 19,6 TL'dir. Bu kapsamda işletmecilerin hepsinin kullanıcı başına elde ettiği gelirleri artmış iken, bu artışın Avea'da daha yüksek olduğu görülmektedir.

Şekil 3.4. İşletmecilerin kullanıcı başına aylık ortalama gelirleri- 2012 (ARPU)



Kaynak: BTKa, 2013, s.53.

3.2. Numara Taşınabilirliği Uygulaması

3.2.1. Mevzuat ve MNT uygulamasının hayata geçirilmesi

Türkiye’de telekomünikasyon sektörüne yönelik esasları düzenleyen temel kanun 21 Şubat 1924 tarihinde yürürlüğe giren 406 sayılı Telefon ve Telgraf Kanunu’dur. Söz konusu kanun uyarınca, 1994 yılının ikinci yarısına kadar telekomünikasyon ve posta hizmetleri Posta Telgraf ve Telefon İşletmesi Genel Müdürlüğü (PTT) tarafından sağlanmıştır. Telsiz haberleşmesine ilişkin hizmetler ise 7 Nisan 1983 tarihinde yürürlüğe giren 2813 sayılı “Telsiz Kanunu” uyarınca kurulmuş olan Telsiz Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmüştür.

Telekomünikasyon sektöründeki en önemli yapısal değişiklik ise, 29 Ocak 2000 tarihli 4502 sayılı Kanunla gerçekleştirilmiştir. Söz konusu kanun ile sektörde politika belirleme, düzenleme yapma ve işletmecilik fonksiyonları birbirinden ayrılmıştır. Bu çerçevede, telekomünikasyon sektörüne yönelik düzenlemeleri

yapmak üzere idari ve mali özerkliği haiz Telekomünikasyon Kurumu¹ kurulmuştur (Kandemir, 2002, s.165).

Ülkemizde numara taşınabilirliği hem kanun hükümlerinde hem de ikincil düzenlemelerde bahsi geçen bir husustur. Numara taşınabilirliğinin mevzuatımızda ilk yer alışı 2000 yılında 406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu'nun 2. maddesinde yapılan değişiklikle olmuştur. Bu maddede TK'nın vereceği lisanslarda yer verilecek hususlar arasında "Numaralandırma ve numara taşınabilirliğine ilişkin hükümler" de sayılmaktadır. Kanunda ayrıca, bu hükümlerin uygulama esaslarını gösterir yönetmelikler çıkarılacağı da belirtilmiştir. Ayrıca Telekomünikasyon Kurumu'nun görevlerinin sayıldığı 2813 sayılı Kanunun 7.nci maddesinde "...Kurum tüketici menfaatlerinin korunması için de gerekli tedbirleri alır" ifadesi tüketici haklarının korunması konusunda TK'ya genel bir görev ve yetki vermektedir. Uluslararası kuruluşlarca tüketicilerin temel haklarından biri olarak görülen numara taşınabilirliği düzenlemesinin de bu kapsamda olduğu (Şahin, 2005, s.109), dolayısıyla anılan hükmün de TK'ya bu alanda düzenleme yapabilme olanağını verdiği düşünülmektedir.

TK tarafından hazırlanan ikincil mevzuat olan ve 2003 yılında yürürlüğe giren Erişim ve Arabağlantı Yönetmeliği'nin 12. maddesinde "*Kurum, işletmecilere, kullanıcıların işletmecilerini değiştirmeleri halinde kendilerine tahsis edilmiş olan numaraları muhafaza edebilmelerini temin etme yükümlülüğü getirebilir*" ibaresi yer almıştır. Yine aynı yönetmelikte, numara taşınabilirliği uygulaması sırasında işletmecilerin birbirlerine sağladıkları hizmetler olan

- İşletim destek sistemlerini de içerecek şekilde ilgili yazılım sistemlerine erişim

¹ 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanununun yürürlüğe girmesi ile Telekomünikasyon Kurumu'nun isimi Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu olarak değişmiştir.

- Numara dönüşümüne veya eşdeğer işlevselliğe sahip sistemlere erişim hususları “erişimin kapsamı” içerisinde değerlendirilmiştir.

Ülkemizdeki numaralandırmaya ilişkin konuları kapsayacak şekilde hazırlanan ve 2004 yılında yürürlüğe giren Numaralandırma Yönetmeliği'nin “Numara Taşınabilirliği” başlıklı 26. maddesinde, *“İşletmeci, Kurumun numara taşınabilirliği konusunda yapacağı düzenlemelere uyar. Buna göre işletmeci, kendisine tahsis edilen numaralar için Kurum düzenlemelerine uygun olarak numara taşınabilirliği sağlamakla yükümlüdür”* hükmü yer almıştır.

Numara taşınabilirliğinin doğrudan muhatabı olan GSM işletmecilerinin TK ile imzaladıkları imtiyaz sözleşmeleri incelendiğinde, Turkcell ve Vodafone'nun sözleşmelerinde doğrudan numara taşınabilirliğine ilişkin hükümler bulunmamakla beraber, sözleşmelerde yer alan “Ulusal Numaralama Plânı” başlıklı maddede *“İşletmecinin Sözleşme ile kuracağı GSM şebekesi ulusal numaralama plânının bir parçası olup, bu plânın gereklerine tümü ile uymak zorundadır. Arama, aranma, numara düzeneği, özel servislere erişim ve benzeri hususlarda Kurumun güncellediği ve işletmecilere bildirdiği ulusal numaralama plânının koyduğu hükümler aynen uygulanacaktır”* hükmünün yer aldığı görülmektedir. Avea ile imzalanan imtiyaz sözleşmesinde ise yukarıdaki ifadeye ilaveten *“Numaranın taşınabilirliği, Kurum tarafından çıkarılacak yönetmelikle belirlenecektir”* ibaresi yer almıştır.

Kurum tarafından 406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu'ndaki uygulama esaslarını düzenleme çalışmaları kapsamına numara taşınabilirliği hususunda da yönetmelik hazırlanması için 2005 yılında çalışmalara başlanılmış ve iki yıl içerisinde söz konusu uygulamanın hukuki alt yapısı oluşturulmuştur. Bu çalışmalar neticesinde bu konuya özgü olarak çıkarılan Numara Taşınabilirliği

Yönetmeliği (Yönetmelik) 01.02.2007 tarih ve 26421 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Güngör ve Tözer, 2009, s.25).

Yönetmelikte numara taşınabilirliği "*abonelerin numarasını değiştirmeden hizmet aldığı işletmeciyi, bulunduğu fiziksel konumu ve/veya aldığı hizmetin türünü değiştirebilmesi*" şeklinde ifade edilmektedir. İşletmeci numara taşınabilirliği kapsamında hem sabit işletmeciler hem de mobil işletmeciler yer almaktadır. Bu çalışmanın konusunu mobil numara taşınabilirliği oluşturduğundan sabit hatlarda numara taşınabilirliği konusuna değinilmemiştir.

Yönetmelik mobil numara taşınabilirliği ve sabit numara taşınabilirliği için uygulamaya geçiş tarihlerini de belirlemiştir. Uygulamalar için geçiş tarihi olarak Merkezi Referans Veri Tabanının (MRVT) kurulmasını esas almıştır. MRVT numaraların taşınması sırasında işletmeciler arasında bilgi alışverişinde kullanılan ortak bir referans veri tabanıdır. Merkezi referans veri tabanında taşınmış numaralar, bu numaralara ilişkin yönlendirme ve işletmeci bilgileri tutulmaktadır.

01.05.2008 tarihinde ise Numara Taşınabilirliği Yönetmeliği'ni ve düzenlemesini detaylı bir şekilde açıklayan "Numara Taşınabilirliği Uygulama Sürecine İlişkin Usul ve Esaslar" yayımlanmıştır. Numara Taşınabilirliği Uygulama Sürecine İlişkin Usul ve Esaslar kapsamında Numara Taşınabilirliği Sistemi olarak da adlandırılan MRVT'nin kurulması için hazırlanan MRVT teknik şartnamesi 24.08.2007 tarih 2007/İK-08/484 sayılı BTK Kurul Kararı ile onaylanmıştır. Sistem kurulumu, gönüllü iki işletmeci (Avea ve Vodafone) tarafından finanse edilmiş ve kurulum Gantek/Telcordia tarafından gerçekleştirilmiştir.

MRVT Sistemi, 09.05.2008 tarihinde BTK tarafından kabul edilerek sistemin mülkiyeti Kurum'a geçmiştir. İşletmeciler, mobil numara taşınabilirliğini MRVT'nin

kurulum tarihinden itibaren altı ay içerisinde uygulamaya geçirmekle yükümlüdür. 09.05.2008 tarihinde MRVT sisteminin Kurul tarafından kabul edilmesinden sonra test süreci başlamıştır. Altı aylık test sürecinin sonunda Yönetmelikte belirlenen şekilde 09.11.2008 tarihinde numara taşınabilirliği uygulaması başlamıştır.

Mobil numara taşınabilirliği uygulaması genellikle pazar payı küçük olan işletmeciler tarafından daha fazla tercih edilmekte, piyasadaki konumu pazar payı açısından daha güçlü olan işletmeciler tarafından ise tercih edilmemektedir. Bunun temel sebebi ise numara taşınabilirliği ile birlikte pazar payı yüksek olan işletmecinin elinde bulundurduğu yüksek şebeke dışsallığının bir ölçüde azalacağını değerlendirilmesidir. Ülkemizde de numara taşınabilirliği uygulamasının hayata geçirilmesine yönelik tüm işletmecilerin aynı derecede istekli olduğunu ifade etmenin zor olabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim Turkcell tarafından Yönetmeliğe yönelik Danıştay'da dava açılmış ve bu davada işletmeci bazı ön kodlarla başlayan numaraların imtiyaz sözleşmesi ile kendisine verildiğini ve bu alan numaralarının başka işletmeciler tarafından kullanılamayacağını öne sürmüş ve Yönetmelik hakkında yürütmeyi durdurma ve iptal istenmiştir. Bu dava, Danıştay tarafından yürütmenin durdurulması hakkındaki istemin reddine karar verilmesine rağmen hâlihazırda devam etmektedir.² Diğer mobil işletmecilerin ise MNT uygulamasını daha fazla talep eden bir yaklaşım içinde oldukları anlaşılmaktadır. Öyle ki, Eylül 2007'de gerçekleştirilen 3G ihalesine teklif vermeyen söz konusu işletmecilerin, gerekçeleri arasında MNT uygulamasının yürürlükte olmaması da sayılmıştır (BTKb,2010, s.30).

² Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. tarafından 01.02.2007 tarih ve 26421 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Numara Taşınabilirliği Yönetmeliğinin yürütmesinin durdurulması ve iptali talebiyle BTK aleyhine Danıştay 13 üncü Dairesinde açılan dava münasebetiyle, anılan Daire tarafından 12.11.2007 tarih ve E.2007/4817 sayılı ile "yürütmenin durdurulması hakkındaki istemin reddine" karar verilmiştir.

3.2.2. Mobil numara taşınabilirliği süreci

Numara taşınabilirliği süreci, Yönetmeliğin ikinci bölümünde yer alan numara taşıma usul ve esasları kısmında ayrıntılı olarak açıklanmaktadır. Buna göre numara taşınabilirliği süreci aşağıda özetlenmektedir:

- Numarasını taşımak isteyen tüketici, yazılı olarak, müşteri hizmetlerini arayarak, internet aracılığı veya BTK tarafından belirlenecek diğer yollar ile abone olmak istediği işletmeciye talebini iletir.
- Söz konusu başvuruda abone taşınmasını istediği numarayı, kimlik bilgilerini, abonesi olmak istediği işletmeciye (alıcı işletmeci), mevcut işletmecisini (verici işletmeci), irtibat bilgilerini ve tercih ettiği taşıma zamanını belirtir ve taşıma işleminin gerçekleşmesinden itibaren geçerli olacak şekilde abonelik sözleşmesi yapar.
- Alıcı işletmeci söz konusu bilgileri talebin alındığı tarihten itibaren en geç 2 gün içerisinde verici işletmeciye iletilmek üzere merkezi referans veri tabanına gönderir.
- Verici işletmeci aboneye ait numara ve kimliğini ispatlayıcı bilgilerin doğruluğunu kendi kayıtlarıyla karşılaştırır ve en geç 2 gün içerisinde kabul ya da ret kararını veri tabanına iletir. Taşınması talep edilen numaranın başka bir aboneye ait olması, numarasını taşımak isteyen abonenin mevcut işletmecisinden numarasını değiştirme talebi bulunması, abonenin kimlik bilgilerinin doğrulanamayacak şekilde eksik veya yanlış olması, taşınması istenen numaraya ait daha önceden başlatılmış ve devam eden taşıma işleminin bulunması, numarasını taşımak isteyen abonenin mevcut işletmecisinde abonelik sözleşmesinin devrine veya iptaline ilişkin yazılı talebinin bulunması ve taşıma talebinde bulunan abonenin mevcut işletmecisi ile yaptığı ilk abonelik sözleşmesinden itibaren üç ay geçmemiş olması ret kriterleri arasında

sayılmaktadır. Ret ölçütlerinden herhangi biri oluşmamişsa talebin en geç 2 gün içerisinde kabul edildiği veri tabanına iletilmek durumundadır.

- Taşıma zamanında verici işletmeci söz konusu numarayı şebekesinde deaktive eder ve bunu veri tabanı üzerinden alıcı işletmeciye bildirir. Alıcı işletmeci bu bildirim aldıktan sonra söz konusu numarayı kendi şebekesinde aktifleştirir. Bu esnada abonenin ortalama 15 dakika iletişim kesintisi olacaktır.
- Taşıma işlemi abonenin taşıma talebini yapmasından itibaren en fazla 6 gün içerisinde tamamlanmaktadır (BTKb, 2010 s.39).

Yönetmelikte BTK tarafından taşıma işleminin gerçekleştirilme sürelerinde değişiklik yapılabileceği belirtilmektedir. Uygulamada etkinlik ve bilinirlik arttıkça ve işleyiş otomatik hale geldikçe bu sürelerin daha da kısılacağı beklenmektedir. Nitekim diğer ülke uygulamalarına da bakıldığında numara taşınabilirliğine ilişkin sürelerin zaman içerisinde azaldığı görülmektedir.

3.2.3. Mobil numara taşınabilirliği sürecinde taşıma maliyeti

02.07.2009 tarih ve 27276 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Numara Taşınabilirliği Yönetmeliğinin “Tanımlar ve kısaltmalar” başlıklı 4’üncü maddesinde; taşınan numara başına idarî maliyet, “*Taşınan numara başına verici ve alıcı işletmecinin idari giderleri ile ilgili işletmecilerin söz konusu numara kapsamında yönlendirme bilgileri değişikliklerine ilişkin giderler*” ifade etmektedir. Dolayısıyla, bilgilerin doğrulanması amacıyla verici işletmeci tarafından katlanılacak maliyetler, taşınan numara başına idari maliyetler toplamını ifade etmektedir. Nitekim Yönetmeliğin 26’ncı maddesi; “(1) *Verici işletmeci, şebekesinden taşınan her bir numara için oluşan idari maliyetini alıcı işletmeciden alacağı bir defalık ücret ile karşılayabilir. Bu ücret maliyet esaslı belirlenir. Kurumun ücretlerin maliyet esaslı belirlenmediğine karar vermesi*

halinde, söz konusu ücret Kurum tarafından maliyet esaslı olarak belirlenir. Kurum ücretleri maliyet esaslı belirleyinceye kadar diğer ülke uygulamalarını ve işletmecilerin maliyet yapılarını uygun olduğu ölçüde dikkate alarak geçici ücret dâhil üst sınır koyabilir. Kurumun belirlediği ücretler bağlayıcıdır.

(2) Alıcı işletmeci, şebekesine numarasını taşıyan aboneden, abonenin bu hizmetten yararlanmasını engellemeyecek bir defalık ücret talep edebilir. Kurum, gerekli görmesi halinde aboneden alınacak söz konusu ücretle ilgili düzenleme yapabilir.

(3) İşletmeciler, taşınan numaralara ait yönlendirme bilgilerinde yapacakları değişikliğin maliyetini kendileri karşılar. Abonenin numara taşınabilirliği dışında aboneliğini iptal ettirmesi durumunda oluşan maliyetler verici işletmecinin alıcı işletmeciden karşılayabileceği idari ücret içerisinde yer almaz.” hükmü ile taşınan numara başına idari maliyeti ve bu maliyete konu ücretlerin ne şekilde belirleneceği hususu açıklığa kavuşmaktadır.

Numara taşınabilirliği uygulamasının belirli bir yatırım harcamasını gerektirmesi ve hizmetin sürdürülmesi doğrudan ve dolaylı maliyetleri de ortaya çıkarmaktadır. Doğrudan maliyetler kategorisinde numara taşınabilirliğinin geliştirilmesi ve faaliyete geçirilmesi için gerekli ilk kurulum yatırımları bulunmaktadır. Diğer kalemleri ise her bir numara taşınması bazında ortaya çıkan masraflar ve taşıma prosedürüyle ilgili maliyetler oluşturmaktadır. Kurulum maliyetleri içerisinde gerekli yazılımın yüklenmesi (alımı/geliştirilmesi), anahtarlama yazılımının uyumlu hale getirilmesi ve geliştirilmesi, operatöre özgü operasyonel ve prosedürel yöntemlerin geliştirilmesi ve destek sistemlerinin oluşturulması gibi hususlar sayılabilecektir. Bu tip kurulum yatırımları sabit maliyetler olup, bu maliyetlerde daha sonra gerçekleştirilecek numara taşıma işlemi sayısına göre bir değişiklik söz konusu olmamaktadır. Sabit maliyetlerin yanı sıra her bir numaranın taşınması sırasında karşılaşılan değişken maliyetler de bulunmaktadır. Bunlar arasında ise müşteri bazında tanıtım ve yönlendirme

masrafları, alıcı ve verici şebekeler arasında yapılması gereken işlemler ve süreç esnasında karşılaşılan diğer idari ve operasyonel masraflar yer almaktadır.

Yönetmeliğin “Uzlaştırma” başlıklı 33’üncü maddesi; “(1) Numara taşınabilirliğinin erişim veya arabağlantı ücretleriyle ilişkili uzlaşmazlıklarında 23/5/2003 tarihli ve 25116 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Erişim ve Arabağlantı Yönetmeliği’nde geçen uzlaşmazlık prosedürü işletilir. Diğer ücretlere ilişkin uzlaşmazlıklarda; işletmeciler arasında otuz gün içinde uzlaşmaya varılamadığının Kuruma bildirilmesi durumunda; Kurum, ilgili tarafların ücretler konusundaki talepleri ve tekliflerinin gerekçeli bir biçimde onbeş gün içinde Kuruma gönderilmesini talep eder. Müteakiben Kurul, söz konusu talepler ve teklifler ile uluslararası uygulamalar ve öngörülebilir maliyet unsurlarını göz önünde bulundurarak ücretlerin üst sınırlarını belirler.” hükmü ile idari ücretlere ilişkin işletmeciler arasındaki uzlaşmazlıklarda işletilecek uzlaştırma prosedürünün nasıl yürütüleceği belirlenmiş olmaktadır (BTKe, Yayınlanmamış Bilgi Notu, 2008).

3.2.4. Mobil numara taşınabilirliği sürecinde taşıma süresi

Mobil taşıma sürecine ilişkin tüm formlar işletmecilerin görüşleri alınarak Kurumumuzca belirlenmiş ve “Numara Taşınabilirliği Uygulama Sürecine İlişkin Usul ve Esaslar”ın ekinde yer verilmiştir.

Numara taşıma talebinin gerekli bilgi ve belgelerle alıcı işletmeci tarafından BTK merkez binasında kurulmuş olan, merkezi referans veri tabanına (MRVT), aracılığı ile verici işletmeciye iletilmesinden sonra verici işletmeci gerekli kontrolleri tamamlar ve en geç 2 gün içerisinde taleple ilgili cevabını MRVT’ye iletir. Buna göre 2 durum vardır;

Kimlik bilgileri ile verici işletmecinin kayıtları eşleşiyorsa, taşıma talebi kabul edilir ve MRVT'ye iletilecek mesajda taşımanın fiilen gerçekleşeceği tarih ve zaman da yer alır. Numaranın fiilen taşınacağı bu zaman, numaranın taşınması için belirlenen tarihten asgari 24 saat azami 48 saat sonrasıdır.

Alınan bilgiler kapsamında talebin reddine ilişkin olarak Yönetmeliğin 10 uncu maddesinde belirtilen hususlardan biri mevcut ise verici işletmeci, en geç 2 gün içerisinde taşıma talebini reddeder. Yönetmelikte yer alan ret kriterleri ise;

- Taşınması talep edilen numaranın başka bir aboneye ait olması,
- Numarasını taşımak isteyen abonenin, mevcut işletmecisinden numarasının değiştirilmesi talebinin bulunması,
- Numarasını taşımak isteyen abonenin kimlik bilgilerinin, kimlik bilgisini ispat edemeyecek nitelikte yanlış veya eksik olması,
- Taşınması istenen numaraya ait daha önceden başlatılmış ve devam eden taşıma işleminin bulunması olarak belirlenmiştir.

Verici işletmeci talebe ilişkin cevabını MRVT'ye bildirdikten sonra, MRVT taşınacak numarayı ve taşıma zamanını çağrı başlatan tüm işletmecilere bildirir. Söz konusu bilgi Türk Telekom ve GSM İşletmecilerine anlık olarak bildirilirken, alternatif sabit telefon işletmecilerine saatlik oluşturulan dosyalarla bildirilecektir.

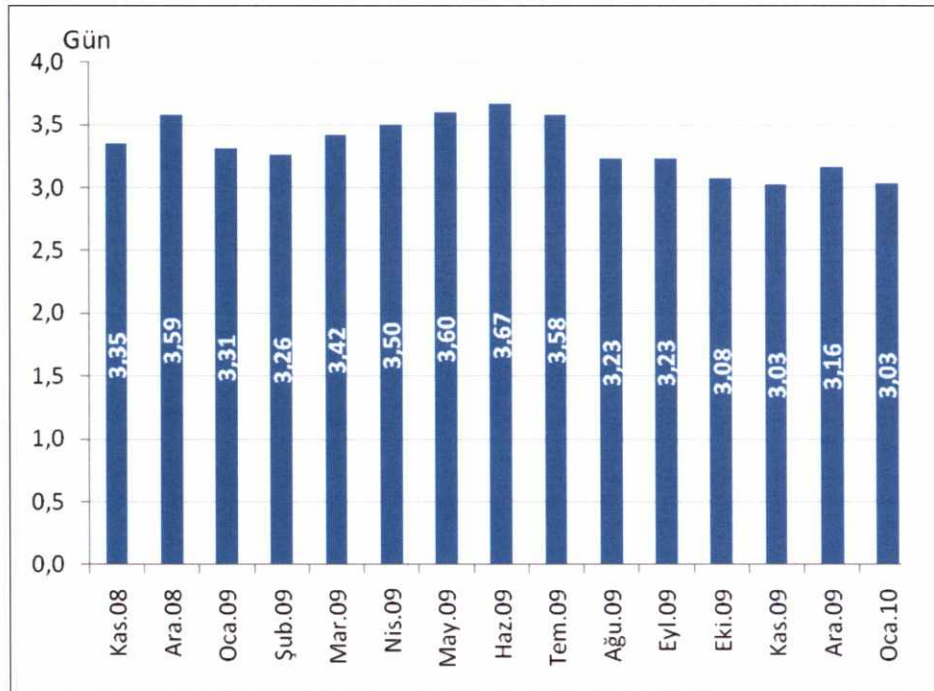
Verici işletmeci tarafından belirlenen taşıma zamanında verici işletmeci söz konusu numarayı şebekesinde deaktif eder, alıcı işletmeci numarayı şebekesine tanımlayarak aktif eder ve diğer tüm işletmeciler sistemlerinde gerekli düzenlemeleri yaparak bu numaraya doğru başlatılan çağrılarını alıcı işletmeciye yönlendirilmesini sağlar.

Taşıma işlemi, abonenin numarası taşıma talebi yapmasından itibaren en fazla 6 gün içerisinde tamamlanmaktadır. Düzenlemede numara taşıma için belirlenen

azami süre 6 gündür. Daha öncede belirtildiği üzere numara taşıma süresi (sürecin etkinliğinin bir parçası olarak) beklenen etkilerin oluşumunda önemli bir etkiye sahiptir. Şekil 3.4.'de MNT'nin uygulamaya geçmesinden itibaren gerçekleşen ortalama taşıma sürelerine aylık bazda yer verilmektedir.

Şekilde de görüldüğü üzere, fiili numara taşıma süresi hiçbir ayda 4 günün üzerine çıkmamıştır. En yüksek taşıma süresi 3,67 gün ile Haziran 2009'da, en kısa taşıma süresi ise 3,03 gün ile Kasım 2009 ve Ocak 2010'da gerçekleşmiştir. Taşıma sürelerinin numara taşıma sürecine pozitif etkisi düşünüldüğünde ve ayrıca diğer ülkelerde de zaman içinde sürenin kısaltıldığı dikkate alındığında ülkemizde de bu tür bir yaklaşıma gidilmesinde ve numara taşıma süresinin 2-3 gün arasında bir değere düşürülmesinde fayda görülmektedir (BTKa, 2010, s.61).

Şekil 3.5. Fiili taşıma süreleri



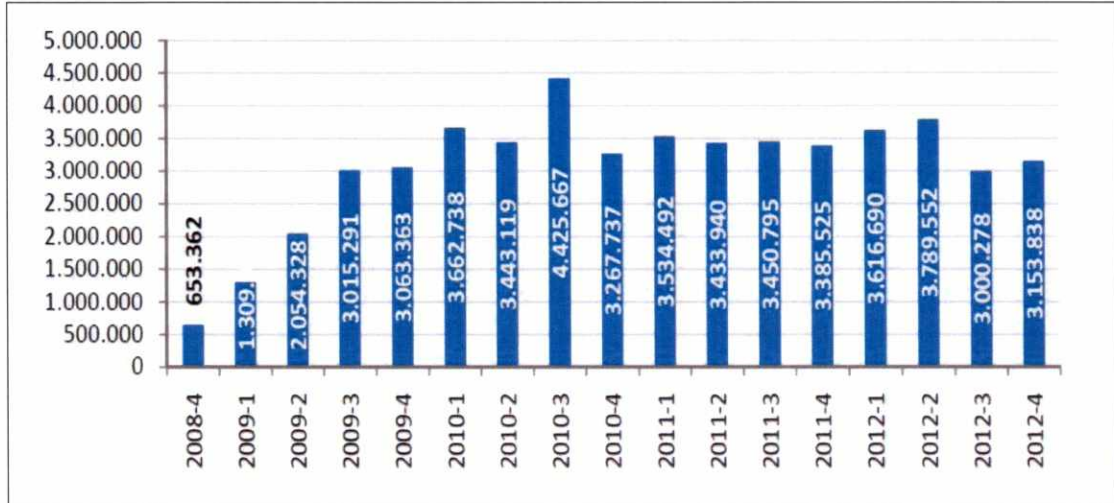
Kaynak: BTKb, 2010, s.62.

3.2.5. Mobil numara taşınabilirliği sürecinde taşınan numara sayısı ve taşıma sayısı

Şekil 3.6'de mobil numara taşıma uygulamasının başladığı 2008 sonundan itibaren 2012 sonuna kadar çeyrekler halinde taşınan numara sayılarına yer verilmektedir. Şekilde de görüldüğü üzere, 2009 üçüncü çeyrekten itibaren hiçbir çeyrekte taşınan numara sayısı 3 milyonun altına düşmemiştir.

Tablo 3-1'de ise Kasım 2008 - Şubat 2013 döneminde işletmeciler arasında taşınan numara sayıları gösterilmiştir. Söz konusu tarihler arasında toplamda Turkcell 5.215.658 abone kaybına uğramışken, Avea 2.602.495 abone ve Vodafone ise 2.613.163 abone kazanmış bulunmaktadır.

Şekil 3.6. Toplam Taşınan Numara Sayıları



Kaynak: BTKc, 2013, s.40.

Tablo 3.1. MNT kapsamında işletmeci bazında gelen-giden abone sayıları

Kasım 2008- Şubat 2013	Gelen	Giden	Net
Turkcell	17.479.202	22.694.860	-5.215.658
Avea	16.879.305	14.276.810	2.602.495
Vodafone	18.891.108	16.277.945	2.613.163
TOPLAM	53.249.615	53.249.615	0

Kaynak: BTK, Bilgi Edinme Başvurusu, 2013

2009 yılı Ocak ayından 2013 Şubat ayı sonuna kadar aylık bazda birden fazla taşınan numara sayıları Tablo 3.2.'de detaylı olarak gösterilmiştir. Söz konusu tarihler arasında bir ay içerisinde bir numaranın en fazla taşıma sayısı 9'dur. Bir ay içerisinde 9 defa taşınan numara sayısı 5, 8 defa taşınan numara sayısı 13, 7 defa taşınan numara sayısı 71, 6 defa taşınan numara sayısı 322, 5 defa taşınan numara sayısı ise 1433'dür. Bir ay içerisinde 1433 numaranın 5 kez taşınmış olması, 5 numaranın ise 9 kez taşınmış olması nedeniyle bir numaranın bir ay içerisindeki taşıma sayısının sınırlandırılması hususunda düzenleme yapılmasının gerektiği değerlendirilmektedir.

Taşınan toplam numara sayısına bakıldığında ise, 2008-2013 Şubat sonu itibarıyla toplam 27.197.601 numaranın taşınmış olduğu, 1 kez taşınan numara sayısının 13.319.402 adet, 2 kez taşınan numara sayısının 7.932.113 adet, 10 kez taşınan numarası sayısının 47.318 adet, 50 kez taşınan numara sayısının ise 18 adet olduğu, en fazla taşınan numaranın ise 167 kez taşıma ile 1 adet olduğu görülmektedir (BTK Bilgi Edinme Başvurusu, 2013).

Tablo 3.2. Aylık bazda birden fazla taşınan numara sayıları tablosu

Tablo 3-2 Taşıma Sayısı								
Tarih	2 defa	3 defa	4 defa	5 defa	6 defa	7 defa	8 defa	9 defa
01.2009	6.143	103	11	1	0	0	0	0
02.2009	6.016	128	11	0	0	0	0	0
03.2009	12.744	259	17	3	0	0	0	0
04.2009	9.794	269	21	1	1	0	0	0
05.2009	11.512	223	30	4	0	0	0	0
06.2009	15.902	236	12	1	0	0	0	0
07.2009	22.539	387	37	2	1	0	0	0
08.2009	19.871	439	38	9	0	0	0	0
09.2009	14.604	267	34	8	0	0	0	0
10.2009	12.718	347	53	6	0	0	0	0
11.2009	16.810	474	88	17	5	0	0	0
12.2009	23.570	1.688	269	11	2	2	0	1
01.2010	28.894	956	140	22	8	0	3	0
02.2010	33.849	969	108	17	3	1	0	0
03.2010	53.543	1.710	252	46	16	5	0	2
04.2010	44.325	1.211	219	52	8	4	5	0
05.2010	45.214	1.430	240	64	19	8	0	1
06.2010	43.176	1.505	207	37	18	1	0	0
07.2010	42.401	1.402	241	40	12	2	1	1
08.2010	35.902	1.187	251	46	17	4	1	0
09.2010	29.415	949	159	24	8	5	1	0
10.2010	39.444	1.249	233	35	7	7	0	0
11.2010	28.978	862	160	39	8	1	0	0
12.2010	45.576	1.375	225	35	21	5	0	0
01.2011	43.791	1.172	206	36	8	0	0	0
02.2011	37.719	841	138	19	3	0	0	0
03.2011	50.008	1.271	160	65	6	0	0	0
04.2011	49.461	1.230	216	57	8	1	0	0
05.2011	43.689	1.304	176	42	9	2	0	0
06.2011	40.808	1.347	170	18	5	0	0	0
07.2011	47.479	1.355	168	28	9	0	0	0
08.2011	47.525	1.461	189	28	7	3	0	0
09.2011	36.612	985	117	20	1	1	0	0
10.2011	46.422	1.344	180	36	7	2	0	0
11.2011	39.292	1.272	200	24	7	0	0	0
12.2011	57.384	2.179	425	68	14	4	2	0
01.2012	52.278	2.234	398	38	5	0	0	0
02.2012	45.322	1.743	313	51	17	0	0	0
03.2012	60.682	2.909	537	107	26	6	0	0
04.2012	53.946	1.705	184	32	6	0	0	0
05.2012	52.519	1.747	236	29	4	3	0	0
06.2012	59.958	2.182	291	20	5	0	0	0
07.2012	50.500	1.635	272	25	6	0	0	0
08.2012	36.805	1.415	161	29	0	1	0	0
09.2012	42.092	1.588	193	28	3	0	0	0
10.2012	44.496	1.560	333	29	5	0	0	0
11.2012	46.244	1.402	220	24	4	0	0	0
12.2012	58.291	2.094	424	41	3	1	0	0
01.2013	47.500	1.504	334	23	2	2	0	0
02.2013	52.482	1.385	422	31	0	0	0	0
Toplam	1.754.402	57.831	9.455	1.433	322	71	13	5

Kaynak: BTK, Bilgi Edinme Başvurusu, 2013.

3.2.6. Mobil numara taşınabilirliği sürecinde ortaya çıkan sorunlar

Numara taşınabilirliği sürecinde uygulamada ortaya çıkan bazı sorunlar Numara Taşınabilirliği Yönetmeliğinde yapılan değişiklikler ile ortadan kaldırılmıştır. Burada öncelikle Yönetmelik değişikliği ile hangi sorunların ortadan kaldırıldığı anlatılacak, akabinde ise hâlihazırda tartışılmakta olan kimi sorunlara değinilecektir.

10.11.2008 tarih ve 27050 Sayılı I. mükerrer Resmi Gazete yayımlanan 5809 Sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu'nun yürürlüğe girmesi nedeniyle Yönetmelikte bazı değişiklikler yapılmış ve yeni haliyle 02.07.2009 tarih ve 27276 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmeliğin belli başlı değiştirilme nedenleri ve değiştirilen maddeler şunlardır;

Numara taşınması talebinin reddine ilişkin kriterler başlıklı 10'uncu maddeye ilave iki red gerekçesi eklenmiştir. İlave edilen söz konusu red gerekçelerinden biri "*Numarasını taşımak isteyen abonenin, mevcut işletmecisinde abonelik sözleşmesinin devrine veya iptaline ilişkin yazılı talebinin bulunması*", diğeri ise, "*Taşınma talebinde bulunan abonenin numaranın tahsisli olduğu işletmeci ile ilk abonelik sözleşmesini imzaladığı tarihten itibaren üç ay geçmemiş olması*"dır. Abonenin mevcut işletmecisinde abonelik sözleşmesinin devrine veya iptaline ilişkin yazılı talebinin olması halinde bu durumun numara taşınabilirliğinde red kriteri olarak belirlenmesi hususu, işletmeciler tarafından talep edilmiş olan bir husustur. Söz konusu durum istisnai bir hal olmakla birlikte, iptal veya devir talebi halinde numaranın taşınması ile ilgili hangi usulün izleneceği konusunda Yönetmelikte açık bir hüküm bulunmadığı için ilave edilmiştir.

Taşınma talebinde bulunan abonenin, numaranın tahsisli olduğu işletmeci ile ilk abonelik sözleşmesini imzaladığı tarihten itibaren üç ay geçmemiş olmasına ilişkin red kriteri de işletmeciler tarafından numara taşınabilirliğinin kötü niyetli

kullanımının önüne geçmek amacıyla önerilmiş bir husustur. Bu öneri de Kurum tarafından da uygun görülmüştür. İşletmeciler tarafından, özellikle taşıdıkları numara başına prim alan bayiler tarafından bir işletmeci adına çok sayıda hat açılarak aynı gün bir diğer işletmeciye numara taşıma talebinin yapılması yönünde bir uygulamaya gidildiği, bu durumda başlangıç vergilerinin ilk abonelik yapılan işletmeci tarafından ödendiği ve bu durumun ciddi zarara sebep olduğu ifade edilmiş ve işletmeciler arasında konu hakkında görüş birliğine varılması ve konu hakkında alternatif bir çözüm önerisinde uzlaşma sağlanamaması sebebiyle söz konusu hüküm Kurum tarafından Yönetmeliğe ilave edilmiştir.

Ancak, buradaki “numaranın tahsisli olduğu işletmeci ile ilk abonelik sözleşmesini imzaladığı tarih” hususunda zamanla problemler yaşanmasına sebep olmuş ve numarasını yeni bir işletmeciye taşıyan tüketici, o işletmeciye geçtikten sonra numarasını değiştirmesi ve daha sonra numarasını taşımak istediğinde, ilk abonelikten itibaren üç ay geçmediği gerekçesiyle taşıma talebi engellenmek istenmiştir. Kuruma intikal eden bu türdeki şikâyetlerde, söz konusu hususun numarayı taşımaya engel teşkil etmediği yönünde görüş beyan edilmiştir. Böylece sadece ilk abonelik tesisini takip eden ilk üç ay içinde MNT yapılamamakta, onun dışında yapılmasında herhangi bir engel bulunmamaktadır.

Yönetmelikten numara taşınabilirliğinde sahtecilik yapılmasına ilişkin madde çıkarılmıştır. Maddenin çıkarılmasının sebebi sahtecilik tespitinin adli mercilerce yapılmasının gerekliliği, Kurumun veya işletmecilerin sahtecilik olduğu yönünde bir tespitte bulunamayacağı ve hâlihazırda Tüketici Hakları Yönetmeliğinde de abonelik sözleşmesinin imzalanması/feshi/devri vb. durumlarda sahteciliğe ilişkin bir sürecin belirlenmemesi sebebiyle numara taşınabilirliğinde de farklı bir usul öngörülmemesi gerektiği değerlendirilmiştir.

Taşıma süreci kapsamında uygulanacak süreler başlıklı 12'nci maddeye Kurumun, mobil numara taşınabilirliği, coğrafi numara taşınabilirliği ve/veya coğrafi olmayan numara taşınabilirliğine ilişkin sürelerde değişiklik yapabileceğine ilişkin hüküm ilave edilmiştir. Söz konusu hükmün ilave edilmesinin sebebi, coğrafi ve coğrafi olmayan numara taşınabilirliği sürecinin mobil numara taşınabilirliğinden farklı olarak fiziksel ortamda da işletmeciler tarafından işlem yapılmasını gerektirmesi sebebiyle aynı sürelerin uygulanmasının mümkün olamayacağı düşüncesidir.

Müeyyideler maddesi BTK Tarafından Uygulanacak İdari Para Cezaları İle Diğer Müeyyide ve Tedbirler Hakkında Yönetmelik'e dâhil edilmesi için Numara Taşınabilirliği Yönetmeliğinden çıkarılmıştır.

Numara taşınabilirliği yönteminin uygulanmasından önce en fazla tartışılan konulardan biri tüketicilerin numaraların taşındığını bilmemesi ve bunun sonucu olarak abonenin ödeyeceği ücretlerde belirsizlikle karşılaşması hususudur. Bilindiği üzere genel olarak şebeke içi (aynı mobil işletmecisine ait iki abonenin birbirini araması) tarifeler, şebeke dışı (farklı mobil işletmecisine ait iki abonenin birbirini araması) tarifelere göre daha düşüktür. Kendi şebekesindeki bir aboneyi aradığını düşünerek arama yapan bir abone, arama yaptığı kişi numarasını taşımışsa şebeke içi tarife yerine şebeke dışı tarife ödemek durumunda kalacaktır. Bu tür sıkıntıların önüne geçilmesi için Kurum tarafından Yönetmelik kapsamında taşınmış numaralara ilişkin olarak arayan aboneye uyarı tonu verilmesi yükümlülüğü getirilmiştir. Uyarı tonunun süresi hâlihazırdaki uygulamada toplam 1,6 saniye sürmektedir. Bununla birlikte yine Yönetmelikte tüketicilerin korunması adına uyarı tonu yerine BTK tarafından belirlenecek başka yöntemlerin de kullanılabilmesi belirtilmektedir. Bu kapsamda işletmeciler tarafından halihazırda uygulanan uyarı tonunun gereksiz olduğuna ilişkin tartışmalar hala geçerliliğini korumaktadır.

Diğer taraftan, mevcut numara taşıma sisteminde numara taşıma başvurusu sonrası tüketiciler taleplerinin ne aşamada olduğunu ve ne zaman numarasının taşınacağını sorgulayamamaktadır. Tüketiciler herhangi bir nedenle taşıma esnasında bir sorun yaşandığında bu sorunun hangi operatörden kaynaklandığını bilememekte bu durum müşteri memnuniyetsizliğine sebep olmaktadır.

Numara taşımada yaşanan bir diğer sorun da, numara taşıma talebinin veya iptal talebinin sadece alıcı işletmeciye yüz yüze kanallardan ulaşarak yapılabilmesi ve verici işletmeciye yapılamamasıdır. Bu nedenle, numara taşıma talebinin iptalinin yüz yüze kanalların yanı sıra kolay bir yolla alternatif kanallardan da yapılabilmesinin sağlanması gerektiği değerlendirilmektedir.

4. NUMARA TAŞINABİLİRLİĞİNİN TÜKETİCİ ÜZERİNE ETKİSİ

4.1. Anket Uygulaması

4.1.1. Araştırmanın künyesi

Mobil Numara Taşınabilirliği düzenlemesinin tüketicileri nasıl etkilediği, tüketici üzerindeki algıları, seçimleri, kullanım profilleri gibi konuları araştırmak, tüketicilerin beklentilerinin karşılanıp karşılanmadığını değerlendirmek, uygulamada ortaya çıkan sorunları araştırarak Kurum tarafından konuyla ilgili yapılabilecek düzenlemelerle ilgili önerilerde bulunmak amacıyla hazırlanan uzmanlık tezinin en önemli bölümünü oluşturan bu araştırma, internet yoluyla yapılmış ve Google docs üzerinden (<http://spreadsheets.google.com/viewform?formkey=dDRNZDdxY01qRERPLWdQTWxIRC1qOXc6MQ>) Ağustos 2010- Şubat 2011 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Söz konusu anketin amacı Mobil Numara Taşınabilirliği Uygulamasının tüketiciler üzerindeki etkisini araştırmaktır.

4.1.2. Araştırmanın yöntemi ve analizi

Anket yöntemi sistematik ve organize bilgi toplanması açısından son derece önemli bir veri toplama aracıdır. Veriler, internet üzerinden faturalı veya faturasız hat sahibi olup olmamaları, gelir düzeyi ve numarasını taşıyıp taşımadıkları gibi kriterlere göre, çoğunluğu önceden belirlenen kişilerin e-posta adresleri ile e-posta gruplarına gönderilmiş ve anket formundaki soruları cevaplaması istenilmiştir. Bu bağlamda, araştırma verilerinin toplanması için anket yöntemi en uygun metot olarak görülmüştür.

Saha çalışması 1 Ağustos 2010–15 Şubat 2011 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya pilot uygulama yapılarak başlanmış ve pilot çalışmadan elde edilen geri bildirimlere göre yapılacak olan anket formuna son hali verilerek saha çalışması yapılmıştır.

Yapılan anketlerin kontrolleri yapıldıktan sonra hazırlanan veriler, SPSS (Statistical Package for the Social Sciences: 'Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı') programında Frekans (kişi) dağılımı, çapraz tablolama yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler Office 2007 programı kullanılarak tablo formatında düzenlendikten sonra, tabloların yorumunu içeren nihai bir rapor hazırlanmıştır.

4.1.3. Örnek dağılım

Bu araştırma; Ankara, İstanbul, İzmir, Samsun, Diyarbakır, Şanlıurfa, Mersin, Trabzon, Konya, Karaman, Eskişehir, Tokat, Erzurum ve Antalya illerinde internet üzerinden önceden belirlenen 1.550 kişinin e-posta adresleri ile e-posta gruplarına gönderilen anket formlarının cevaplandırılması ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında sorulan sorular farklı sosyo–ekonomik ve sosyo–demografik gruba, farklı yaş ve gelir grubuna mensup kişilerden oluşan 362 denek tarafından cevaplandırılmıştır.

4.1.4. İşletmeci bazında dağılım

Araştırmaya katılan 362 kişiden alınan bilgilere göre, bu kişilerin 96'sının Avea, 218'inin Turkcell, 47'sinin ise Vodafone aboneli olduğu görülmüştür. Bu abonelerden 279'unun faturalı, 54'ünün ön ödemeli ve 28'inin ise hem faturalı ve hem de ön ödemeli hattı olan (iki hat sahibi) kişilerden oluştuğu görülmektedir.

4.1.5. Bulgular ve yorumlar

Araştırma sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıdaki şekilde tablo formatında düzenlenmiştir. Bu tablolarda kullanılan terimler ve açıklamaları şu şekildedir:

Kişi Sayısı: Tablonun sol sütununda bulunan veriye ait kişi sayısını göstermektedir.

Yüzde: Tablonun sağ sütununda bulunan veriye ait kişi sayısının (soruya geçerli yanıt vermeyen denekler dâhil) yüzde olarak ifadesi.

Geçerli: Ankette bulunan sorulardan o soruyu cevaplayanları göstermektedir.

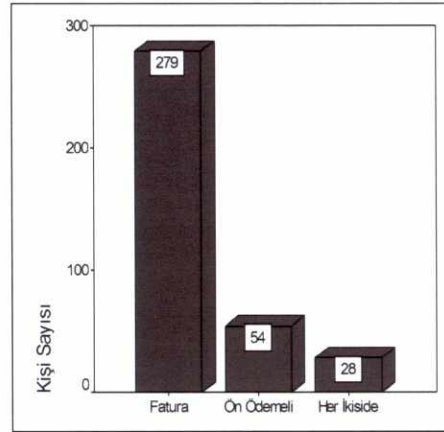
Cevap Vermeyen: Ankette bulunan sorulardan o soruyu cevaplamayanları göstermektedir.

Şekil 4.1'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan 362 kişiden 279'u faturalı (% 77,1), 54'ü ön ödemeli (% 14,9) ve 28'i hem faturalı ve hem de ön ödemeli (% 7,7) hat sahibi kimselerden oluşmaktadır. Araştırmada GSM/IMT2000/UMTS işletmecilerinin abone profilinin tersine olarak faturalı hat abonelerinin oranı, ön ödemeli hat abonelerine göre çok daha yüksektir. Bu da ankete katılan faturalı hat sahiplerinin numara taşıma oranındaki yüksekliği ile doğru orantılı bir durumdur.

Taşıma sayılarındaki faturalı faturasız oranlarına bakıldığında, Kasım 2008 tarihi ile Nisan 2013 sonu arasındaki toplam taşıma sayısı 56 milyonu aşmış olup, bunun 42 milyonu (%75) faturasız, 12 milyonu ise faturalı (%25) numaralardan oluşmaktadır (BTK, Bilgi Edinme Başvurusu, 2013). 2012 yılı sonu itibariyle işletmecilerin toplam faturalı ve faturasız hat sahiplerinin oranlarına bakıldığında

ise, faturalı abonelerin oranı %38,4 iken, faturasız hat abonelerinin oranı %61,6'dır (BTKc, s.38).

Şekil 4.1. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?

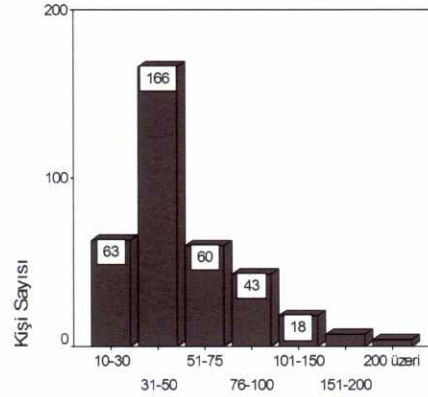


Türkiye’de halen mobil kullanıcılarının mobil telefon kullanımı için yaptıkları aylık ortalama harcama miktarı¹21 TL dolayındadır. Araştırmamızda ise, aylık 30 TL’nin üzerinde harcama yapanların oranı % 86,6’dır.

Şekil 4.2.’de görüldüğü üzere ankete katılan 362 kişi içerisinde mobil telefon kullanımı için yapılan en yüksek harcamayı 166 kişi ile 31-50 TL’lik harcama grubu oluşturmaktadır. (% 45,9). Bu da ankete cevap verenlerin çoğunluğunun yüksek gelir gurubu ve daha fazla mobil telefon kullanan kimselerden oluştuğunu ortaya çıkarmaktadır.

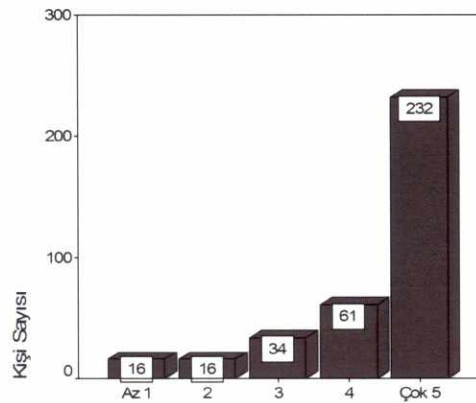
¹ BTK 2012 yılı Dördüncü Çeyrek Pazar Verileri Raporu’nun 53’ncü sayfasında bulunan s.53, İşletmecilerin abone başına elde ettikleri gelir anlamına gelen “ARPU” rakamlarının ortalaması alınarak elde edilmiştir.

Şekil 4.2. Mobil telefon (GSM) kullanımınıza ilişkin aylık harcamanız yaklaşık ne kadar (TL) olmaktadır?

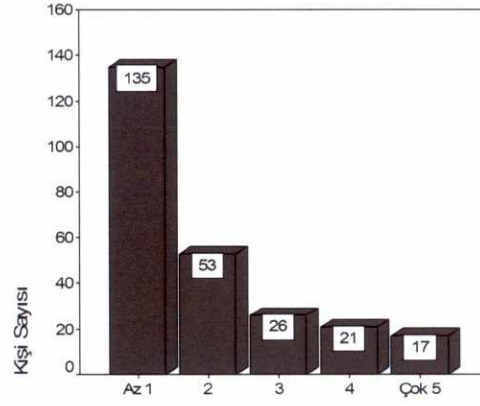


Cep telefonunuzu en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz ? sorusuna, araştırmaya katılan kişilerden 359'u normal görüşme (ses) (Şekil 4.3), 252'si SMS (Şekil 4.4), 164'ü veri (internet) aktarımı (Şekil 4.5) ve 133'ü diğer (Şekil 4.6) cevabını vermiştir. Araştırmaya katılanlardan 359 kişinin normal görüşme (ses) cevabını vermesi ve bu kişilerden 262'sinin de (64,1) çok 5 (en fazla) cevabını vermiş olması, ülkemizde insanların cep telefonlarını en çok normal görüşme için kullandıklarını göstermektedir.

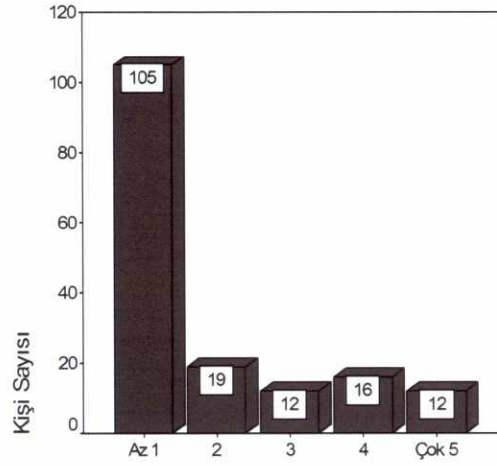
Şekil 4.3. Cep telefonunuzu en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? Normal Görüşme (ses)



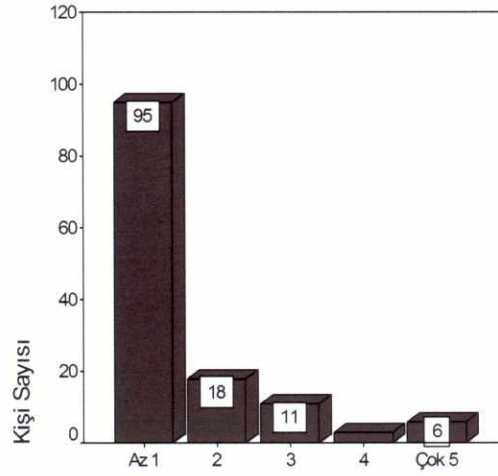
Şekil 4.4. Cep telefonunuzu en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? (SMS)



Şekil 4.5. Cep telefonunuzu en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? Veri (internet) aktarımı



Şekil 4.6. Cep telefonunuzu en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? Diğer



Cep telefonunuzu en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? sorusuna SMS diyenler ise, % 69,6'lık oran ile (252 kişi) ikinci sıradadır. Şekil 4.7'nin incelenmesinde de görüldüğü üzere, üç GSM işletmecisi abonelerinin göndermiş olduğu SMS miktarı 2011 yılında 161.42 milyar adet iken, 2012 yılında bu sayı 174.88 milyar adet olup şebeke içi ve şebeke dışı SMS gönderme ve alma miktarlarındaki son zamanlarda oluşan artışlar da anket sonucunu desteklemektedir.

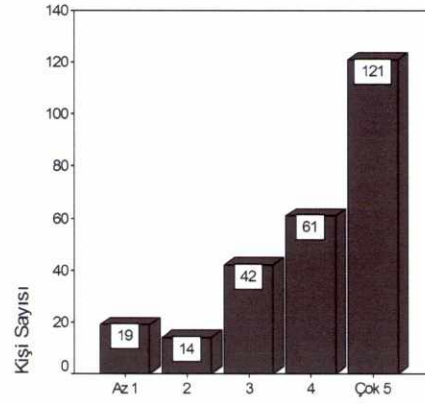
Şekil 4.7. Turkcell, Vodafone ve Avea'nın SMS sayıları (2011-2012, Milyar adet)



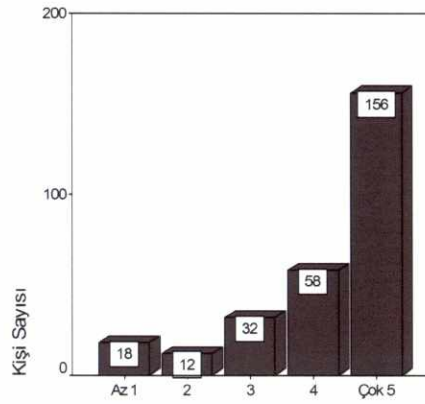
Kaynak: BTKb, 2013, s.49.

Veri (internet) aktarımı seçeneğine 198 kişi (% 54,7) cevap vermemiştir. Cevap veren 164 kişiden (% 45,3) 105'inin (% 29,0) az 1 (çok az) işaretlemiş olması ülkemizde insanların cep telefonlarıyla interneti kullanma oranının hâlihazırda çok düşük olduğunu göstermektedir. Türkiye'de internet kullanımı hızla yaygınlaşırken cep telefonları yoluyla internet kullanım oranının çok düşük olmasının fiyatların yüksekliğinden ve henüz her yerde yeterli hızda internet erişim hizmeti sağlanamamasından kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

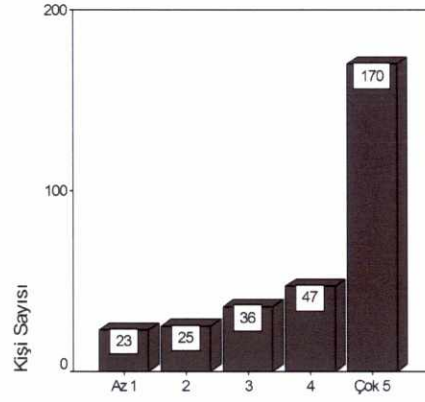
Şekil 4.8. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Hizmet Kalitesi



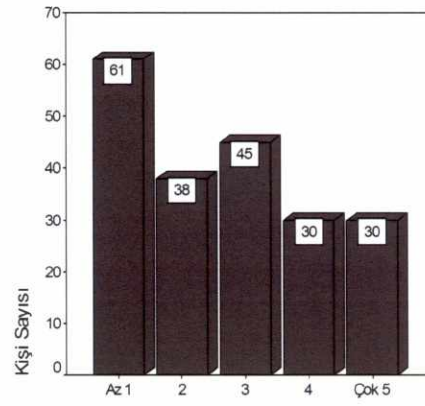
Şekil 4.9. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Kapsama Alanı



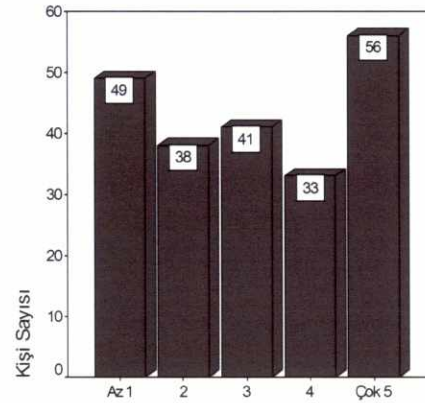
Şekil 4.10. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Fiyatlar



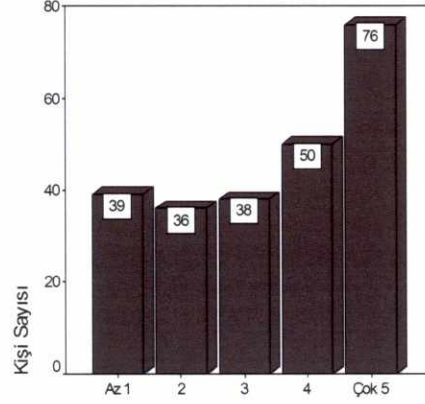
Şekil 4.11. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Marka



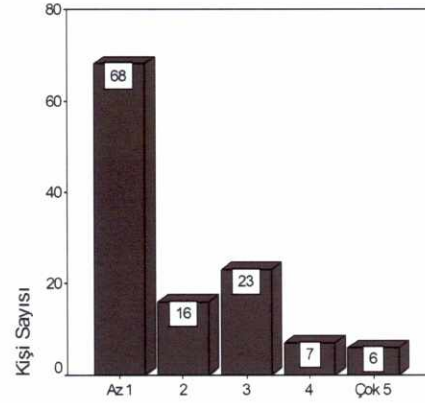
Şekil 4.12. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Promosyonlar



Şekil 4.13. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor)



Şekil 4.14. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Diğer



Şu anki operatör seçiminizde aşağıdakilerden hangisi önem taşımıştır? Sorusuna, araştırmaya katılan kişilerden 257'si hizmet kalitesi (Şekil 4.8), 276'sı kapsama alanı (Şekil 4.9), 301'i fiyatlar (Şekil 4.10), 204'ü marka (Şekil 4.11), 217'si promosyonlar (Şekil 4.12), 239'u aile, arkadaşlar bu operatörü kullanıyor (Şekil 4.13), 120'si diğer (Şekil 4.14) cevabını vermiştir.

Araştırmaya katılan 362 kişiden 301'inin fiyatlar cevabını vermesi ve bu kişilerden de 170'inin (% 47) çok 5 (en fazla) şikkını işaretlemesi, operatör seçiminde fiyatların en önemli unsur olduğunu göstermektedir. Araştırmaya katılanların ortalama gelir düzeyleri ve cep telefonu kullanımı için harcadıkları

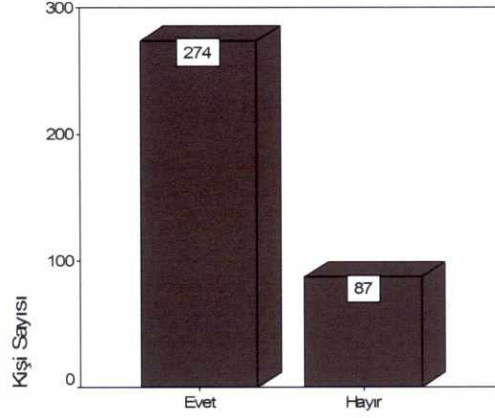
miktarlar bakımından Türkiye ortalamasının bir hayli üzerinde bir grup olmasına rağmen operatör seçiminde fiyatların en önemli unsur olarak değerlendirilmesi, ülkemizde fiyatlar konusunda insanların çok hassas olduğunu göstermektedir.

Diğer taraftan araştırmaya katılanlardan 257'sinin hizmet kalitesi cevabını vermesi ve bu kişilerden 121'inin de (% 33,4) çok 5 (en fazla) seçeneğini işaretlemesi, 276 kişinin de kapsama alanı cevabı vermesi ve bu kişilerden 156'sının da (% 43,6) çok 5 (en fazla) cevabını vermiş olması, ülkemizde cep telefonu kullanıcılarının aldıkları hizmetin kalitesi konusunda duyarlı olduklarını ve operatör seçiminde fiyatlardan sonra en önemli unsur olarak hizmet kalitesinin geldiğini göstermektedir.

204 kişinin marka cevabını vermiş olmasına rağmen bunlardan 61'inin (% 16,9) az 1 (en az) seçeneğini işaretlemesi, operatör seçiminde markanın diğer faktörler kadar önemli bir unsur olmadığını göstermektedir.

Yine araştırmaya katılan 362 kişiden 239'u "şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır?" sorusunda "aile, arkadaşlar bu operatörü kullanıyor" seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu 239 kişiden 76'sının (% 21,0) çok 5 (en fazla) cevabını vermiş olması, tüketicinin, özellikle şebeke içi görüşmelerin ücretlerinin düşük olması veya aile ve arkadaşların aynı kampanya abonesi olması nedeniyle daha az ücret ödemek amacıyla operatör seçiminde aile ve arkadaşlarının kullandığı operatörü seçtiğini göstermektedir.

Şekil 4.15. Şebeke içi ve dışı fiyatlandırma farkından haberdar mısınız (örneğin, Avea'dan Avea'yı aramak ile Avea'dan Turkcell veya Vodafone'u aramadaki ücret farkı)?



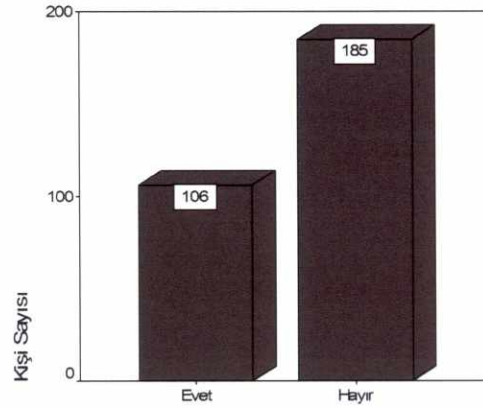
Şekil 4.15'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan 361 kişiden 274'ü (% 75,7) şebeke içi ve dışı fiyatlandırma farkından haberdar mısınız? sorusuna evet cevabını vererek şebeke içi ve dışı fiyatlandırma farkından haberdar olduğunu belirtmişlerdir. Bu durumun da, Türkiye'de her dört kişiden üçünün şebeke içi ve şebeke dışı fiyatlandırma farkından haberdar olduğunu göstermesi açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Şebeke içi ve dışı fiyatlandırma farkından haberdar olan kişilerden 106'sı (% 29,3) farklı operatörlere doğru yapılan aramalarda farklı numaraları kullandıklarını belirtirken, 185 kişi (%51,1) kullanmadıklarını belirtmişlerdir (Tablo 4.15). Araştırmaya katılan 361 kişiden 274'ünün (% 75,7) şebeke içi ve dışı fiyatlandırma farkından haberdar olmasına rağmen, bu kişilerden 106'sının (%29,3) farklı operatörlere doğru yapılan aramalarda farklı numaraları kullanmalarının, numara taşıma uygulamasından sonra artan her yöne tarifelerindeki abone sayısındaki artıştan kaynaklandığı değerlendirilmektedir. İşletmecilerin her yöne tarifeleri uygulayabilmelerini sağlayan en önemli unsurun da, Kurum'un 10.02.2010 tarih ve 2010/DK-07/88 sayılı Kurul Kararı ile 01.04.2010 tarihinden itibaren ara bağlantı ücretlerini düşürmesi olduğu ve farklı

operatörlere doğru farklı numaraları kullanma oranını süreç içerisinde azalttığı değerlendirilmektedir.

Numara taşınabilirliğinden beklenen en önemli fayda, şebeke içi ve şebeke dışı tarife farklılıklarını ortadan kaldıracak uygulamaları teşvik etmesidir. Zira, artık numara işletmeciyi ifade etmediğinde, aboneler, şebeke dışı ve şebeke içi ayrımının bulunmadığı tarifeleri uygulayan işletmecilerden hizmet almak istemektedir. İşletmeciler de bu isteğe duyarsız kalmamakta, abonelerini tutmak amacıyla bu şekilde olan tarifeleri uygulama yoluna gitmektedir. Anketteki sonuçlar da anılan hususu destekler mahiyettedir.

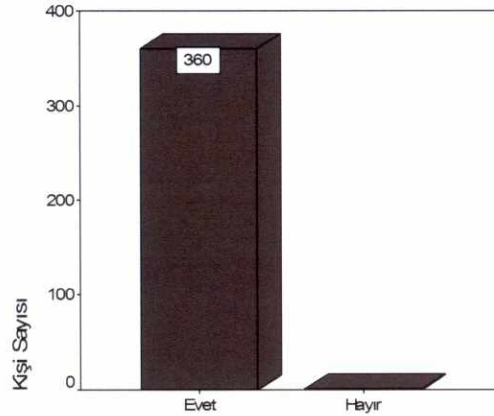
Şekil 4.16. Şayet evetse, farklı operatörlere doğru yapılan aramalarda farklı numaraları kullanıyor musunuz? 5. soruya evet seçeneği verilmişse cevaplanacaktır.



Şekil 4.17'de görüldüğü üzere numara taşınabilirliğinden haberdar olanların sayısı araştırmaya katılanların % 99,4'ünü oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların yüzde yüze yakınının numara taşınabilirliği uygulamasından haberdar olması uygulamanın tüketicilere çok iyi tanıtıldığı sonucunu doğurmaktadır. Ayrıca bu sonuç, ülkemizdeki GSM abonelerinin teknolojik yeniliklere de ne kadar açık olduğunu göstermektedir.

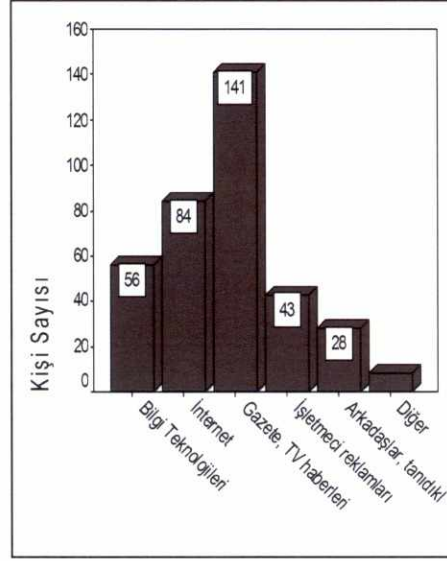
Söz konusu uygulamanın tanıtımı konusunda, uygulamanın başlangıcından haftalar öncesinde başlayarak devam eden -özellikle görsel medya-reklamlarının etkisinin büyük olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca, Numara Taşınabilirliği Yönetmeliği'nin 28 inci maddesi uyarınca, işletmecilerin numara taşıma konusunda tüketicileri bilgilendireceği ve internet sayfasında da asgari olarak bu bilgilere yer vereceği hüküm altına alınmış olup, uygulamanın tanıtımı konusunda BTK'nın da gerekli tedbirlerin alınmış olduğu değerlendirilmektedir.

Şekil 4.17. Numara taşınabilirliği uygulamasından haberdar mısınız?



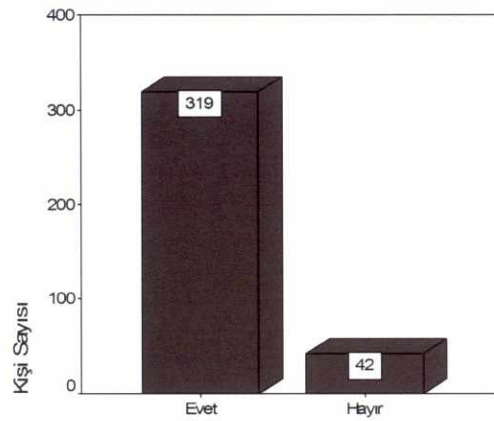
Numara taşınabilirliğinden haberdar olanların cevaplandığı, "Cevabınız evetse, hangi kanallardan bilgi aldınız?" sorusuna gazete, tv haberleri cevabını verenler 141 kişi ile (% 39,0) araştırmaya katılanlar içerisinde en büyük grubu oluşturmaktadır (Şekil 4.18). Daha sonra ise sırasıyla internet cevabını verenlerin oranı % 23,2 (84 kişi), Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) diyenlerin oranı % 15,5 (56 kişi) ve işletmeci reklamları cevabını verenlerin oranı ise % 11,9 (43 kişi) olarak gerçekleşmiştir. Numara taşınabilirliği uygulamasından BTK aracılığıyla haberdar oldum cevabını verenlerin oranının işletmeci reklamları cevabını verenlerden daha yüksek olması, BTK'nın yaptığı düzenlemelerin tanıtımını yapma konusunda etkili olduğunu göstermektedir.

Şekil 4.18. Cevabınız evetse, hangi kanallardan bilgi aldınız?



Araştırmaya katılanların % 88,1'i (319 kişi) uygulamayı faydalı buluyor musunuz? Sorusuna evet cevabını vermişlerdir (Şekil 4.19). Hayır diyenlerin oranı ise sadece % 11,6 (42 kişi)'dir. Bu sonuç da, Kurum tarafından numara taşınabilirliği uygulamasının başlatılmasının yerinde bir düzenleme olarak görüldüğünü göstermektedir.

Şekil 4.19. Uygulamayı faydalı buluyor musunuz?

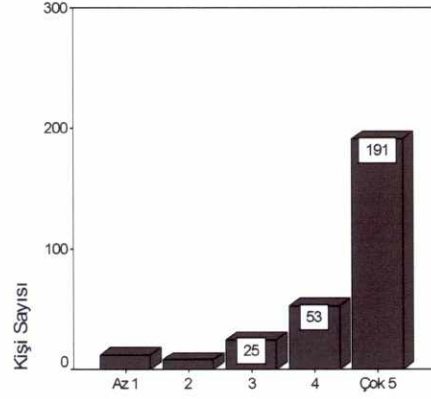


Numara taşınabilirliği uygulamasını faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Sorusunda, araştırmaya katılan kişilerden 289'u daha düşük fiyatlar (Şekil 4.20), 257'si daha kaliteli hizmet (Şekil 4.21), 229'u hizmet çeşitliliği (Şekil 4.24), 239'u tarife çeşitliliği, 284'ü rekabetin artması (Şekil 4.23), 87'si diğer (Şekil 4.24) şıklarını işaretlemişlerdir.

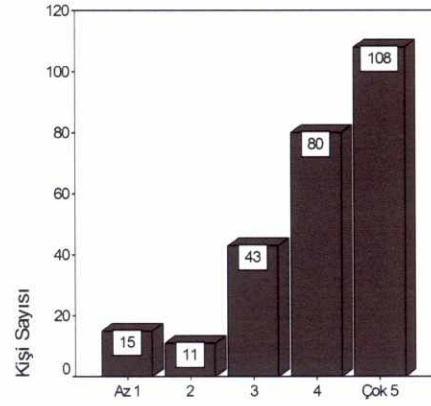
Araştırmaya katılan 362 kişiden 289'unun daha düşük fiyatlar cevabını vermesi ve bu kişilerden de 191'inin (% 52,8) çok 5 (en fazla) şikkını işaretlemesi, tüketicilerin numara taşınabilirliği uygulamasından bekledikleri en önemli unsurlardan birisinin fiyatların düşmesi olduğunu göstermektedir. Dördüncü sorunun analizinde de değinildiği üzere, araştırmaya katılanlar, ortalama gelir düzeyleri ve cep telefonu kullanımı için harcadıkları miktarlar bakımından Türkiye ortalamasının bir hayli üzerinde olan bir gruptur. Buna rağmen, operatör seçiminde olduğu gibi, numara taşınabilirliğinden beklenen olumlu etki olarak da fiyatların en önemli unsur olarak değerlendirilmesi, ülkemizde fiyatlar konusunda tüketicilerin çok hassas olduğunu bir kez daha göstermektedir.

Diğer taraftan, hizmet kalitesinin artması, tarife çeşitliliği ve hizmet çeşitliliği de numara taşınabilirliğinden beklenen olumlu etkiler olarak önemli bir yer tutmaktadır. Araştırmaya katılanlardan 257 kişinin daha kaliteli hizmet cevabını vermesi ve bu kişilerden 108'inin de (% 29,8) çok 5 (en fazla) ve 80'inin (% 22,1) 4 cevabını vermesi de numara taşınabilirliğinden beklenen ikinci önemli etkinin daha kaliteli hizmetlerin sunulması olduğunu göstermektedir. Bu husus ta dördüncü sorunun analizinde belirtilen hizmet kalitesinin önemi değerlendirmesi ile paralellik arz etmektedir.

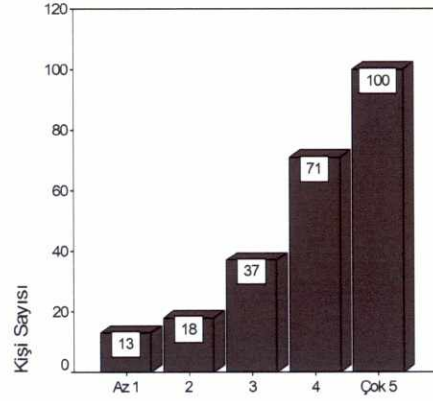
Şekil 4.20. Faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Daha düşük fiyatlar



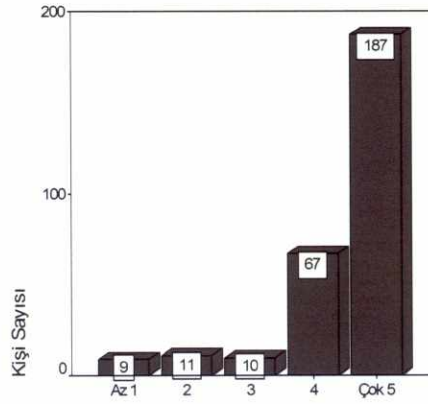
Şekil 4.21. Faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Daha kaliteli hizmet



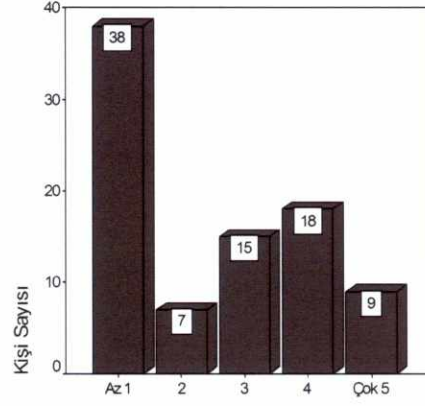
Şekil 4.22. Faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Hizmet çeşitliliği



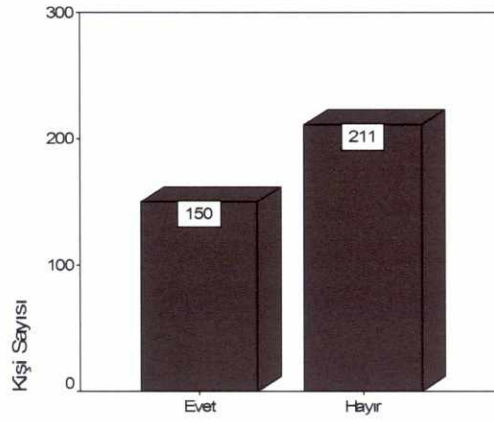
Şekil 4.23. Faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Rekabetin artması



Şekil 4.24. Faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Diğer



Şekil 4.25. Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi?



Şekil 4.25'de görüldüğü üzere numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi? sorusuna, araştırmaya katılan kişilerden 150'si (% 41,4) evet cevabını vermiştir. Araştırma içerisinde büyük bir oran teşkil eden bu durumun araştırmanın sağlıklı sonuç vermesi açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Araştırmaya katılanlardan % 41,4'ünün numara taşımanın avantajlarından yararlanmak için numarasını taşıyarak operatörünü değiştirmiş olması, bu grubun numara taşıma hususunda detaylı bilgi sahibi olduğunu göstermektedir. Bu güne değin kaydedilen toplam taşıma numara sayısının toplam abone sayısına oranına baktığımızda, söz konusu oranın % 42 civarında olduğu görülmektedir. Bu husus ankette ulaşılan rakamla paralellik arz etmektedir.

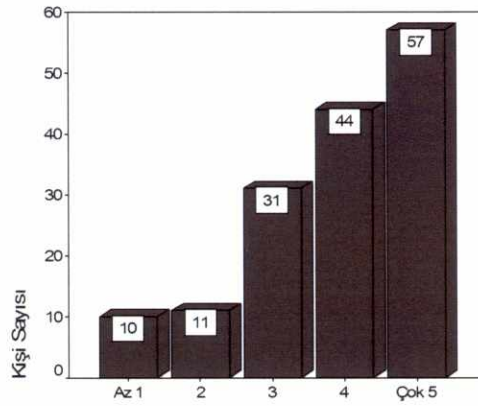
Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi? sorusuna hayır cevabını verenlerin cevaplandırması istenilen "Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir?" sorusuna, numarasını değiştirmeyen 211 kişiden, 153'ü hizmet kalitesinden memnunum (Şekil 4.26), yine 153'ü kapsama alanından memnunum (Şekil 4.27), 152'si fiyatlardan memnunum (Şekil 4.28), 115'i Marka (operatörün adı) önemli (Şekil 4.29), 114'ü promosyonlardan memnunum (Şekil 4.30), 145'iaile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor) (Şekil 4.31) ve 74'ü diğer (Şekil 4.32) cevabını vermişlerdir.

Operatörünü değiştirmeyen kimselerden mevcut operatörünün hizmet kalitesinden memnunum diyen 153 kişiden 57'si (% 15,4) çok 5 (en fazla), 44 kişi de (% 12,2) çok 4 cevabını vermiş olması, tüketicilerin operatör tercihlerinde hizmet kalitesinin çok önemli bir unsur olduğunu göstermektedir. İşletmecilerin, işletmeci değiştirirken fiyat unsuru birinci sırada iken, numarasını hiç değiştirmeden işletmecisinde kalan kişilerin gösterdikleri sebep sıralamasında hizmet kalitesi ilk sırada olmuştur. Burada, işletmeciye bağlılık noktasında fiyattan ziyade hizmet kalitesinin belirleyici olduğu, işletmeci geçişinde ise fiyatın belirleyici olduğu görülmektedir.

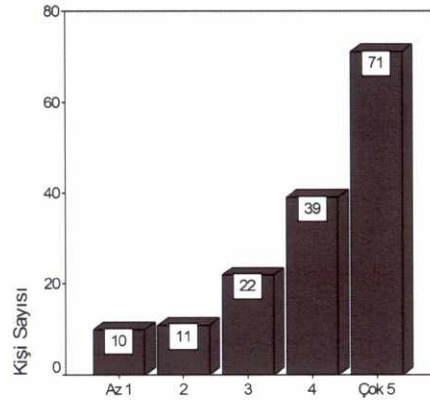
Operatörünü değiştirmeyen kimselerden mevcut operatörünün kapsama alanından memnunum diyen 153 kişiden 71'inin (% 19,6) çok 5 (en fazla), 39'unun da (% 10,8) çok 4 cevabını vermiş olması, operatör değiştirmeme

nedenlerinde ikinci en önemli unsurun kapsama alanından duyulan memnuniyet olduğu sonucunu gösterdiği değerlendirilmektedir. Operatör değiştirmeme nedeni olarak sayılan diğer önemli unsurlar ise sırasıyla fiyatlar, aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor), marka ve promosyonlar olarak sıralanmaktadır.

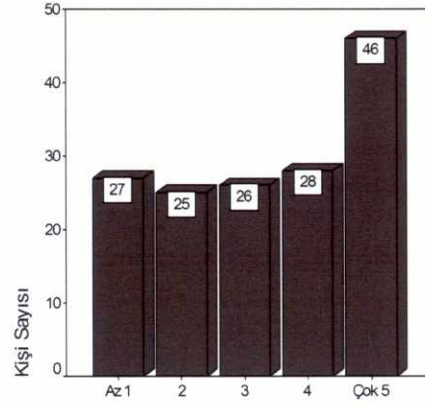
Şekil 4.26. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Hizmet kalitesinden memnunum



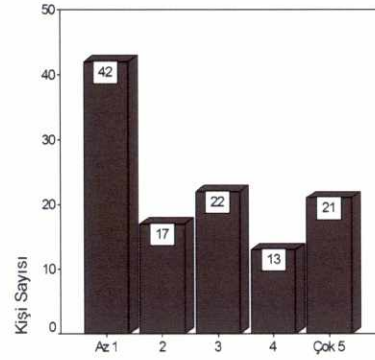
Şekil 4.27. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Kapsama alanından memnunum



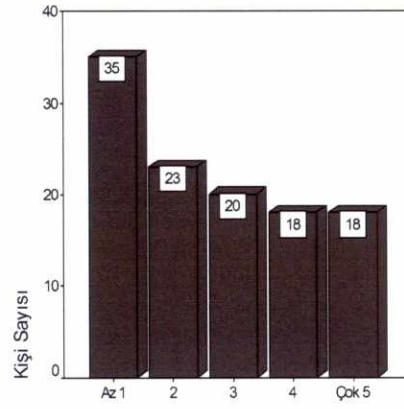
Şekil 4.28. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Fiyatlardan memnunum



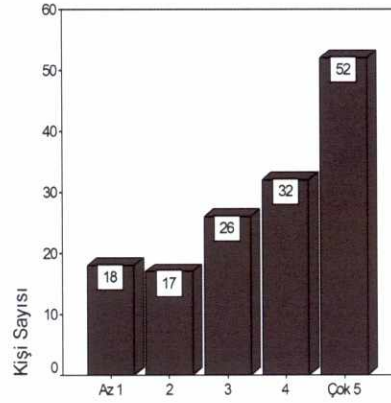
Şekil 4.29. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Marka (operatörün adı) önemli



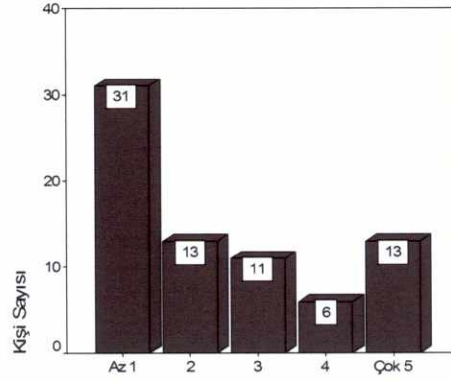
Şekil 4.30. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Promosyonlardan memnunum



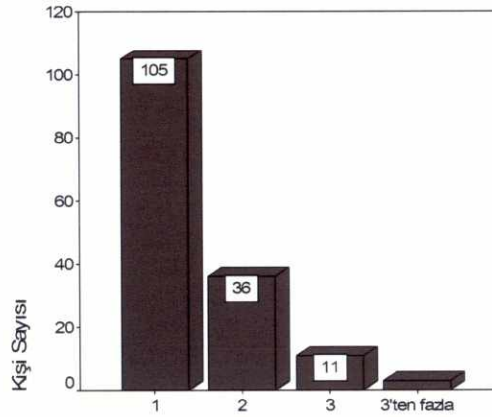
Şekil 4.31. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor)



Şekil 4.32. Cevabınız hayırsa, operatörünüzü değiştirmeme nedenleriniz nelerdir? 11 nolu soruya hayır cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Diğer



Şekil 4.33. Cevabınız evetse, bu uygulamadan sonra kaç kez operatör değiştirdiniz 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.



Araştırmaya katılan ve numara taşınabilirliğinden sonra operatörünü değiştirenlerden 105'i (% 29,0) bir kez numarasını taşımışken, 36 kişi iki kez (% 9,9), 11 kişi üç kez (% 3,0) ve 3 kişi de 3 den fazla numara taşıma işlemi gerçekleştirmiştir (Şekil 4.33).

Numara taşınabilirliği uygulamasının başlamasından sonra numarasını taşıyanlara sorulan "şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır?" sorusuna, araştırmaya katılanlardan sırasıyla 149 kişi yeni

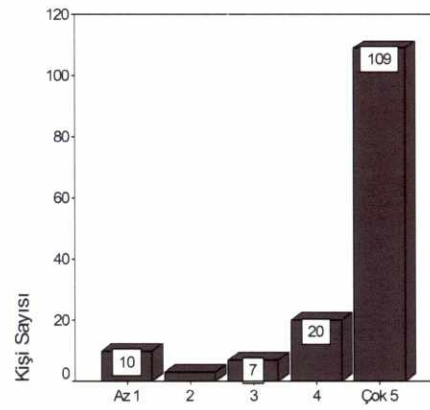
tarife paketleri (her yöne tarifeler gibi) (Şekil 4.34), 123 kişi fiyatların düşüklüğü (Şekil 4.35), 103 kişi kapsama alanı (Şekil 4.36), 102 kişi hizmet kalitesi (Şekil 4.37), 86 kişi aile, arkadaşlar bu operatörü kullanıyor (Şekil 4.38), 85 kişi marka (operatörün adı) (Şekil 4.39), 85 kişi promosyonlar (Şekil 4.40), 45 kişi diğer (Şekil 4.41) cevabını vermiştir.

Araştırmaya katılan ve 11 inci sorudaki “Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi?” sorusuna “evet” cevabını veren 150 kişiden 149’unun “şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? sorusuna yeni tarife paketleri (her yöne tarifeler gibi) cevabını vermesi ve bunlardan da 109’unun (% 30,1) çok 5 (en fazla) seçeneğini işaretlemesi, numara taşımadaki en önemli unsurun uygulanan her yöne yeni tarife paketleri kampanyaları olduğunu göstermektedir. Söz konusu tarife paketlerinin belirli süreli ve sabit ücretli olması nedeniyle daha çok konuşmak ve daha az ücret ödemek amacıyla tercih edildiği değerlendirilmektedir. Bu durum Türkiye’deki tüketicilerin fiyat konusundaki hassasiyetini tekrar vurgulamaktadır. Araştırmada yine “şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? sorusuna verilen cevaplarda ikinci önemli unsur olarak fiyatların düşüklüğü (123 kişi) oluşturmaktadır. Fiyatların düşüklüğü şıkkının, birinci en önemli unsur olan “yeni tarife paketleri (her yöne tarifeler gibi)” şıkkıyla beraber değerlendirildiğinde, tüketicilerin fiyatlar konusundaki duyarlılığının numara taşımada çok önemli bir unsur olduğunu göstermektedir.

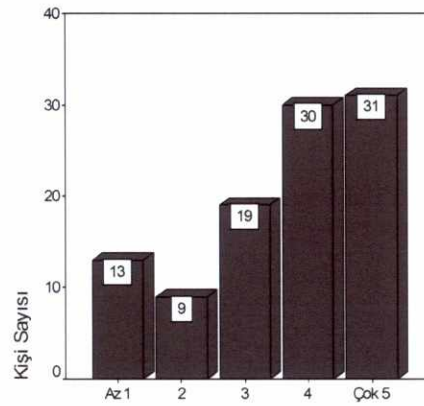
Diğer taraftan araştırmaya katılan ve 11 inci sorudaki “Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi?” sorusuna “evet” cevabını veren 150 kişiden “şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır?” sorusuna 103 kişinin kapsama alanı ve 102 kişinin de hizmet kalitesi cevabını vermiş olması, ülkemizde cep telefonu kullanıcılarının aldıkları hizmetin kalitesi konusunda duyarlı olduklarını (kapsama

alanı da hizmet kalitesi unsuru olarak değerlendirildiğinde) ve numarasını taşıırken yaptıkları operatör seçiminde fiyatlardan sonra ikinci unsur olarak hizmet kalitesinin geldiğini göstermektedir.

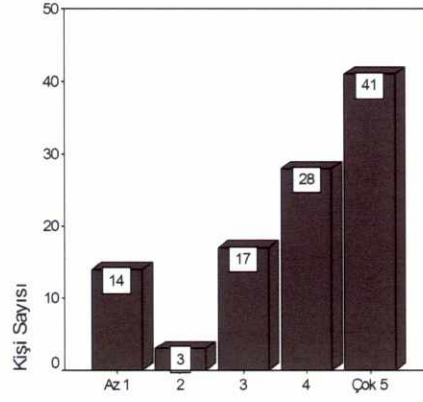
Şekil 4.34. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Yeni tarife paketleri (her yöne tarife gibi)



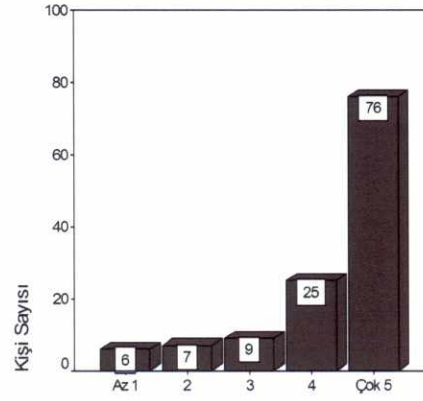
Şekil 4.35. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Hizmet kalitesi



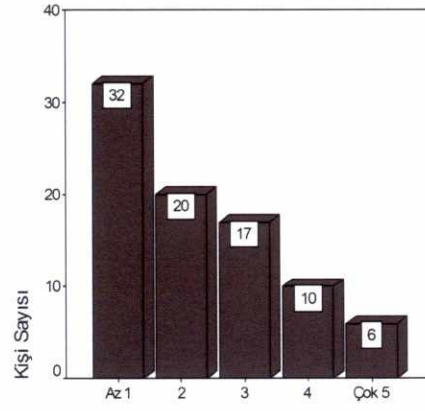
Şekil 4.36. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Kapsama alanı



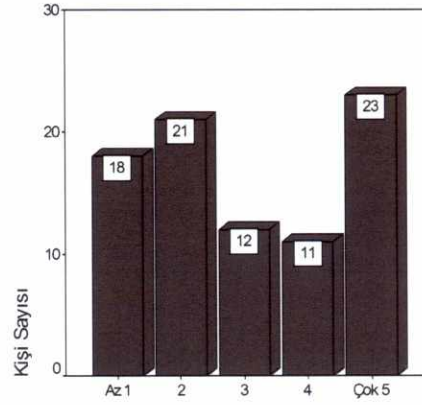
Şekil 4.37. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Fiyatların düşüklüğü



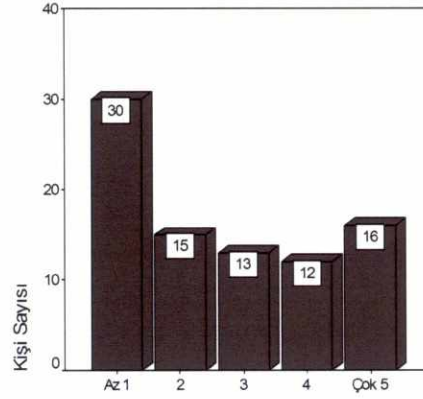
Şekil 4.38. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Marka (operatörün adı)



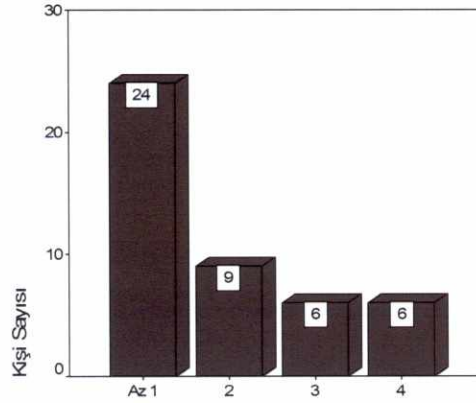
Şekil 4.39. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Promosyonlar



Şekil 4.40. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor)

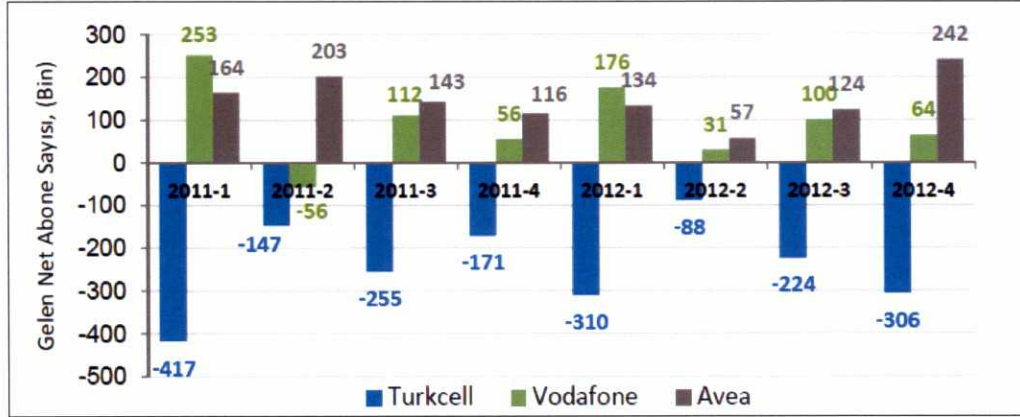


Şekil 4.41. Cevabınız evetse, şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Diğer



Numara taşıma uygulamasının başladığı 2008 yılından 2013 yılı Şubat sonu itibariyle numara taşıma sayısı 53 milyonu aşmış durumdadır. Şekil 4.42'de 2011 ve 2012 yıllarında mobil işletmecilere gelen net abone sayılarına yer verilmiştir. Bu kapsamda 2011 ve 2012 yıllarında toplamda Turkcell 1.918 bin abone kaybına uğramışken, Vodafone 736 bin Avea ise 1.183 bin yeni abone kazanmış bulunmaktadır.

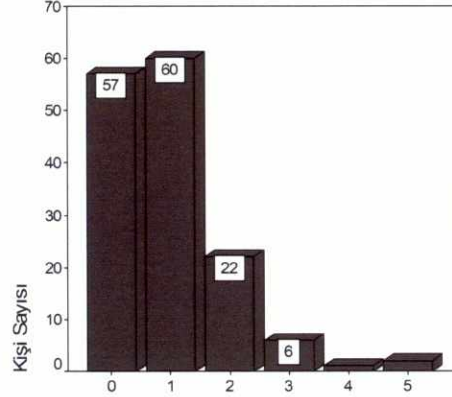
Şekil 4.42. MNT Kapsamında Mobil İşletmecilerin Net Gelen Abone Sayıları, Bin (2011-2012)



Kaynak. BTKb, 2013,s.40.

Araştırmaya katılan ve 11 inci sorudaki “Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi?” sorusuna “evet” cevabını veren 150 kişiden “Cevabınız evetse; Numara taşıma işleminden sonra iptal ettiğiniz hat sayısı nedir?” sorusuna 148 kişi cevap vermiş ve bunlardan 91’i bir veya daha fazla hat iptal ettirdiğini belirtmiştir. Bunlardan 1 hat iptal ettirenlerin sayısı 60 (% 15,7), 2 hat iptal ettirenlerin sayısı 22 (% 6,1), 3 hat iptal ettirenlerin sayısı 6 (% 0,7), 4 hat iptal ettirenlerin sayısı 1 (% 0,3) ve 5 hat iptal ettirenlerin sayısı ise 2 (% 0,6) dir. Toplam iptal edilen hat sayısı 136’dır (Şekil 4.43).

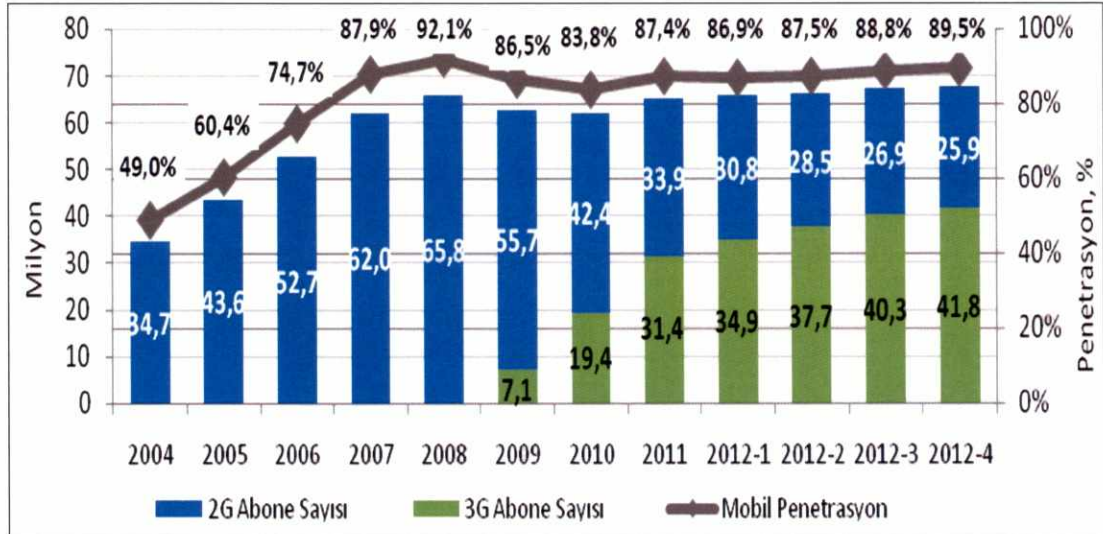
Şekil 4.43. Cevabınız evetse; Numara taşıma işleminden sonra iptal ettiğiniz hat sayısı nedir? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.



İptal edilen hatların bir kısmının, abonelerin kendi üzerinde kayıtlı bulunan ancak eşi, çocuğu veya diğer yakınlarının kullandığı hatların numara taşıma uygulamasından sonra topluca başka bir operatöre geçirmesinden kaynaklandığı, bir kısmının ise daha önce farklı operatörlerin abonelerini farklı numaralardan arayabilmek için birden çok hat kullanan abonelerin, her yöne tarifelerin çoğalması nedeniyle birden fazla olan hatlarını iptal ettirmesinden kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Şekil 4.44'de de görüldüğü üzere, numara taşınabilirliği sonrasında mobil abone sayısında görülen azalma trendi de anket sonuçlarını destekler niteliktedir. Toplam abone sayısında numara taşınabilirliği uygulaması sonrasında düşüş olabileceği Kurum tarafından öngörülmüş, bu husus muhtelif basın toplantılarında da belirtilmiştir.

Numara taşınabilirliği uygulamasının başladığı 2008 yılı sonu itibariyle İşletmecilerin toplam abone sayısı 65.824.110 iken, 2010 yılı sonu itibariyle bu sayı 61.769.635'e düşmüştür. 2012 yılı sonu itibariyle toplam mobil abone sayısı 67,68 milyon olup, bunun 35,12 milyon adedi Turkcell abonesi, 19,070 milyonu Vodafone abonesi ve 13,49 milyonu ise Avea abonesidir. 3G abonesi olanların sayısı 41.798 milyondur (BTKc, s.35).

Şekil 4.44. Toplam mobil abone sayısındaki değişim (2004-2012)

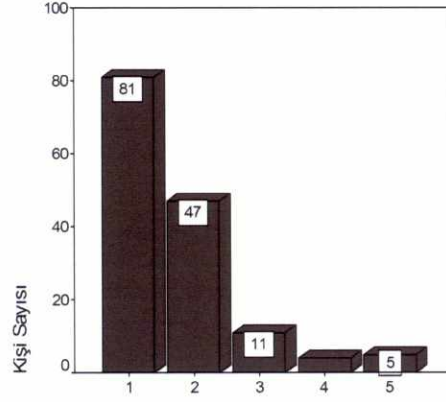


Kaynak: BTKb, 2013, s.35; BTKc, 2011, s.36.

Araştırmaya katılan ve 11 inci sorudaki “Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi?” sorusuna “evet” cevabını veren 150 kişiden “Cevabınız evetse; numara taşıma işleminden sonra mevcut hat sayınız kaç adettir?” sorusuna 148 kişi cevap vermiştir. Bunlardan 81 kişinin 1 (% 22,4), 47 kişinin 2 (% 13,0), 11 kişinin 3 (% 3,0), 4 kişinin 4 (% 1,1) ve 5 kişinin de 5 (%1,4) hattı bulunmaktadır (Şekil 4.45).

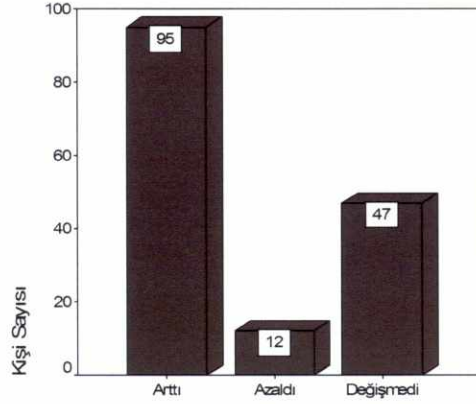
15 inci sorudaki “Cevabınız evetse; Numara taşıma işleminden sonra iptal ettiğiniz hat sayısı nedir?” sorusuna evet cevabı veren 91 kişinin iptal ettirdiği toplam hat sayısı 136 iken, 16 ncı sorudaki “Cevabınız evetse; numara taşıma işleminden sonra mevcut hat sayınız kaç adettir?” sorusunda birden fazla hattı bulunan abone sayısı 67 kişidir. Bu abonelerden bir kısmı, eşi, çocuğu veya diğer yakınlarının kullandığı aynı operatöre ait hatları (genellikle her yöne tarifeler) kendi üzerine kaydettirerek eşi, çocukları veya yakınlarına kullandırmasından kaynaklanmış olabileceği değerlendirilmektedir.

Şekil 4.45. Cevabınız evetse; numara taşıma işleminden sonra mevcut hat sayınız kaç adettir? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.



11 inci soruya (Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi?) evet cevabını verenlerin cevaplandırılması istenilen “Numara taşıma işleminden sonra hattınızın kullanma süresinde bir değişiklik oldu mu?” sorusuna 95 kişi arttı (% 26,2), 12 kişi azaldı (% 3,3) ve 47 kişi değişmedi (% 13,0) cevabını vermiştir (Şekil 4.46). Hattımın kullanma süresi arttı diyenlerin oranı azaldı diyenlerin oranının iki katından fazladır. Bu durumun, numara taşınabilirliği uygulamasından sonra işletmecilerin uyguladığı yeni her yöne tarifeler ile şebeke içi uzun süreli ve süresiz konuşma sağlayan tarifelerdeki artıştan kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Şekil 4.46. Cevabınız evetse; Numara taşıma işleminden sonra hattınızın kullanma süresinde bir değişiklik oldu mu? 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır



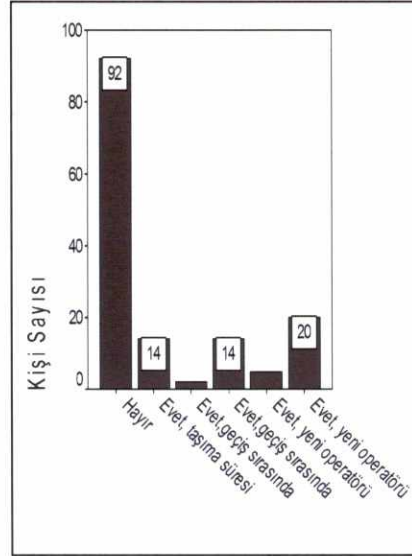
11 inci soruya (Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi?) evet cevabını verenlerin cevaplandırılması istenilen “Cevabınız evetse; numara taşıma işlemi nedeni ile herhangi bir şikâyetiniz oldu mu? Evet, ise şikâyetinizin mahiyeti nedir? sorusuna numarasını taşıyan 150 kişiden 147’si cevap vermiştir (Şekil 4.47). Bu kişilerden 92’ si (% 25,4) herhangi bir şikâyetinin olmadığını belirtirken, 14 kişi (% 3,9) evet, taşıma sürem çok gecikti, 2 kişi (% 0,6) evet, geçiş sırasında hattım çok uzun süre çalışmadı/kapalı kaldı; 14 kişi (% 3,9) evet, geçiş sırasında eski operatöre ait son faturam çok yüksek geldi; 5 kişi (% 1,4) evet, yeni operatörümün vaat ettiği promosyonlar verilmedi ve 20 kişi (% 5,5) evet, yeni operatörümün faturaları daha yüksek geldi cevabını vermişlerdir.

Bu soruya cevap verenler açısından yüzdeler oranlar incelendiğinde, soruya cevap veren 147 kişiden 92’si şikâyetçi olmadığını (% 62,6), 55 kişi ise (% 37,4) şikâyetçi olduğunu belirtmiştir. Şikâyetçi olan 55 kişiden ise sadece 16’sı (soruya cevap verenler içerisindeki oranı % 10,8) numara taşıma ile ilgili şikâyeti olduğunu belirtmiştir.

Numarasını taşıyan 150 kişiden 55'inin şikâyetçi olması (% 36,6) yüksek bir oran gibi görünmesine rağmen, bunlardan 14 kişinin (% 3,9) evet, geçiş sırasında eski operatöre ait son faturam çok yüksek geldi ve 20 kişinin de (% 5,5) evet, yeni operatörümün faturaları daha yüksek geldi cevabını vermesi, tüketicilerin seçtikleri kampanyalı tarife paketleri nedeniyle kampanya şartlarını yeterince okumamaları ve şartlara uymamalarından kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Ayrıca, diğer şikâyetlerin ise daha çok numara taşıma uygulamasının yeni bir uygulama olması nedeniyle geçiş sürecindeki problemlerden kaynaklandığı mütalaa edilmektedir. Sonuç olarak numara taşıma sürecinin genel olarak iyi işletildiğini söylemek mümkündür. Zira, şikâyetçi olduğunu ifade eden kısmın kendi içinde dağılımı incelendiğinde, şikâyetçi olan 55 kişiden 16 kişi numara taşıma süreci ile ilgili şikâyette bulunurken, 39 kişi taşıma sonrasında işletmecisi ile ilgili şikâyette bulunmaktadır.

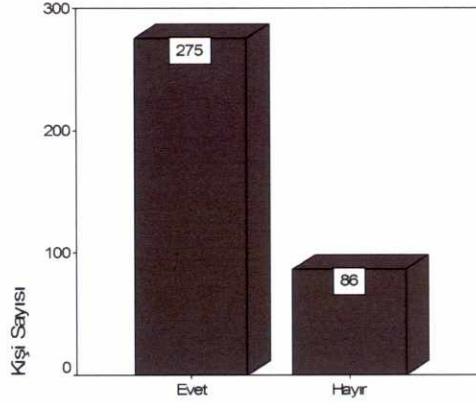
Bölüm sonunda da değinildiği üzere, numara taşıma ile ilgili şikâyetlere bakıldığında, toplam şikâyet sayısı içerisindeki oranının düşük olduğu, bu şikâyetlerin de daha çok taşıma süresi ve taahhüt süresi dolmadan işletmeci değişikliği yapılması nedeniyle oluşan faturalandırma şikâyetlerinin ağırlıklı olduğu görülmektedir.

Şekil 4.47. Cevabınız evetse; numara taşıma işlemi nedeni ile her hangi bir şikâyetiniz oldu mu? Evet, ise şikâyetinizin mahiyeti nedir? (11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.)



Aradığınız numaranın taşınmış bir numara olduğunu bildiren sinyal sesinden haberdar mısınız / anlayabiliyor musunuz? Sorusuna, araştırmaya katılan 362 kişiden 275'i (% 76,0) evet cevabını vermiştir. Hayır, cevabını verenler ise 86 kişidir (% 23,8). Aradığı numaranın taşınmış bir numara olduğundan haberdar olanların oranı (% 76) gibi yüksek bir rakam olarak görülse de, araştırmaya katılanların % 23,8'inin sinyal sesinden haberdar olmaması, aradığı numaranın şebeke içi veya şebeke dışı olup olmadığını ayırt edecek bilgiye sahip olmadığını göstermektedir (Şekil 4.48). Bu itibarla, bu şekilde bilgi sahibi olmayan abonelerin, eğer her yöne tarife paketi kullanmıyorlarsa bekledikleri faturadan yüksek bir fatura ile karşılaşmaları ihtimali mevcuttur.

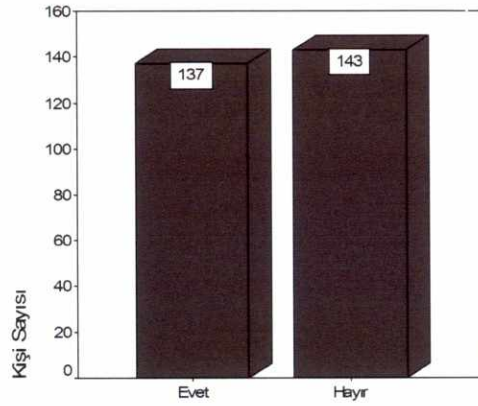
Şekil 4.48. Aradığınız numaranın taşınmış bir numara olduğunu bildiren sinyal sesinden haberdar mısınız / anlayabiliyor musunuz?



Aradığınız numaranın taşınmış bir numara olduğunu bildiren sinyal sesinden haberdar mısınız /anlayabiliyor musunuz? Sorusuna, evet cevabı verenlerin cevaplandırması istenilen;” bu sinyal sizce yeterli mi?” sorusuna evet yeterli cevabını verenlerin oranı % 37,8 (137 kişi) iken, hayır yetersiz cevabını verenlerin oranı % 39,5’tir (Şekil 4.49). Anket sonuçlarına göre, aranan bir numaranın taşınmış bir numara olduğunu gösteren sinyal sesinden haberdar olanların % 39,5’lik bir kesiminin sinyal sesini yetersiz gördüğü, 19 uncu sorudaki sinyal sesinden haberdar olamadığını belirten % 23,8’lik kesimle birlikte düşünüldüğünde, yetersiz bir uygulama olduğu değerlendirilebilir.

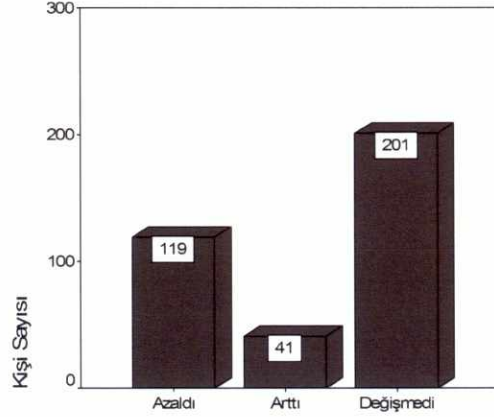
Ancak, geçen süreç içerisinde Kurum’a gelen şikâyetler arasında özellikle 2011 ve 2012 yıllarında aranan numaranın taşınmış bir numara olduğunu bildiren sinyal sesiyle ilgili her hangidir şikâyetin gelmediği görülmektedir. Bunun nedenleri arasında, öncelikle anons sisteminin yeterince anlaşılabilir olması ve her yöne tarifelerin artması nedeniyle abonelerin arama yaparken sinyal sesine fazla dikkat etmemesinin yer aldığı değerlendirilmektedir.

Şekil 4.49. Cevabınız evetse; bu sinyal sizce yeterli mi? (19 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.)



Numara Taşınabilirliği Uygulamasından sonra aboneli olduğunuz operatöre olan bağımlılığınızın ne şekilde değiştiğini düşünüyorsunuz? Sorusuna araştırmaya katılanların % 32,9'u (119 kişi) azaldı, % 11,3'ü arttı (41 kişi) ve % 55,5'i ise (201 kişi) değişmedi cevabını vermiştir (Şekil 4.50). Araştırmaya katılanların % 32,9'unun aboneli olduğu operatöre olan bağımlılığının azalması ve sadece % 11,3'lük bir kesimin bağımlılığının artması, numara taşınabilirliği uygulamasının tüketicilerin aboneli olduğu operatöre olan bağımlılığının azalması yönünde katkı sağladığı ve bu tüketicilerin daha iyi şartlar sağlanırsa başka bir operatöre numarasını taşıyabileceğini gösterdiği değerlendirilmektedir.

Şekil 4.50. Numara Taşınabilirliği Uygulamasından sonra abonesi olduğunuz operatöre olan bağımlılığınızın ne şekilde değiştiğini düşünüyorsunuz?



Türkiye’de Kasım 2008’de yürürlüğe giren mobil numara taşınabilirliği düzenlemelerinin yanı sıra 2008, 2009 ve özellikle 2010 yılındaki arabağlantı ücretlerinde yapılan indirim ve mobil şebeke dışı tarifelerine ilişkin yapılan düzenlemelerin sektördeki rekabeti önemli oranda teşvik ettiği ve mobil işletmeciler arasındaki numara taşımayı arttırdığı değerlendirilmektedir. Bu dönemde başta mobil işletmeciler olmak üzere ses pazarında faaliyet gösteren işletmecilerin doğrusal (kullandıkça artan) tarife politikalarına ek olarak nakit akışlarını garanti altına almayı hedefleyen doğrusal olmayan tarifelere de yöneldikleri görülmektedir. Söz konusu tarife politikaları içerisinde özellikle sabit bir ücret karşılığı belirli dakikaları garanti eden “her yöne” tarifeler aboneler nezdinde önemli derecede kabul görmüştür. Düzenleyici Kurum da arabağlantı ücretlerini düşürerek bu ortamın hazırlanmasına katkı sağlamıştır (Kulalı ve Bilir, 2010, s.121-122).

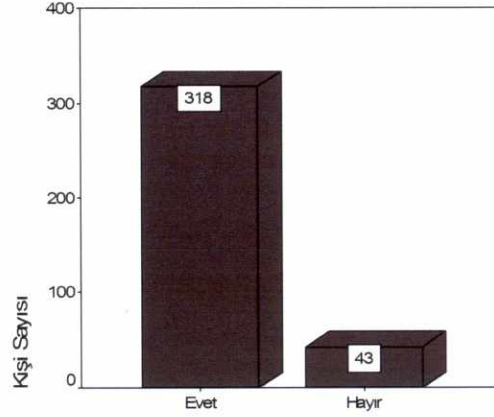
MNT uygulamasına başlanıldığı dönemden sonra Türkiye mobil elektronik haberleşme pazarında azami tarifelerin düşürülmesi, sonlandırma ücretlerinde yapılan indirimler gibi düzenleyici işlemler ve her yöne görüşme yapma hakkı sunan tarife paketlerinin yaygınlaşması ve ucuzlaması gibi gelişmeler yaşanmış ve ortalama tarife düzeyinde önemli düşüş ve kişi başına kullanım miktarında

artış sağlanmıştır. Türkiye’de MNT uygulamasının mobil işletmeciler arasındaki rekabeti artırdığı tüketicilerle yapılan anketlerin sonucunda da görülmektedir. Numara Taşınabilirliği Uygulamasından sonra, piyasadaki rekabet seviyesinde bir artış olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna araştırmaya katılanların % 87,8’i (318 kişi) evet rekabet seviyesi arttı cevabını verirken, % 11,9’luk kesimi (43 kişi) hayır rekabet seviyesi azaldı cevabını vermiştir (Şekil 4.51).

MNT uygulaması sonucu abone kaybetmek istemeyen ve yeni abone kazanmak isteyen işletmeciler rakip işletmeciler ile rekabet edebilmek için uyguladıkları yeni kampanyalarla tüketicilere daha cazip imkânlar sunmuştur. Bu da mobil piyasadaki rekabeti artırmış ve tüketicilerin daha ucuza, daha fazla konuşma imkânlarına kavuşmasına neden olmuştur.

MNT uygulaması sadece mobil işletmeciler arasındaki rekabeti değil sabit telefon işletmecisi ile mobil işletmeciler arasındaki rekabeti de değişime uğratmıştır. Sabit mobil ikamesi, mobil lehine hızlanmakta ve mobil işletmecilerin abone sayısı artarken, sabit işletmecilerin abone sayısında azalma yaşandığı görülmektedir (Kulalı ve Bilir, 2010, s.131). Bu gelişmenin mobil işletmecilerin uyguladıkları her yöne tarifeler ve sabit telefon işletmecisinin almış olduğu sabit ücretlerden dolayı olduğu değerlendirilmektedir.

Şekil 4.51. Numara Taşınabilirliği Uygulamasından sonra, piyasadaki rekabet seviyesinde bir artış olduğunu düşünüyor musunuz?



Numara taşınabilirliği uygulamasının başlaması ile numarasını kaybetmek istemeyen tüketicilerin numarasını değiştirmeden başka operatöre geçebilmesinin sağlanması, GSM piyasasına hareketlilik getirmiştir. Abone kaybetmek istemeyen ve yeni abone kazanmak isteyen işletmeciler rakip işletmeciler ile rekabet edebilmek için uyguladıkları yeni kampanyalarla tüketicilere daha cazip imkânlar sunmuştur. Bu da GSM piyasasındaki rekabeti artırmış ve tüketicilerin daha ucuza, daha fazla konuşma imkânlarına kavuşmasına neden olmuştur. Piyasadaki rekabeti arttıran ve işletmecilerin sabit ücretli her yöne tarifeler uygulayabilmelerini sağlayan en önemli unsurlardan biri ise, Kurum'un 10.02.2010 tarih ve 2010/DK-07/88 sayılı Kurul Kararı ile 01.04.2010 tarihinden itibaren ara bağlantı ücretlerini düşürmesidir.

Numara Taşınabilirliği Uygulamasından sonra, piyasadaki rekabet seviyesinde bir artış olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna (22 inci soru) evet cevabını verenlerin cevaplandırması istenilen "aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz?" sorusuna, araştırmaya katılan kişilerden 288'i fiyatlarda düşme (Şekil 4.53), 259'u fiyatlarda çeşitlenme (Şekil 4.54), 244'ü hizmet kalitesinde artış (Şekil 4.55), 244'ü promosyonlarda artış

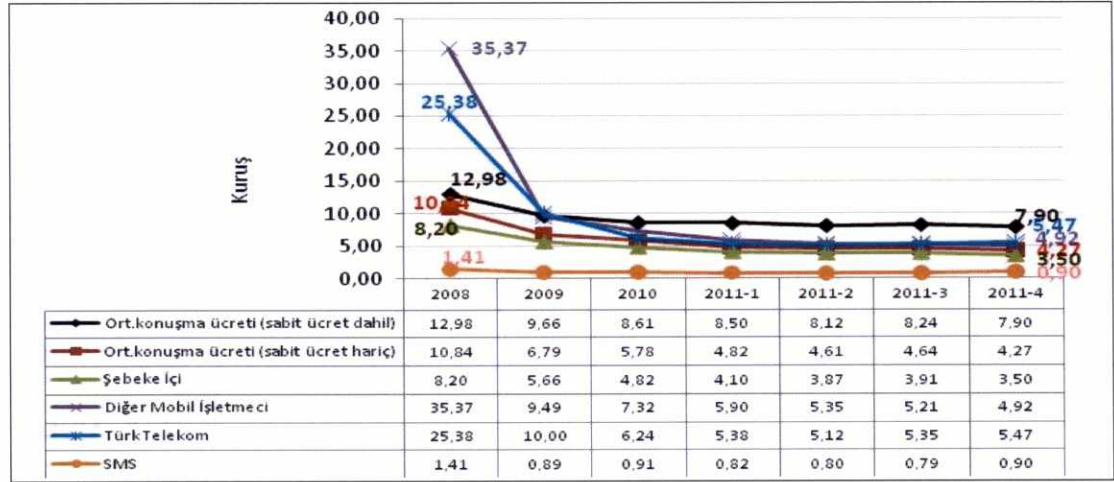
(Şekil 4.56), 224'ü kapsama alanında iyileşme (Şekil 4.57), 87'si diğer (Şekil 4.58) cevabı vermiştir.

Araştırmaya katılan 362 kişiden 288'inin fiyatlarda düşme cevabını vermesi ve bu kişilerden de 175'inin (% 37,3) çok 5 (en fazla) şikkını işaretlemesi operatör seçiminde (4 üncü sorudaki Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? sorusuna verilen cevaplarla paralel olarak) numara taşınabilirliği uygulamasından sonra da fiyatların en önemli unsur olmaya devam ettiğini göstermektedir.

Diğer taraftan araştırmaya katılanlardan 259 kişinin fiyatlarda çeşitlenme cevabını vermesi ve bu kişilerden 112'sinin de (30,9) çok 5 (en fazla) cevabını ve yine 244 kişinin promosyonlarda artış cevabını vermesi, numarasını başka operatöre taşımayı düşünenlerin alacağı hizmet için ödeyeceği fiyat konusundaki hassasiyetini göstermektedir.

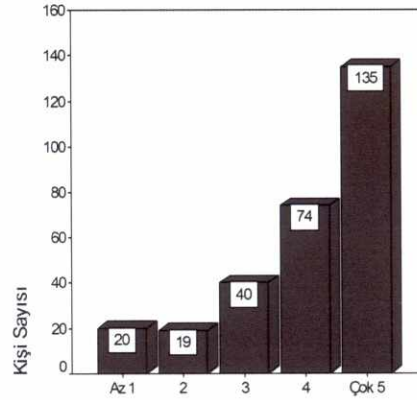
Şekil 4.52'nin incelenmesinde de görüldüğü üzere, numara taşımanın başladığı 2008 yılı ile 2011 yılı dördüncü çeyrek rakamları kıyaslandığında şebeke içi, şebeke dışı ve SMS dâhil bütün ücret kalemlerinde büyük bir düşüş yaşandığı görülmektedir. Bu düşüşte her ne kadar 10.02.2010 tarih ve 2010/DK-07/88 sayılı Kurul Kararı ile ara bağlantı ücretlerinin düşürülmüş olmasının etkisi büyük olsa da, mobil numara taşınabilirliğinin hayata geçmesi ile abone kaybetmek istemeyen işletmeciler arasındaki rekabetin de bu düşüşte etkili olduğu değerlendirilmektedir.

Şekil 4.52. Ortalama ücretlerdeki değişim (2008-2011) Genel

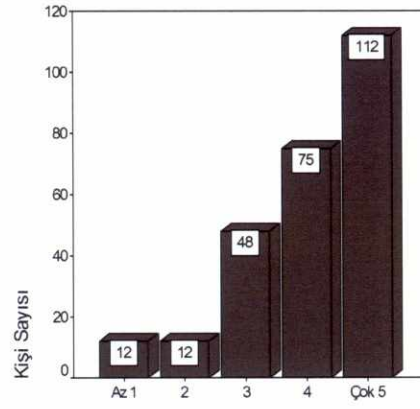


Kaynak: BTKd, Mart 2012, sf. 76.

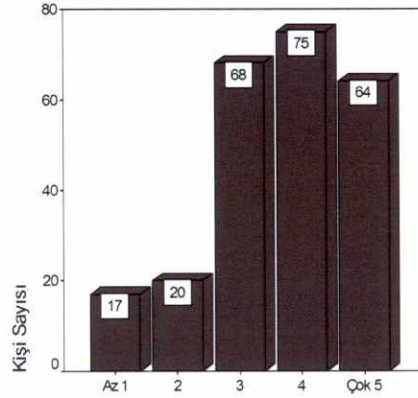
Şekil 4.53. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Fiyatlarda düşme



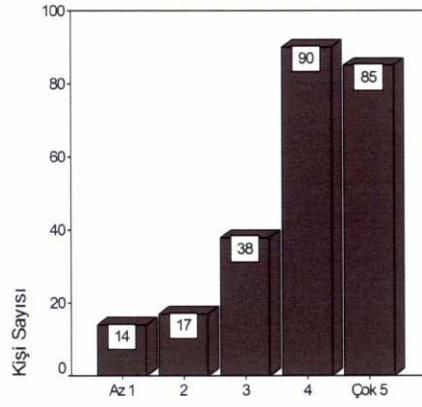
Şekil 4.54. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Fiyatlarda çeşitlenme



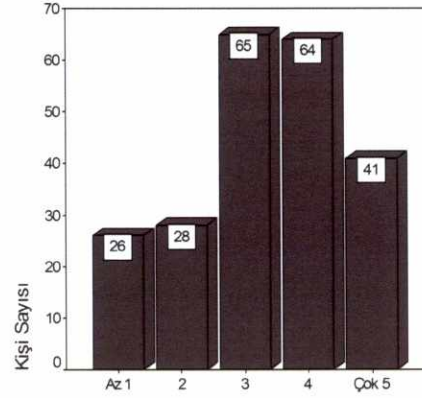
Şekil 4.55. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Hizmet kalitesinde artış



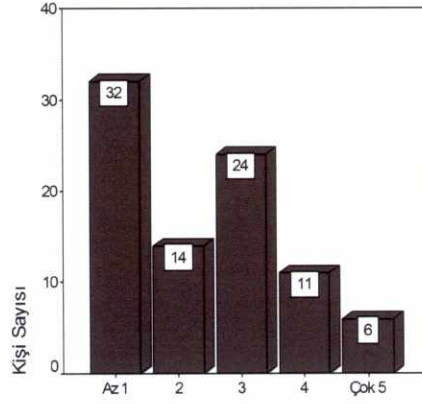
Şekil 4.56. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Promosyonlarda artış



Şekil 4.57. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Kapsama alanında iyileşme

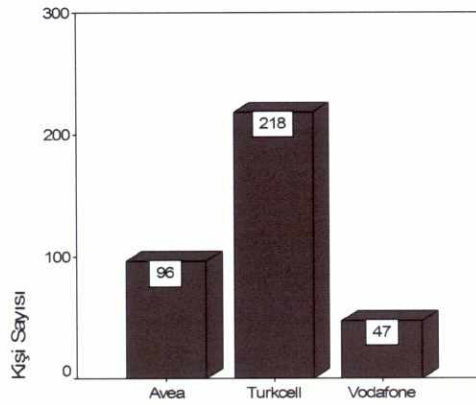


Şekil 4.58. Cevabınız evetse, aşağıdakilerden hangisinde tüketici lehine bir gelişme olduğunu düşünüyorsunuz? (22 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.) Diğer



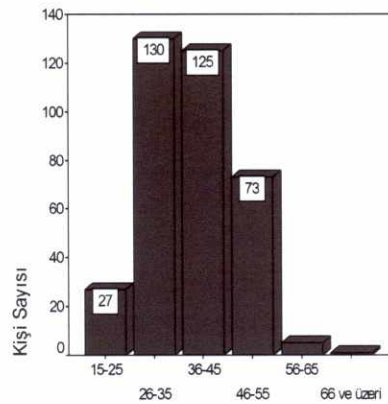
Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) sorusuna araştırmaya katılanlardan 96 kişi Avea (% 26,5), 218 kişi Turkcell (% 60,2) ve 47 kişi ise Vodafone (%13,0) cevabını vermişlerdir (Şekil 4.59). Araştırmaya katılanların işletmeci bazında dağılımına bakıldığında, Turkcell ve Avea aboneleri işletmecilerin toplam abone sayıları ile paralellik gösterirken, Vodafone abonelerinin aynı paralelliği göstermediği değerlendirilmektedir.

Şekil 4.59. Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat)



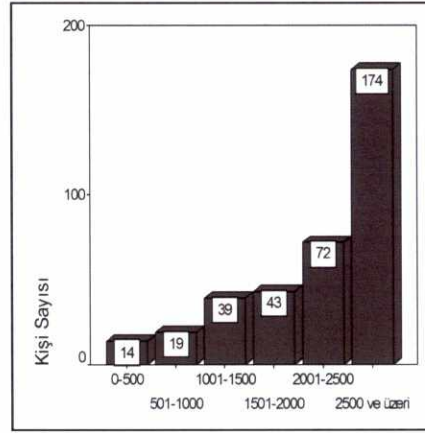
Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunu genç ve orta yaş grubu oluşturmaktadır. 26-35 yaş grubunda 130 kişi (% 35,9), 36-45 yaş grubunda 125 kişi (% 34,5) ve 46-55 yaş grubunda 73 kişi (% 20,2) olmak üzere toplam 328 kişi (%90,6) bulunmaktadır. Bunların içerisinde de en büyük bölümü 130 kişi (% 35,9) 26-35 grubu oluşturmaktadır (Şekil 4.60).

Şekil 4.60. Yaşınız?



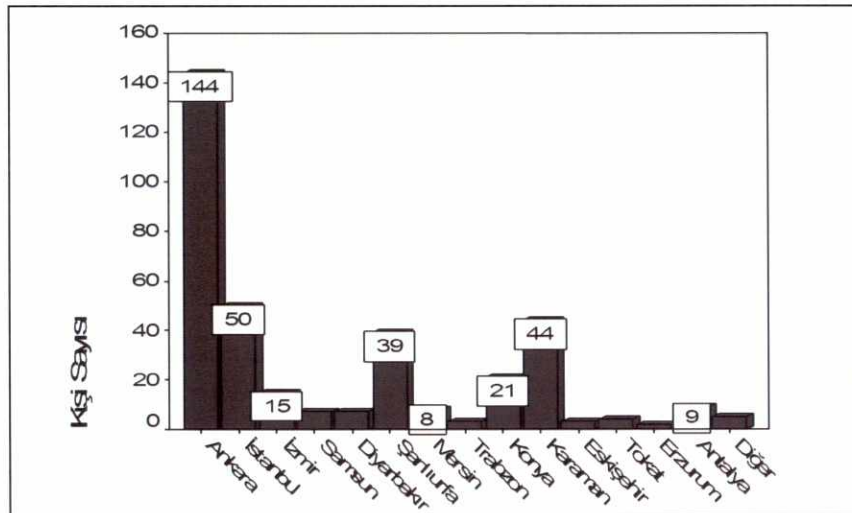
Araştırma değişik gelir grupları arasında gerçekleştirilmiş olup; en yüksek grubu da % 48,1 lik oran ile (174 kişi) 2.500 TL ve üzeri gelir grubuna mensup kimselerden oluşmuştur. İkinci sırayı da 2001 - 2500 TL arasındaki grup oluşturmaktadır (Şekil 4.61). Bu oranlar da, araştırmanın gelir seviyesi yüksek kimseler arasında gerçekleştiğini göstermektedir.

Şekil 4.61. Lütfen, aylık gelir kategorinizi işaretleyiniz (TL)



Araştırma Türkiye'nin tüm bölgelerini kapsayacak şekilde 14 ilde gerçekleştirilmiştir. Bu iller arasında % 39,8 ile en büyük oranı Ankara teşkil etmektedir. Daha sonra da sırasıyla İstanbul, Karaman ve Şanlıurfa gelmektedir. Şekil 4.62'deki yüzdeler değerlendirilmede 8 ve üzeri anket yapılan illerdeki sayılar gösterilmiştir.

Şekil 4.62. Ankete nereden katılıyorsunuz?



Araştırmaya katılan 279 faturalı hat sahibinden 232'si "Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır?" sorusuna fiyatlar cevabını vermişlerdir (% 83,15) (Tablo 4.3) . Ön ödemeli hat sahiplerinde ise bu oran % 87,37'dir. Operatör seçiminde fiyatların önem taşıdığını belirten faturalı hat sahibi 232 kişiden de 136'sı (% 58,6) çok 5 (en fazla) cevabını vermişken, ön ödemeli hat sahibi 47 kişiden 19'u (% 40,4) çok 5 (en fazla) cevabını vermiştir.

Operatör seçiminde en önemli unsur hizmet kalitesi cevabını verenler incelendiğinde (Tablo 4.1), 279 faturalı hat sahiplerinde bu oran %70,6 (197 kişi) iken, ön ödemeli hat sahiplerinde % 72'dir. (54 ön ödemeli hat abonelerinden 39'u hizmet kalitesi cevabı vermiştir.) Kapsama alanı cevabını verenlerin oranları incelendiğinde (Tablo 4.2), 279 faturalı hat abonesinden 213'ü (% 76,3) operatör seçiminde en önemli unsur olarak kapsama alanı cevabını vermiş iken 54 ön ödemeli hat abonesinden 40'ı (% 74) kapsama alanı cevabını vermiştir.

Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor) seçeneğini operatör seçiminde en önemli unsur olarak görenlerin verdiği cevaplar incelendiğinde, 175 faturalı hat abonesi (62,9) operatör seçiminde en önemli unsur olarak aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor) cevabını vermişken, 46 ön ödemeli hat abonesi (% 85,1) aynı cevabı vermiştir.

Yine 279 faturalı hat abonesinden 158'i (% 56,6) operatör seçiminde en önemli unsur olarak promosyonlar cevabını vermiştir (Tablo 4.5). 54 ön ödemeli hat abonesinden ise 41'i operatör seçiminde en önemli unsur olarak promosyonlar cevabını vermiştir (% 75,9).

Marka cevabını verenlerin oranları incelendiğinde ise (Tablo 4.4), 279 faturalı hat abonesinden 153'ü (% 54,8) operatör seçiminde en önemli unsur olarak

marka cevabını vermiş olup; 54 ön ödemeli hat abonesinden 33'ü (% 61,1) kapsama alanı cevabını vermiştir.

Operatör seçiminde hem faturalılarda (% 83,15), hem de ön ödemelilerde (% 87,37) en önemli unsur yine fiyatlar olup, daha sonra sırasıyla hizmet kalitesi, kapsama alanı, aile ve arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor), promosyonlar ve marka gelmektedir.

Yine 4 üncü sorunun değerlendirilmesinde değinildiği üzere, araştırmaya katılanların ortalama gelir düzeyleri ve cep telefonu kullanımı için harcadıkları miktarlar bakımından Türkiye ortalamasının üzerinde bir grup olmasına rağmen operatör seçiminde hem faturalı hat sahipleri için, hem de ön ödemeli hat sahipleri için fiyatların en önemli unsur olarak değerlendirilmesi, ülkemizde fiyatlar konusunda tüketicilerin çok hassas olduğunu göstermektedir. Yukarıda da değinildiği gibi, anket sonuçlarının incelenmesinden ortaya çıkan sonuçlardan birisi de abonelerin fiyatlar konusunda çok hassas olduğu ve bu durumun da numara taşınabilirliği uygulaması ile piyasadaki rekabetin artmasına ve fiyatların azalmasına neden olduğu değerlendirilmektedir.

Tablo 4.1. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Hizmet Kalitesi Çapraz Tablosu

		Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Hizmet Kalitesi					Toplam
		Az 1	2	3	4	Çok 5	
Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	Fatura	15	9	30	46	97	197
	Ön Ödemeli	4	4	8	9	14	39
	Her İkiside		1	4	6	10	21
Toplam		19	14	42	61	121	257

Tablo 4.2. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Kapsama Alanı Çapraz Tablosu

		Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Kapsama Alanı					Toplam
		Az 1	2	3	4	Çok 5	
Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	Fatura	13	8	22	43	127	213
	Ön Ödemeli	5	3	5	8	19	40
	Her İkisinde		1	5	7	10	23
Toplam		18	12	32	58	156	276

Tablo 4.3. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Fiyatlar Çapraz Tablosu

		Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Fiyatlar					Toplam
		Az 1	2	3	4	Çok 5	
Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	Fatura	13	20	31	32	136	232
	Ön Ödemeli	9	5	4	10	19	47
	Her İkisinde	1		1	5	15	22
Toplam		23	25	36	47	170	301

Tablo 4.4. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Marka Çapraz Tablosu

		Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Marka					Toplam
		Az 1	2	3	4	Çok 5	
Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	Fatura	39	32	36	22	24	153
	Ön Ödemeli	14	4	6	7	2	33
	Her İkiside	8	2	3	1	4	18
Toplam		61	38	45	30	30	204

Tablo 4.5. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Promosyonlar Çapraz Tablosu

		Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Promosyonlar					Toplam
		Az 1	2	3	4	Çok 5	
Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	Fatura	41	31	30	22	34	158
	Ön Ödemeli	8	5	7	6	15	41
	Her İkiside		2	4	5	7	18
Toplam		49	38	41	33	56	217

Tablo 4.6. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor) Çapraz Tablosu

		Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor)					Toplam
		Az 1	2	3	4	Çok 5	
Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	Fatura	32	25	28	35	55	175
	Ön Ödemeli	7	4	7	13	15	46
	Her İkiside		7	3	2	6	18
Toplam		39	36	38	50	76	239

Tablo 4.7. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Diğer Çapraz Tablosu

		Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Diğer					Toplam
		Az 1	2	3	4	Çok 5	
Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	Fatura	54	12	17	7	5	95
	Ön Ödemeli	10	3	3			16
	Her İkiside	4	1	3		1	9
Toplam		68	16	23	7	6	120

Ankete katılanlar arasında ön ödemeli hat kullanan abonelerde numara taşıma oranı, faturalı hat kullanan abonelere göre daha düşüktür. Ankete cevap veren 279 faturalı hat abonesinden 122'si numarasını taşımışken (% 43,7), 54 ön ödemeli hat abonesinden 11'i numarasını taşımıştır (% 20,3). Bu sonuç da, ön ödemeli hat abonesinin numarasına bağımlılığının faturalı hat sahiplerine göre

daha düşük olduğunu göstermektedir (Tablo 4.8) Yukarıda da değinildiği üzere, mobil numara taşıma sayılarındaki faturalı faturasız oranlarına bakıldığında, Kasım 2008 tarihi ile Nisan 2013 sonu arasındaki toplam taşıma sayısı 56 milyonu aşmış olup, bunun 42 milyonu (% 75) faturasız, 12 milyonu ise faturalı (% 25) numaralardan oluşmaktadır (BTK, Bilgi Edinme Başvurusu, 2013).

Tablo 4.8. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi? Çapraz Tablosu

		Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi?		Toplam
		Evet	Hayır	
Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	Fatura	122	157	279
	Ön Ödemeli	11	43	54
	Her İkiside	17	11	28
Toplam		150	211	361

Çapraz tablolardaki 2 nci soruda da belirtildiği üzere, araştırmaya katılanlar arasında ön ödemeli hat kullanan abonelerde numara taşıma oranı, faturalı hat kullanan abonelere göre daha düşüktür. Ancak taşıma sayıları karşılaştırıldığında oranlar birbirine son derece yakın olduğu görülmektedir.

Faturalı hat sahiplerinde numarasını bir kez taşıyanların oranı % 67,4 iken, ön ödemelilerde bu oran % 66,6, numarasını iki kez taşıyanların oranı, faturalı hat sahiplerinde % 24,6 iken ön ödemelilerde % 25'tir. Üç kez numarasını taşıyanlarda ise, faturalı hat sahiplerinde % 7,1 iken, ön ödemeli hat sahiplerinde % 8,3'tür. Üçten fazla numarasını taşıyan ön ödemeli hat sahibi bulunmamakta iken faturalılarda bir kişi bulunmaktadır (Tablo 4.9) . Bu durum

da, faturasız hat sahiplerinde hatlarını taşıma sayılarının daha fazla olduğu değerlendirilmektedir.

Tablo 4.9. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Cevabınız evetse, bu uygulamadan sonra kaç kez operatör değiştirdiniz 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır. Çapraz Tablosu

		Cevabınız evetse, bu uygulamadan sonra kaç kez operatör değiştirdiniz 11 nolu soruya evet cevabı verildiyse cevaplanacaktır.				Toplam
		1	2	3	3'ten fazla	
Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	Fatura	85	31	9	1	126
	Ön Ödemeli	8	3	1		12
	Her İkiside	12	2	1	2	17
Toplam		105	36	11	3	155

Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise, en çok kullandığınız hat) çapraz tablosunda 257 kişi hizmet kalitesi (Tablo 4.10), 276 kişi kapsama alanı (Tablo 4.11), 301 kişi fiyatlar (Tablo 4.12), 204 kişi marka (Tablo 4.13), 217 kişi promosyonlar (Tablo 4.14), 239 kişi aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor) (Tablo 4.15) ve 120 kişi diğer (Tablo 4.16) cevabını işaretlemişlerdir.

Verilen cevaplar operatör bazında incelendiğinde, fiyatlar cevabını verenlerin oranları Turkcell abonelerinde % 83 (araştırmaya katılan 218 aboneden 181'i), Avea abonelerinde % 86,2 (araştırmaya katılan 96 aboneden 79'u) ve Vodafone abonelerinde % 87,2 (araştırmaya katılan 47 aboneden 41'i)'dir. 4 üncü soru ve çapraz 1 inci soruların değerlendirmesinde de belirtildiği üzere, operatör seçiminde fiyatlar tercihi üç operatörün abonelerinde de çok önemli unsur olup, oranlar birbirine son derece yakındır.

Kapsama alanı cevabını verenlerin operatör bazında oranları incelendiğinde, Turkcell abonelerinde % 87,1 (araştırmaya katılan 218 aboneden 190'ı), Avea abonelerinde % 53,1 (araştırmaya katılan 96 aboneden 51'i) ve Vodafone abonelerinde % 74,4 (araştırmaya katılan 47 aboneden 35'i)'dir.

Oranlarda da görüldüğü gibi, Turkcell aboneleri operatör seçiminde en önemli tercih unsuru olarak kapsama alanını görmektedir. Kapsama alanı tercihindeki % 87,1'lik oran, fiyatlar tercihindeki % 83'lük oranın bile üstünde olup, kapsama alanı operatör seçiminde Turkcell aboneleri için en önemli tercih durumundadır.

Vodafone abonelerinde de benzer bir durum görülmekte olup, % 74,4'lük oran ile kapsama alanı tercihi operatör seçiminde çok önemli tercih unsuru olarak belirtilmekle birlikte, yine de fiyat unsurunun (% 87,2) gerisinde kalmaktadır.

Avea abonelerinde ise diğer işletmecilerin aksine bir durum mevcuttur. % 53,1'lik kapsama alanı tercihi oranı fiyatlar tercihindeki % 86,2'lik oran ile kıyaslandığında son derece düşük bir orandır.

Benzer bir durum operatör seçiminde marka cevabını verenlerde de görülmektedir. Operatör seçiminde aşağıdakilerden hangisi rol oynamıştır sorusuna marka cevabını verenlerin operatör bazındaki oranları, Turkcell abonelerinde % 65,1 (araştırmaya katılan 218 aboneden 142'si), Avea abonelerinde % 37,5 (araştırmaya katılan 96 aboneden 36'sı) ve Vodafone abonelerinde % 55,3 (araştırmaya katılan 47 aboneden 26'sı)'dür. Yüzdeler oranlarda da görüldüğü gibi, operatör tercihinde Turkcell'i bir marka olarak seçenlerin oranı üç işletmeci arasında en yüksek oran (% 65) iken, Vodafone'nu marka olduğu için tercih edenlerin oranı da (% 55,3) bir hayli yüksektir. Operatörünü marka olduğu için tercih eden abonelerin oranı en düşük operatör ise üç işletmeci arasında Avea'dır (% 37,5) .

Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor) seçeneğini operatör seçiminde en önemli unsur olarak görenlerin verdiği cevaplar incelendiğinde oranlar, Turkcell abonelerinde % 66,97 (araştırmaya katılan 218 aboneden 146'sı), Avea abonelerinde % 65,6 (araştırmaya katılan 96 aboneden 29'u) ve Vodafone abonelerinde % 63,8 (araştırmaya katılan 47 aboneden 30'u)'dir. Operatör seçiminde aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor) seçeneğini tercih edenlerin oranları üç operatörün abonelerinde de son derece birbirine yakındır.

Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? sorusuna promosyonlar cevabını verenlerin oranları incelendiğinde ise bu oranlar, Turkcell abonelerinde % 63,7 (araştırmaya katılan 218 aboneden 139'u), Avea abonelerinde % 47,9 (araştırmaya katılan 96 aboneden 46'sı ve Vodafone abonelerinde % 68 (araştırmaya katılan 47 aboneden 32'si)'dir. Promosyonları operatör seçiminde önemli bir unsur olarak görenlerde en yüksek oran olarak Vodafone aboneleri görülmekte olup, en düşük oran ise Avea abonelerinde görülmektedir.

Tablo 4.10. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Hizmet Kalitesi * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu

		Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat)			Toplam
		Avea	Turkcell	Vodafone	
Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Hizmet Kalitesi	Az 1	5	9	5	19
	2	8	4	2	14
	3	11	25	6	42
	4	7	45	9	61
	Çok 5	15	94	12	121
Toplam		46	177	34	257

Tablo 4.11. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Kapsama Alanı * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu

		Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat)			Toplam
		Avea	Turkcell	Vodafone	
Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Kapsama Alanı	Az 1	7	8	3	18
	2	5	4	3	12
	3	11	15	6	32
	4	12	38	8	58
	Çok 5	16	125	15	156
Toplam		51	190	35	276

Tablo 4.12. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Fiyatlar * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu

		Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat)			Toplam
		Avea	Turkcell	Vodafone	
Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Fiyatlar	Az 1	3	16	4	23
	2	6	18	1	25
	3	6	25	5	36
	4	11	30	6	47
	Çok 5	53	92	25	170
Toplam		79	181	41	301

Tablo 4.13. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Marka * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu

		Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat)			Toplam
		Avea	Turkcell	Vodafone	
Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Marka	Az 1	17	35	9	61
	2	9	28	1	38
	3	6	32	7	45
	4	2	22	6	30
	Çok 5	2	25	3	30
Toplam		36	142	26	204

Tablo 4.14. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Promosyonlar * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu

		Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat)			Toplam
		Avea	Turkcell	Vodafone	
Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Promosyonlar	Az 1	9	35	5	49
	2	6	29	3	38
	3	10	25	6	41
	4	9	18	6	33
	Çok 5	12	32	12	56
Toplam		46	139	32	217

Tablo 4.15. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor) * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu

		Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat)			Toplam
		Avea	Turkcell	Vodafone	
Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Aile, arkadaşlar (bu operatörü kullanıyor)	Az 1	4	27	8	39
	2	3	25	8	36
	3	11	23	4	38
	4	16	31	3	50
	Çok 5	29	40	7	76
Toplam		63	146	30	239

Tablo 4.16. Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Diğer * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu

		Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat)			Toplam
		Avea	Turkcell	Vodafone	
Şu anki operatör seçiminizde, aşağıdakilerden hangileri önem taşımıştır? Diğer	Az 1	14	45	9	68
	2	2	9	5	16
	3	6	15	2	23
	4	3	3	1	7
	Çok 5	2	4		6
Toplam		27	76	17	120

Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi? Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) çapraz tablosunda Turkcell abonelerinden operatörünü değiştirenlerin oranı % 37,1 (218 aboneden 81'i), Avea abonelerinden operatörünü değiştirenlerin oranı % 42,7 (96 aboneden 41'i) ve Vodafone abonelerinden operatörünü değiştirenlerin oranı ise % 59,5 (47 aboneden 28'i)'dir (Tablo 4.17).

Yüzdeler oranların incelenmesinden de görüldüğü gibi, numara taşınabilirliği uygulamasından sonra operatörünü değiştirenlerde en büyük oran % 59,5'le Vodafone abonelerindedir. İkinci sırada ise % 42,7' lik oran ile Avea aboneleri gelmekte iken, Turkcell aboneleri % 37,1'lik oran ile üçüncü sıradadır. Anket sonucu ortaya çıkan oranlar ile operatörlerin toplam abone sayıları ve birbirleri arasındaki numara taşıma oranları incelendiğinde paralellik gösterdiği değerlendirilmektedir.

Tablo 4.17. Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi? * Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat) Çapraz Tablosu

		Şu an hangi operatörün abonesisiniz? (Birden fazla ise: en çok kullandığınız hat)			Toplam
		Avea	Turkcell	Vodafone	
Numara taşınabilirliği uygulamasından sonra hiç operatörünüzü değiştirdiniz mi?	Evet	41	81	28	150
	Hayır	55	137	19	211
Toplam		96	218	47	361

Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? Numara taşınabilirliği uygulamasından haberdar mısınız? çapraz tablosu incelendiğinde, faturalı hat abonelerinin % 99,'u, ön ödemeli hat abonelerinin ise tamamı (% 100) numara taşınabilirliği uygulamasından haberdar olduğu görülmektedir (Tablo 4.18).

Tablo 4.18. Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi? * Numara taşınabilirliği uygulamasından haberdar mısınız? Çapraz Tablosu

		Numara taşınabilirliği uygulamasından haberdar mısınız?		Toplam
		Evet	Hayır	
Aboneliğiniz faturalı mı ön ödemeli mi?	Fatura	278	1	279
	Ön Ödemeli	54		54
	Her İkiside	28		28
Toplam		360	1	361

4.2. Bazı Ülkelerdeki Mobil Numara Taşıma Uygulamaları ile Türkiye Kıyaslaması

Mobil numara taşıma ile ilgili olarak Dünya'daki bazı ülke örnekleri ile Türkiye'deki 2010 yılına ait verilerin yer aldığı Tablo 4.19 incelendiğinde; mobil numara taşıma uygulamasının geç başlamış olmasına rağmen (2008) Türkiye'deki numara taşıma sayısının diğer ülkelere göre çok fazla olduğu görülmektedir. Diğer taraftan, toplam mobil numara sayısı içerisinde taşınan numaraların oranına bakıldığında ise (Türkiye'de % 40, en yakın ülke olarak İngiltere'de ise % 29), tablodaki diğer ülkelere göre oranın çok yüksek olduğu değerlendirilmektedir. Toplam mobil abone sayısı içerisinde ön ödemeli abonelerin oranının da diğer birçok ülkeye göre yüksek olduğu gözlemlenmektedir (% 69). Bu durum, 2012 yılı sonu itibariyle Türkiye'deki toplam taşınan numara sayısında da görülmektedir. Kasım 2008 tarihi ile Nisan 2013 sonu arasındaki toplam taşıma sayısı 56 milyonu aşmış olup, bunun 42 milyonu (% 75) faturasız, 12 milyonu ise faturalı (% 25) numaralardan oluşmaktadır (BTK, Bilgi Edinme Başvurusu, 2013). Yine 2012 yılı sonu itibariyle toplam faturalı ve faturasız hat sahiplerinin oranlarına bakıldığında ise, faturalı abonelerin oranı % 38,4 iken, faturasız hat abonelerinin oranı % 61,6'dır (BTKb, s.38).

Diğer taraftan, mobil numaraların taşıma sürelerine bakıldığında ise, Hindistan'dan sonra (7 gün) en uzun taşıma süresinin Türkiye'de olduğu (6 gün), ABD'de taşıma süresinin 2 saat olması da göz önüne alındığında, bu sürenin fazla olması nedeniyle kısaltılması gerektiği değerlendirilmektedir.

Tablo 4.19. Bazı Ülkelerde Mobil Numara Taşıma İstatistikleri ve Türkiye kıyaslaması (2010 yılı itibarıyla)

Ülke	2010 yılı Nüfus Sayısı (milyon)	Toplam Mobil Abone Sayısı	Taşıma süresi	MNT Başlan-gıç Tarihi	Taşınan Toplam Mobil Numara Sayısı	Taşınan numaralar ın toplam mobil numara sayısına oranı (%)	Ön ödemeli abonele rin oranı (%)
İngiltere	62.435.709	81.115.000	2+ gün	1999	23.760.000 ²	%29.2	%52
İrlanda	4.581.269 (2011)		4.1 gün	2003	2.200.000		%69
İsveç	9.378	10.885.000	3 gün	2001	544.250	% 5	% 37
Portekiz	10.636.979 (2011)	14.634.120 (2009 yılı)	3,7 gün	2003	443.000	%3	
ABD	309.349	278.900.000	2 saat	2003	15.339.500	% 5,5	% 25
Suudi Arabistan	27.448	51.564.000	5 gün	2006	1.546.920	% 3	% 85
Malezya	28.401	33.859.000	3 gün	2008	1.015.770	% 3	% 76
Brezilya	194.946	202.944.000	3 gün	2008	3.044.160	% 1,5	% 81
Hindistan	1,224.600	752.190.000	7 gün	2011	27.078.840	% 3,6	% 95
Türkiye	73.722. 988	61,770.000	6 gün	2008	24,900.000	%40,3	%69

Kaynak:World Bank and Yankee Group, 2012; BTKd, 2012,s.42,44, Wikipedia, 2013; Number Portability Efficiency, 2010

² İngiltere'de 1999 yılında mobil numara taşınabilirliği başlamış olup, 2010'da aylık ortalama 180.000 numara taşındığı belirtilmektedir. Buna göre taşınan numara sayısının yaklaşık olarak 23.760.000 (11 yıl*12 ay*180.000) olduğu belirlenmiştir.

4.3. MNT Uygulamasına İlişkin Tüketici Şikâyetleri

Numara Taşınabilirliği uygulaması ilgili Kurum'a ulaşan şikâyetler incelendiğinde şikâyet sayısının çok fazla olmadığı görülmektedir. Mobil numara taşıma uygulamasının başladığı 09.11.2008 tarihinden 2011 yılı sonuna kadar Yetkilendirme Dairesi Başkanlığı'na yazılı olarak gelen şikâyetlerle, Kurum tarafından oluşturulan ve www.tuketici.btk.gov.tr internet adresinden elektronik ortamda alınan ve analiz ve raporlama imkânı sağlayan sistem üzerinden alınan şikâyetler ayrı ayrı incelenmiştir.

Uygulamanın başladığı 09.11.2008 tarihinden 31.12.2010 tarihine kadar Kurum'a ulaşan şikâyet sayısı 195 iken 2011 yılında Kurum'a ulaşan şikâyet sayısı 30 olarak tespit edilmiştir (Özdemir, 2013, Sözlü Görüşme). Yeni şikâyet sisteminin devreye girdiği 01.07.2012 tarihi ile 31.03.2013 tarihi arasında 166 adet şikâyet Kurum'a gelmiştir (Akpınar, 2013, Sözlü Görüşme). Şikâyetlerin 175 adedi numara taşınabilirliği uygulamasının başladığı 09.11.2008 tarihi ile yeni Numara Taşınabilirliği Yönetmeliği'nin yayımlandığı 02.07.2009 tarihleri arasında Kuruma ulaşan şikâyetlerdir (Özdemir, 2013, Sözlü Görüşme). 2010 ve 2011 yıllarında yeni Numara Taşınabilirliği Yönetmeliği'nin yayımlanması nedeniyle şikâyet sayısında düşme yaşanırken, 2012 yılında şikâyet sayısında yeniden yükseliş yaşandığı gözlemlenmiştir. Şikâyetler incelendiğinde, bunun nedeni olarak Kurum'un 2012 yılında faaliyete geçirmiş olduğu online şikâyet sisteminin devreye girmiş olması nedeniyle toplam şikâyet sayısındaki aşırı artışla paralel olduğu görülmektedir (Akpınar, 2013, Sözlü Görüşme).

Şikâyetlerin türleri incelendiğinde, belli başlı şikâyet türleri ve şikâyet sayıları ile şikâyetlerin alt başlıkları aşağıda ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Yukarıdaki bölümde de belirtildiği üzere, bahsi geçen tüketici şikâyetlerinin bir bölümü Yönetmelikte yapılan değişiklikler ile birlikte ortadan kaldırılmıştır. Ancak

MNT uygulamasının başladığı günden günümüze kadar geçen süre içinde BTK'ya MNT uygulamasına ilişkin olarak gelen tüketici şikâyetlerinin incelenmesinin faydalı olacağı düşünülmüştür. Aşağıda gelen şikâyetler genel olarak 5 ana başlık altında belirtilmiştir.

1) Numara taşıma talebinin reddedilmesi nedeniyle oluşan şikâyetler.

Numara taşıma talebinin çeşitli nedenlerle reddedilmesi nedeniyle numara taşıma başvurularının yerine getirilmediği hususunda Kuruma ulaşan şikâyet sayısı 140'dır. Bu şikâyetler konu başlıklarına göre incelendiğinde başlıca şikâyet türleri şunlardır.

- Numara taşıma uygulamasının kötüye kullanıldığı gerekçesiyle numara taşıma taleplerinin reddedilmesi,
- Sistem hatası nedeniyle numara taşıma talebinin reddedilmesi,
- Numara Taşınabilirliği Uygulamasına İlişkin Usul ve Esaslar'da belirtilen eşleştirme kriterlerine uymayan eşleştirme hataları nedeniyle numara taşıma talebinin reddedilmesi,
- Taşıma talebinin numara sahibi haricinde bir kimse tarafından yapılması nedeniyle taşıma talebinin reddedilmesi,
- Eksik evrak veya eksik bilgi nedeniyle numara taşıma talebinin reddedilmesi,
- İptal edilen bir numarayla ilgili taşıma talebinde bulunulması nedeniyle talebin reddedilmesi,
- Başka bir operatörden taşınan bireysel bir aboneliğin kurumsal aboneliğe veya kurumsal bir aboneliğin bireysel aboneliğe devir talebinin reddedilmesi,

- Abonenin numarasını taşımak istediği operatör yerine halen abonesi olduğu işletmeciye numara taşıma talebinde bulunması nedeniyle başvurunun reddedilmesi,
- Numara taşıma talebinin sehven reddedilmesi.

2) Numara taşıma talebinin süresi içerisinde gerçekleşmemesi.

Numara taşıma talebinin Yönetmelik'te belirtilen 6 günlük süre içerisinde gerçekleşmediği hususunda Kurum'a 47 şikâyet gelmiştir. Bu şikâyetler konu başlıklarına göre incelendiğinde başlıca şikâyet türleri şunlardan oluşmaktadır:

- Numara taşıma talebinin sistem hatası veya bayi hatasından dolayı sisteme girilmemesi,
- Taşıma talebinden vazgeçilmesinin bayilerce sehven işleme alınmaması veya taşıma işleminin bitmesinden sonra taşıma talebinden vazgeçilmesi.

3) Bir numaranın taşındığını gösteren uyarı tonu ile ilgili şikâyetler:

Bir numaranın taşındığını gösteren uyarı tonu ile ilgili Kurum'a 9 adet şikâyet gelmiştir. Bu şikâyetler konu başlıklarına göre incelendiğinde başlıca türleri şunlardır.

- Taşınan numara arandığında uyarı tonunun gelmemesi,
- Uyarı tonu yerine anons yapılması talebi.

Şikâyetlerin incelenmesinde, 2011 yılından itibaren bir numaranın taşındığını gösteren uyarı tonu ile ilgili olarak Kurum'a gelmiş şikâyet tespit edilememiştir. Bu husus da, anons siteminin süreç içerisinde yeniden gözden geçirilebileceği bir durum olduğu değerlendirilmektedir.

- 4) Taşınmış hattın aktive edilmemesi veya aktivasyonun gecikmesi ile ilgili şikâyetler.

Taşınmış bir numaranın hiç aktive edilmemesi veya aktivasyon işleminde yaşanan gecikmeler nedeniyle hattın kapalı kalmasıyla ilgili Kurum'a 12 adet şikâyet gelmiştir.

- 5) Abonenin bilgisi olmadan numarasının taşınmasıyla ilgili şikâyetler.

Abonenin bilgisi haricinde numarasının taşınması ile form doldurulurken veya sisteme girilirken yapılan hatalar nedeniyle yanlış numaraların taşınmasından dolayı Kurum'a 17 adet şikâyet gelmiştir. Bu şikâyetler konu başlıklarına göre incelendiğinde başlıca şikâyet türleri şunlardır:

- Sisteme girilirken veya form doldurulurken numaranın yanlış yazılması,
- Evrakta sahtecilik yapılması suretiyle başkasına ait numaranın taşınması.

Kurum'a ulaşan şikâyetlerle ilgili yapılan işlemlerin incelenmesinde, genellikle şikâyetlerin işletmecilere yönlendirilmesinden sonra çözümlendiği görülmüştür (Özdemir, 2013, Sözlü Görüşme).

BTK'ya, yeni şikâyet sisteminin devreye girdiği 01.07.2012 tarihi ile 31.03.2013 tarihleri arasında elektronik olarak iletilen şikâyetlerin dağılımına bakıldığında işletmeci değişikliği/Numara taşıma başlığı altındaki Ağustos-2012-Mart 2013 dönemi arasında toplam 166 adet numara taşıma ile ilgili başvurunun yapıldığı görülmektedir. Bunların işletmeci bazında dağılımına ve ilgili işletmeciye gelen toplam tüketici şikâyetine oranına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 4.20. 01.07.2012-31.03.2013 tarihleri arası Numara Taşıma ile ilgili Tüketici Şikâyetleri

İşletmeci	Şikâyet Sayısı (Adet)	Toplam Şikâyet Sayısı İçerisindeki Oranı (%)
Avea	105	3,81
Turkcell	36	4,22
Vodafone	25	2,74

Kaynak: Akpınar, 2013, Sözlü Görüşme

Numara taşıma veya işletmeci değişikliği özellikle mobil sektörde tüketicilerin oldukça ilgi gösterdiği, bu anlamda işletmeciler açısından sadece numara kullanımına bağlı rekabet kısıtlamalarına yönelik endişelerinin giderildiği bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmeciler kendi rekabet koşullarında oluşturdukları tarife yapıları ve hizmet kaliteleri ile numara kullanım alışkanlıklarını sürdürmek isteyen tüketicileri kendilerine çekmeye başlamışlardır.

Bununla birlikte uygulamada bazı aksaklıkların yaşandığı da gelen tüketici şikâyetlerinden anlaşılmaktadır. Tüketici şikâyetlerinin oransal olarak oldukça düşük bir kısmını oluşturan bu başvuruların içeriğine bakıldığında, genel olarak tüketicilerin bilgilendirilme eksikliği nedeniyle problem yaşadığını söylemek mümkündür (Akpınar, 2013, Sözlü Görüşme).

Temel olarak belirli bir dönemi ihtiva eden taahhütlü aboneliklerde gerek tüketiciler tarafından taahhüt bitiş süresinin bilinmemesi gerekse alternatif işletmeci tarafından yapılan pazarlama faaliyetleri sırasında bu hususun dikkate alınmaması tüketici şikâyetlerinin oluşmasına yol açmaktadır.

Diğer taraftan, işletmeci geçişleri veya numara taşıma süreçlerine yönelik süre aşımaları ile bazı bayilerin, abonelerin bilgisi haricinde uygunsuz hat taşımaları ile

ilgili başvuruların da zaman zaman geldiği görünmektedir. Bu tür aksaklıkların büyük bir bölümünün işletmeci bayilerindeki süreçlerden ve bazı bayilerce numara taşıma hakkının kötüye kullanılmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Özellikle işletmeci bayilerince abonelerin bilgisi haricinde numara taşımanın engellenmesi amacıyla numara taşınmadan önce yöntemi Kurum tarafından belirlenecek son bir kontrol mekanizmasının getirilmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

Yaşanan bazı sorunlara rağmen numara taşınabilirliği uygulaması kapsamında abone odaklı yapılan düzenlemeler sonucunda abonelerin numara taşınması işleminin kısa sürede ve başarılı bir şekilde gerçekleştirildiği gözlemlenmektedir. Uygulamanın başladığı 2008 yılından Şubat 2013 dönemine kadar geçen sürede 53 milyonun üzerinde mobil numaranın başarıyla taşınmış olması, mobil numara taşınabilirliğinin ülkemizde dünya uygulamalarına örnek gösterilecek başarılı bir uygulama olduğu değerlendirilmektedir (TOBB, 2011, s.23).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Abonelerin numarasını değiştirmeden hizmet aldığı mobil şişletmeciye değiştirebilmesine imkân tanıyan mobil numara taşınabilirliği uygulaması ilk kez 1998 yılında Singapur'da başlamıştır. Avrupa Birliği ũlkelerinde ise ilk uygulayıcı ũlke İngiltere olmuş ve 1999 yılı Ocak ayında numara taşınabilirliği uygulaması başlamıştır. İngiltere'yi Hollanda ve İşpanya takip etmiş ve AB ũyesi ũlkelerin tũmũnde numara taşınabilirliği uygulaması başlatılmıştır.

Tũketiciler memnuniyetinin artırılması piyasada faaliyet gŕsteren GSM operatŕlerine numara taşınabilirliği uygulaması yũkũmlũlũęũ getirilmesinin en ŕnemli amaçlarından birisidir. Numarasını değiştirmeden şişletmecisini değiştiren kullanıcıların temel hedefi genellikle yeni seçtikleri şişletmeciden daha ucuz ve/veya kaliteli hizmet almaktır. Numara taşınabilirliği uygulaması operatŕ değiştiren kullanıcı kitlesi için olumlu etkiler getirirken, bu hizmetten yararlanmayan kullanıcılar için de artan rekabet dũzeyi ve fiyatlarda dũřme nedeniyle fayda sağlayabilecektir.

Tũrkiye'de mobil numara taşınabilirliği sũreci, 01.02.2007 tarih ve 26421 sayılı Resmi Gazete'de Numara Taşınabilirliği Yŕnetmelięi'nin yayımlanması ile başlamıştır. 01.05.2008 tarihinde ise Numara Taşınabilirliği Yŕnetmelięi'ni ve dũzenlemesini detaylı bir şekilde açıklayan "Numara Taşınabilirliği Uygulama Sũrecine İlişkin Usul ve Esaslar" yayımlanması sonrasında gerekli altyapı kurularak 09.11.2008 tarihinde numara taşınabilirliği uygulaması fiilen başlamıştır.

Tũrkiye'de, mobil numara taşınabilirliği uygulamasından yararlanıldığının bir gŕstergesi olarak abonelerin başka bir şişletmeciye geçme potansiyelinin fazlalığı, abone sayılarını numara taşınabilirliği ile artırmayı amaçlayan

işletmeciler için cazip hale gelmektedir. Nitekim bu amaçla mobil işletmeciler tarafından numarasını taşıyarak gelen abonelere yönelik oldukça rekabetçi kampanyalar uygulanmaktadır. Abone bazında pazar payı düşük olan işletmecilerin yeni kampanya ve tarifeler ile abone kazanma yolunu daha çok tercih ettiği görölmektedir.

MNT uygulamasına başlandıktan sonra, sonlandırma ücretlerinde yapılan indirimler ile MNT uygulaması düzenleyici kurum tarafından desteklenmiş, bu durum, Türkiye mobil elektronik haberleşme pazarında tarifelerin düşmesine ve her yöne görüşme yapma hakkı sunan tarife paketlerinin yaygınlaşması gibi gelişmelerin yaşanmasına sebep olmuştur. Bu gelişmeler, kişi başına kullanım miktarındaki artışı da beraberinde getirmiştir.

Ayrıca, MNT sayesinde elde edilen ekonomik faydalar arasında gösterilebilecek pazarda artan rekabet ortamı sayesinde ortaya çıkan hizmet kalitesi artışı ve tarifelerde düşüş tüketicilerin memnuniyetini artıran hususlar olarak ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de MNT sonrası bazı işletmecilerin hizmet kalitesinin iyileştirilmesine yönelik yatırımlarındaki artış ve ortalama tarife seviyesinde görölen düşüşler MNT’nin olumlu ekonomik yansımaları arasında gösterilebilir.

Diğer taraftan, yüksek taşıma oranlarının sağlanmasının MNT hizmetinin başarısı bakımından tek başına yeterli bir gösterge olarak kabul edilemeyeceği değerlendirilmektedir. Zira tüketicilerin aldıkları hizmetin kalitesi ve karşılığında ödedikleri ücretlerden memnun olmalarıyla birlikte, başlangıçta görölen yüksek taşıma rakamlarının zamanla yavaşlayarak belli bir seviyeye düşmesi beklenmektedir.

Türkiye’de numarasını taşıyan abonelere sunulan avantajlı tekliflerin, diğer mevcut abonelerin elde etmekte olduğu faydaları gölgede bıraktığı düşünölmektedir. Bu durumun aslında numarasını taşımayacak olan tüketicilerin

numaralarını taşımaları için önemli bir motivasyon olarak ortaya çıktığı ve taşınan numara sayısını önemli ölçüde artırdığı değerlendirilmektedir. İşletmecilerin sadece numarasını taşıyan tüketicilere yönelik sunulan ve mevcut abonelerin faydalanmadığı avantajlı tarife teklifleri nedeniyle numara taşıma sayısı çeyrek bazında 3,5 milyon civarında seyretmeye devam etmektedir. Nitekim bazı tüketicilerin, işletmecilerin sunduğu MNT kampanyalarını takip etmekte olduğu ve bu kapsamda sunulan faydaların sonlanmasıyla birlikte başka bir işletmeciye geçmekte olduğu değerlendirilmektedir.

Türkiye’de numara taşınabilirliğinin tüketicilere etkisini ölçmek amacıyla yapılan anket çalışması, 96 Avea, 218 Turkcell ve 47 Vodafone abonesi olmak üzere 362 kişi ile gerçekleştirilmiş olup, araştırmaya katılan 362 kişiden 279’u faturalı (% 77,1), 54’ü ön ödemeli (% 14,9) ve 28’i hem faturalı ve hem de ön ödemeli (% 7,7) hat sahibi kişilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanlarda Türkiye’deki genel durumun tersine faturalı abone oranının yüksek olduğu (faturalı % 77,1, faturasız % 14,9) ve Türkiye’de halen mobil kullanıcılarının mobil telefon kullanımı için yaptıkları aylık ortalama harcama miktarının 21 TL dolayında olmasına karşın, araştırmada aylık 30 TL’nin üzerinde harcama yapanların oranının % 86,6 olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılanların % 88,1’i (319 kişi) MNT uygulamasını faydalı bulduğunu belirtmiştir. Numara taşınabilirliği uygulamasını faydalı buluyorsanız, sizin için hangi açılardan olumlu etkisinin olmasını bekliyorsunuz? Sorusuna, araştırmaya katılanlardan, 289 daha düşük fiyatlar, 257 daha kaliteli hizmet, 229 hizmet çeşitliliği, 239 tarife çeşitliliği, 284 rekabetin artması cevabını vermiş olması, numara taşınabilirliğinden beklenen etkinin önemini ortaya koymuştur. Süreç içerisinde işletmeciler arasındaki rekabet nedeniyle fiyatların düşmesi, tarife çeşitliliği ve hizmet kalitesinin artması da bu beklentilerin bir hayli karşılandığını göstermektedir.

Anket çalışması sonuçlarında da gözlemlendiği üzere, Türkiye’de mobil işletmecilerin abonelerinin numara taşıma ile ilgili detaylı bilgi sahibi olduğu ve fiyatlar konusunda çok hassas olduğu, numara taşımadaki en büyük etkeni ise fiyatlardaki değişikliklerin oluşturduğu görülmektedir. Dördüncü bölümde de değinildiği üzere, numara taşımanın başladığı 2008 yılı sonrasında şebeke içi, şebeke dışı ve SMS dâhil bütün ücret kalemlerinde büyük bir düşüş yaşandığı görülmektedir. Bu düşüşte her ne kadar 10.02.2010 tarih ve 2010/DK-07/88 sayılı Kurul Kararı ile ara bağlantı ücretlerinin düşürülmüş olmasının etkisi büyük olsa da, mobil numara taşınabilirliğinin hayata geçmesi ile abone kaybetmek istemeyen işletmeciler arasındaki rekabetin de etkili olduğu değerlendirilmektedir.

Numara taşıma sürecinde işletmeciler arasında yaşanan rekabet kapsamında genel olarak Turkcell’in kaybetmiş olduğu abone sayısının kazandığı abone sayısından daha fazla olduğu, Vodafone ve Avea’nın ise kazanmış olduğu abone sayısının fazla olduğu gözlemlenmiştir. Bu kapsamda 2011 ve 2012 yıllarında toplamda Turkcell 1.918 bin abone kaybına uğramışken, Vodafone 736 bin, Avea ise 1.183 bin yeni abone kazanmış bulunmaktadır.

Numara taşıma sayılarına bakıldığında, taşımanın başladığı 2008 yılı Kasım ayından 2013 yılı Şubat ayı sonuna kadar 53.249.615 numara taşıma işleminin gerçekleşmiş olduğu, bu süreçte taşınan numara adedinin ise 27.197.601 olduğu görülmektedir. Bu kapsamda 1 kez taşınan numara sayısının 13.319.402 adet, 10 kez taşınan numarası sayısının 47.318 adet, 50 kez taşınan numara sayısının ise 18 adet olduğu, en fazla taşınan numaranın ise 167 kez taşıma ile 1 adet olduğu görülmektedir. Aynı süreçte aylık bazda taşıma sayılarına bakıldığında ise, bir ay içerisinde 9 defa taşınan numara sayısı 5, 6 defa taşınan numara sayısı 322, 5 defa taşınan numara sayısı ise 1433’dür.

Taşıma sayılarındaki faturalı faturasız oranlarına bakıldığında Kasım 2008 tarihi ile Nisan 2013 sonu arasındaki taşınan numara sayısının %75'i faturasız, %25'i ise faturalı numaralardan oluşmaktadır. 2012 yılı sonu itibariyle toplam faturalı ve faturasız hat sahiplerinin oranlarına bakıldığında ise, faturalı abonelerin oranı %38,4 iken, faturasız hat abonelerinin oranı %61.6'dır.

Kasım 2008-Aralık 2013 yılı Şubat sonu itibariyle mobil abone sayısının 65 milyon dolayında olması, numara taşıma işleminden yararlanan abone sayısının ise 27 milyonun¹ üzerinde olması Türkiye'deki mobil abonelerin % 42'ye yakınını mobil numara taşınabilirliği uygulamasından yararlandığını göstermektedir.

Numara taşıma ile ilgili şikâyetlere bakıldığında ise, toplam şikâyet sayısı içerisindeki oranının düşük olduğu, bu şikâyetlerin de daha çok taşıma süresi ve taahhüt süresi dolmadan işletmeci değişikliği yapılması nedeniyle oluşan faturalandırma şikâyetleri ile yanlış taşıma ve kişilerin bilgisi dışında yapılan numara taşımaları ile ilgili olduğu görülmektedir. Süreç içerisinde Kurum'a gelen şikâyetler arasında özellikle 2011 ve 2012 yıllarında aranan numaranın taşınmış bir numara olduğunu bildiren sinyal sesiyle ilgili her hangi bir şikâyetin gelmediği görülmektedir. Bunun nedenleri arasında da özellikle anons sisteminin yeterince anlaşılabilir olması ile her yöne tarifelerin artması nedeniyle abonelerin arama yaparken sinyal sesine fazla dikkat etmemesinin yer aldığı değerlendirilmektedir.

Bugün gelinen durum itibariyle Türkiye'de 53 milyonun üzerinde numara taşıma işlemi yapıldığı göz önüne alındığında, mobil numara taşınabilirliği uygulamasının ülkemizde tüketiciler tarafından iyi bilindiği ve faydalandığı ve başarılı bir şekilde devam ettiği görülmektedir. Ancak, yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde mobil numara taşıma uygulamasına ilişkin ortaya çıkan sorunlarla ilgili olarak (az sayıda da olsa) getirilen öneriler aşağıda belirtilmiştir.

¹ Kasım 2008-Aralık 2013 yılı Şubat sonu itibariyle taşınan toplam numara sayısı 27 milyon (abone sayısı), bu numaraları taşıma sayısı 53 milyonu aşmamış durumdadır.

- Yukarıda da belirtildiği üzere, bir numaranın bir ay içerisinde 8-9 defa taşınabiliyor olması, taşıma süresiyle ilgili AB ortalamasının 2,5 gün civarına kadar düşmüş olması ve Türkiye'de de ortalama taşıma süresinin 4 günden az olması nedeniyle halen mevzuatta 6 gün olarak belirlenen sürenin 3-4 gün olarak yeniden belirlenmesinin uygun olabileceği değerlendirilmektedir. Bu sürenin de bir gün alıcı işletmeci, bir gün verici işletmeci ile bir veya iki gün sistem tarafından onay süreci olarak kullanılabilmesi düşünülmektedir.
- Bazı bayiler tarafından işletmecilerden daha fazla abonelik primi alabilmek amacıyla numara taşıma talebi olmayan kimselerin numarasını da taşıyabildikleri Kurum'a gelen bazı tüketici şikâyetlerinden anlaşılmaktadır. Çerçevesi Kurum tarafından belirlenecek bir yöntemle verici işletmeci tarafından taşıma talebinde bulunan hat sahibini arayarak son kez taşıma talebinin kendisi tarafından yapıp yapılmadığı hususunda onayını alacağı bir sistemin getirilmesinin bu tür mağduriyetleri azaltacağı değerlendirilmektedir.
- Halen, numara taşıma talebinde bulunan kimse, talebin hangi aşamada olduğunu takip edememektedir. Mevcut sistemde numara taşıma başvurusu sonrası tüketiciler taleplerinin ne aşamada olduğunu ve ne zaman numarasının taşınacağını sorgulayamamaktadır. Tüketiciler herhangi bir nedenle taşıma esnasında bir sorun yaşandığında bu sorunun hangi operatörden kaynaklandığını bilmemekle, bu durum müşteri memnuniyetsizliğine ve şikâyetlere sebep olabilmektedir. Bu nedenle numara taşıma başvurusu sonrası tüketicilerin taleplerinin ne aşamada olduğunu Kurum internet sitesi üzerinden sorgulayabileceği bir sistem kurulmasının bu memnuniyetsizliği büyük ölçüde önleyeceği değerlendirilmektedir.

- MNT uygulamasının başarılı olabilmesinin en önemli şartlarından birisi numara taşıma süresinin kısa olmasıdır. Türkiye'de mevzuatta halen taşıma süresi 6 gün olarak devam etmekte olup, (uygulamada 3-4 gün arasındadır) sürecin kısaltılması için internet üzerinden online olarak numara taşıma uygulamasının getirilmesi sürecin başarısını arttıracaktır. Halen 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu, Numara Taşıma Yönetmeliği, Tüketici Hakları Yönetmeliği gibi mevcut Kurum mevzuatı online olarak numara taşımaya izin vermemekle birlikte, süreç içerisinde gerekli mevzuat değişikliklerinin yapılarak internet üzerinden numara taşıma uygulamasının getirilmesinin uygun olacağı değerlendirilmektedir.
- Türkiye'de başarı ile yürütülmekte olan numara taşıma uygulaması bazen uygulamanın asli hedefleri ile ilgisi olmayan bir takım faydalar elde etmek üzere suiistimal edilebilmektedir. Bununla ilgili tüketicilerin mevcut özgürlüklerini kısıtlamayacak fakat suiistimallerin önüne geçecek nitelikte tedbirler alınabileceği düşünülmektedir. Aynı numaranın bir ay içerisinde sekiz dokuz kez taşınıyor olması, bir numaranın numara taşıma uygulamasının başladığı tarihten itibaren 167 kez taşınmış olması numara taşıma uygulamasının kötüye kullanılmasına neden olabilmekte ve MTN sistemine ve işletmecilere de gereksiz iş yükü getirmektedir. Bu nedenle Numara Taşınabilirliği Yönetmeliği'nin 13'üncü maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "*Kurum gerekli görmesi halinde, abonenin aynı takvim yılı içerisinde bir numara için numara taşınabilirliği hizmetinden yararlanma sayısına sınır getirebilir.*" hükmü çerçevesinde numara taşımaya süre konulması ve bu sürenin de en az bir tarife dönemi olarak belirlenmesinin uygun olabileceği değerlendirilmektedir. Zira böyle bir düzenleme hem abonelerin numara taşıma kararını olumsuz yönde etkilemeyecek, yani numara taşıma kararını bir "risk" haline getirmeyecek, bir diğer yandan ise belirli bir süre zarfında hem bürokratik

hem de ekonomik açıdan makul olmayan sayıda gerçekleşecek taşımaların da engellenmesini sağlayabilecektir.

- Numara taşınabilirliği sayesinde, tüketicilerin kullandığı ön kodun sahibi olan işletmeciden hizmet almakta olduğu fikri bir hayli geçerliliğini kaybetmiş bulunmakta, “her yöne” dakikalar içeren ve yönlere göre ücret farklılaşmasının olmadığı dakika başına ücretlendirilen tarife ve paketlerin yaygınlığı da zaman içerisinde önemli bir artış göstermiş bulunmaktadır. Bu kapsamda, taşınmış numaralara doğru bir “uyarı tonu” verilmesi ihtiyacına gerek olup olmadığının yeniden değerlendirilmesi gerektiği özellikle mobil işletmeciler tarafından belirtilmektedir. Diğer taraftan, Kurum’a gelen şikayetlerinin incelenmesinde de, özellikle 2011 ve 2012 yıllarında “uyarı tonu” uygulaması ile ilgili şikayete rastlanmamış olup, bu hususun da uyarı tonu uygulamasının iyi işlediğinin bir göstergesi olarak “uyarı tonu” sisteminin devam etmesinin uygun olacağı değerlendirilmektedir.
- Numara Taşınabilirliği Yönetmeliği’nin 14’üncü maddesinin (ç) bendindeki *“Taşınan numara, alıcı işletmecide başka birine devredilmez”* hükmü gereğince taşınan bir numara taşınmış olduğu işletmeciden hizmet aldığı süre boyunca başkasına devredilememektedir. Taşınmış bir numaranın başka bir kimseye devredilmesi için hattın tekrar eski işletmeciye taşınması zorunluluğu bulunmaktadır. Kurum sadece abonelikte tarafın değişmediği şahıs şirketlerinde taşınmış bir numaranın devredilebileceğine karar vermiş bulunmaktadır. Bu durum da, özellikle kendi şirketine ait bir hattın şahsi olarak üzerine alınmasına veya şahsi hattının tüzel kişilik olarak şirketine devredilmesine veya şahıslar arasında devir işlemine (aile içerisinde babanın çocuğuna veya kardeşin kardeşe dahi) imkan tanımamakta ve sorunlar yaşanmasına neden

olmaktadır. Sorunun çözümü için Yönetmelik kapsamındaki hükümlere uyulması kaydıyla taşınan bir numaranın başkasına devrine imkan tanıyan bir düzenleme yapılması gerektiği değerlendirilmektedir.

Yukarıda belirtilen bazı sorunlar ve öneriler de göz önüne alındığında, mobil numara taşınabilirliği uygulaması kapsamında abone odaklı yapılan düzenlemeler sonucunda abonelerin numara taşınması işleminin kısa sürede gerçekleştirildiği gözlemlenmektedir. Uygulamanın başladığı 2008 yılı Kasım ayından bu yana Türkiye’de 27 milyondan fazla numaranın 53 milyondan fazla taşınmış olması, mobil numara taşınabilirliği uygulamasının Dünya uygulamalarına örnek gösterilebilecek başarılı bir uygulama olduğu değerlendirilmektedir.

KAYNAKLAR

- A Study of Mobile Number Portability Effects in the United States <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1232051> (17.05.2013)
- AB (2010), "Progress Report on the Single European Electronic Communications Market" (15. İzleme Raporu), http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/doc/implementation_enforcement/annualreports/15threport/15reportpart2.pdf, (04.08.2010)
- AKPINAR Özgür Fatih, Sözlü Görüşme, BTK, Tüketici Hakları Dairesi Başkanı, Demirtepe 06010 Ankara, ofakpinar@btk.gov.tr, (05.04.2013)
- ANACOM, ULUSAL İLETİŞİM KURUMU, <http://www.anacom.pt/render.jsp?categoryId=38615&themeMenu=1&languageId=1> (10.04.2013)a
- ANACOM, ULUSAL İLETİŞİM KURUMU, <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=920404>, (11.04.2013)b
- ANACOM, ULUSAL İLETİŞİM KURUMU, http://www.ancom.org.ro/en/more-than-800000-ported-numbers_4780, 05.03.2013 (12.04.2013)c
- ATİYAS İzak, DOĞANOĞLU Toker, KOÇ Mustafa, 2009, Mobil Elektronik Haberleşme Pazarında Geçiş Maliyetleri İşletmecilerin Fiyatlandırma Stratejileri Üzerine Etkileri ve Etkin Rekabetin Tesis Edilmesine Yönelik Regülasyon Politikaları 2. Rekabet Ekonomisi Sempozyumu, Pamukkale Üniversitesi, Denizli
- AVEA İLETİŞİM HİZMETLERİ A.Ş., <http://www.avea.com.tr/web/biz/Hakkimizda/AveaKurumsalNedir>, (14.03.2013)
- AVRUPA BİRLİĞİ 15. Haberleşme Sektöründe İlerleme Raporu, Implementation Report, I. Cilt, s. 18, (25.5.2010)
- BERMUDA ENERJİ VE TELEKOMÜNİKASYON BAKANLIĞI, GOVERNMENT OF BERMUDA Ministry of Energy, Telecommunications and E-Commerce, 25th September 2009, Local Number Portability for Bermuda Second Consultation Paper
- BİLGİ EDİNME BAŞVURUSU, 10.05.2013 tarih ve 33358 sayılı Başvuru, BTK, Bilişim Sistemleri Dairesi Başkanlığı, 2013, Ankara

- BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU Mart 2013, Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü: Üç Aylık Pazar Verileri Raporu, 2012 Yılı 4. Çeyrek, Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Ankara
http://www.tk.gov.tr/kutuphane_ve_veribankasi/pazar_verileri/pazar_verileri.php, (06.04.2013)a
- BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU, 2010, Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı Raporu, Mobil Numara Taşınabilirliği Rekabete ve Tüketicilere Etkileri: Ardıl Düzenleyici Etki Analizi Çalışması, Ankara
http://www.btk.gov.tr/kutuphane_ve_veribankasi/pazar_verileri/ucaylik13_1.pdf, (05.07.2013)b
- BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU Mart 2012 ,Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü: Üç Aylık Pazar Verileri Raporu, 2011 Yılı 4. Çeyrek, Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Ankara
http://www.tk.gov.tr/kutuphane_ve_veribankasi/pazar_verileri/pazar_verileri.php, (12.02.2013)c
- BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU, Sektörel Araştırma ve Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı, Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü Yayınlanmamış 2011 Yılı 4. Çeyrek Üç Aylık Pazar Verileri Raporu, (Mart 2012)d
- BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU Kurulu Kararı, MRVT Teknik Şartnamesinin Onylanması, 24.08.2007 tarih 2007/İK-08/484 sayılı Kurul Kararı
- BİLGİ TEKNOLOJİLERİ VE İLETİŞİM KURUMU, Tarifeler Dairesi Başkanlığı Yayınlanmamış Bilgi Notu, (23.09.2008)
- BUDDECOMME, <http://www.budde.com.au/Research/Portugal-Mobile-Market-Overview-Statistics-Forecasts.html>, (17.05.2013)
- BUEHLER, S., Haucap, J., July 2004, Mobile Number Portability, (2004)a
- BUEHLER, S., Dewenter, R., Haucap, J., July 2005, Mobile Number Portability in Europe, (2005)b
- BUEHLERA Stefan, Dewenterb Ralf, Haucap Justus, Mobile number portability in Europe, Telecommunications Policy 30 (2006) 385–399, 2006

- BUSINESS Line, The Hindu, (2005, March 15), 30% of mobile users look for better operators, IDC, Business Line, <http://www.thehindubusinessline.com/2005/03/16/stories/2005031602410100.htm> (18.05.2013)
- CELLULAR-NEWS, (2009, September 6). India Delays Mobile Number Portability to Year-End. Retrieved from: <http://www.cellular-news.com/story/39467.php>, (17.05.2013)
- COMPETITION AND REGULATION IN THE NORDIC MOBILE MARKETS, <http://www.pts.se/upload/Rapporter/Tele/2012/swe-telecom-market-first-halfyear-2012.pdf>, s.49 (12.04.2013)
- CULLEN INTERNATIONAL, http://www.cullen-international.com/report/7457/t8117#Table_14, (10.04.2013)
- DANIŞTAY'ın 12.11.2007 tarih ve E.2007/4817 sayılı kararı.
- DIRECTIVE 2002/22/ EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services (Universal Service Directive), Official Journal of the European Communities, 24 April 2002, L108/51-77
- DICK, A.S. & Basu, KI. (1994). Customer Loyalty: Toward Integrated Conceptual Framework. Journal of the Academy of Marketing Science, 22(Spring), s.99-113
- EC (2006a), "Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the Review of the EU Regulatory Framework for electronic communication networks and services{COM(2006)334 final} – Proposed Changes, Staff Working Document", Brussels, 28 June, SEC(2006) 816, p.26. Available at:http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecommm/doc/info_centre/public_consult/review/staffworkingdocument_final.pdf (18.05.2013)
- EC (2009b), Flash Eurobarometer 243 about Consumer's views on switching service providers. Available at: http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_eurobar_en.htm,
- ECC, ELECTRONIC COMMUNICATIONS COMMITTEE within the European Conference of Postal and Telecommunications Administrations (CEPT), 31 October 2005, ECC Report, Implementation of Mobile Number Portability in Cept Countries

- ERG, 2010, AB Çağrı Sonlandırma Karşılaştırması Raporu (ERG, Contact Network, CN (10) 33 Mobile Termination tariffs updated snapshot_100426)
- EXTREMATRIX, <http://extrematrix.com/mobile-number-portability-india/>, (18.05.2013)
- FCC, FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION (2005), Second Report and Order, Declaratory Ruling, and Second Further Notice of Proposed Rulemaking, CC Docket No. 98-170
- FİNLANDİYA DÜZENLEYİCİ KURUMU, Mobile Phone Service Prices 2009International Comparison, Finnish Communications Regulatory Authority(FICORA) Finlandiya Düzenleyici Kurumu, 2009, s.33http://www.ficora.fi/attachments/englantiav/5hZDeLzGf/KV_GSM_loppuraportti_koko_paketti_EN.pdf, (12.04.2013)
- GAGNEPAIN VE PEREIRA, 2006,Philippe Gagnepain, Pedro Pereira, March 2006, Costs Reduction, and Competition in the Portuguese Mobile Telephony Industry
- GALBİ D.A., (2001) 'Regulating prices for shifting between service providers' Information economics and policy, 13, s.393-410
- GAO, P. ve Rafiq, A., 2009 Analysing the Mobile Telecommunications Market in a Developing Country: A Socio-Technical Perspective on Pakistan http://www.sed.manchester.ac.uk/idpm/research/publications/wp/di/documents/di_wp40.pdf
- GÜNGÖR Müngör, ve TÖZER Ayhan, 2009, Telekomünikasyon Sektöründe Şebeke Etkileri, Piyasaya İlk Giren Avantajları ve Bir Rekabet Politikası Aracı: Numara Taşınabilirliği Uygulaması', Rekabet Ekonomisi ve Politikası Sempozyumu, Rekabet Kurumu ve Pamukkale Üniversitesi, Denizli, 2009
- HAL J. Singer, The Consumer Benefits of Efficient Mobile-Number-Portability Administratio s. 2, 2006
- HAUCAP, J., (2003a), 'Telephone number allocation: a property rights approach', European journal of law and economics,
- HAUCAP. J., (2003b), The economics of mobile telephone regulation, University of the Federal Armed Forces,

- HIBBARD CONSULTING PTY LTD, February 2008, A Cost-Benefit Analysis of Implementing Mobile Number Portability in Bahrain
- HİNDİSTAN İŞ, STOK, Das Gupta, S. (2006, December 5). Mobile number portability? No, says DoT. Retrieved from: <http://www.rediff.com/money/2006/dec/05mobile.htm> (17.05.2013)
- HİNDİSTAN TELEKOM DÜZENLEME KURUMU, TRAI. (2009). Consultation Paper on Determination of Port Transaction Charge, Dipping Charge and Porting Charge for Mobile Number Portability. Consultation Paper, No. 5, New Delhi, July <http://www.trai.gov.in/WriteReaddata/ConsultationPaper/Document/MNP.pdf> (19.05.2013)
- HORROCKS, J. (2007a, August), Strategic role of MNP. Workshop on Implementing Mobile Number Portability, Islamabad, Pakistan
- HORROCKS, J. (2007b, August), Database Options, Workshop on Implementing Mobile Number Portability, Islamabad, Pakistan
- HORROCKS, J. (2007c), Lessons From Other Countries, Workshop on Implementing Mobile Number Portability, Islamabad, Pakistan
- FINNISH COMMUNICATIONS REGULATORY AUTHORITY (FICORA) Finlandiya Düzenleyici Kurumu, 2009, http://www.ficora.fi/attachments/englantiav/5hZDeLzGf/KV_GSM_loppuraportti_koko_paketti_EN.pdf (20.05.2013)
- IQBAL, T., 2008, Mobile Number Portability in South Asia
- İNGİLTERE İLETİŞİM SEKTÖRÜ BAĞIMSIZ DÜZENLEYİCİ VE REKABET OTORİTESİ, http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/cmr/q4_2009.pdf (17.05.2013)
- İNGİLTERE MOBİL SANAL ŞEBEKE OPERATÖRÜ, <http://www.prepaidmvno.com/mvno-companies/eu-mvno-companies/uk-mvno-companies/> (15.04.2013)
- İRLANDA DÜZENLEYİCİ KURUMU (Comreg), Quarterly Key Data Report Data as of Q4 2012, s.60 http://www.comreg.ie/_fileupload/publications/ComReg1325.pdf, (15.04.2013)

İRLANDA İLETİŞİM DÜZENLEME KOMİSYONU,
http://www.comreg.ie/_fileupload/publications/ComReg1325.pdf, s.60,
 (18.04.2013)

İSRAİL RAPORU, Mobile Virtual Network Operators (Mvno) In Israel Economic
 Assessment And Policy Recommendation
http://www.moc.gov.il/sip_storage/FILES/8/1328.pdf, 1 Agustus 2007, s,
 64 (18.05.2013)

İSVEÇ POSTA VE TELEKOM KURUMU
 PTS,<http://www.pts.se/upload/Rapporter/Tele/2012/swe-telecom-market-first-half-year-2012.pdf>, s. 49 (15.04.2013)a

İSVEÇ POSTA VE TELEKOM DÜZENLEYİCİ KURUMU
 PTS,<http://www.pts.se/en-GB/Documents/Reports/Telephony/2012/The-Swedish-Telecommunications-Market---First-half-year-2012---PTS-ER-201224-/> (20.05.2013) b

KANDEMİR Aysel, 2002, Ulusal Numaralandırma Planları ve Numara
 Taşınabilirliği: Standartlar, Yöntemler ve Sonuçlar, Telekomünikasyon
 Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara

KAR, S. (2009, September 29). Will you switch? Business
 Standard.Retrieved from <http://www.business-standard.com/india/news/will-you-switch/371511/>, (17.05.2013)

KATKA, K. (2004, November 1). Mobile number portability - Time for more port
 authority. Total Telecom. Retrieved from:
<http://www.totaltele.com/view.aspx?ID=373454> (20.05.2013)

KATKA, K. (2004, November 1). Mobile number portability - Time for more port
 authority. Total Telecom. Retrieved from:
<http://www.totaltele.com/view.aspx?ID=373454>, (17.05.2013)

KEITH Boyfield with a Conclusion by Graham Mather, Regulating Mobile
 Phones – A Fresh Look, May 2009

KEYNOTE Capitals Research, 2009, Mobile number portability in India.
 Stock Markets Review

KULALI İhsan, ve BİLİR Hakan, 2010, Bilgi ve İletişim (Telekomünikasyon)
 Sektöründeki Gelişmeler ve Eğilimler Global Finansal Kriz Sürecinde
 Yeniden Yapılanma ve Çözüm Arayışları TOBB Yayınları, Ankara

KUZEY AVRUPA ÜLKELERİ DÜZENLEYİCİ KURUMLARI, Competition and regulation in the Nordic mobile markets, http://www.npt.no/ikbViewer/Content/competition_and_regulation_nordic.pdf?documentID=50027, (01.05.2013)

LEVIN, D. C., February 2006, Mobile Number Portability –Impact Assessment

LIRNE ASIA, 2008, teleuse@BOP3 findings in brief: Innovative strategies to reduce communication expenditure. Retrieved from: <http://lirneasia.net/wp-content/uploads/2008/04/missed-callsand-other-strategies.pdf> (18.05.2013)a

LIRNE ASIA, <http://www.lirneasia.net/wp-content/uploads/2010/04/M-Talib-Dogar.pdf>, (17.05.2013)b

MADRID, Carlos III Üniversitesi, http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/10016/5044/1/Entry_WPMobComMarch_2006_preprint.pdf, (17.05.2013)

MAICAS, J, P., Polo, Y., Sese, F, J., 2009, Reducing The Level of Switching Costs in Mobile Communications: The Case of Mobile Number Portability

MANCHESTER ÜNİVERSİTESİ Çevre ve Kalkınma Fakültesi, Gao, P. ve Rafiq, A., 2009 Analysing the Mobile Telecommunications Market in a Developing Country: A Socio-Technical Perspective on Pakistan

MEDIANAMA, (2009, September 25). Rules & Criteria For Applying For Mobile Number Portability In India. Retrieved from

MOBILEGURU, http://www.mobileguru.co.uk/Mobile_Networks.html, (18.04.2013)

NAVIGANT, Hal J. Singer, The Consumer Benefits of Efficient Mobile-Number-Portability Administration s.1 http://www.navigant.com/~media/WWW/Site/Insights/Economics/Consumer%20Benefits%20of%20Efficient%20MNP_Economics_030813.shx (13.04.2013)a

NAVIGANT, http://www.navigant.com/~media/WWW/Site/Insights/Economics/Consumer%20Benefits%20of%20Efficient%20MNP_Economics_030813.shx (28.04.2013)b

NEUSTAR, W. Bruce Allen, India's Experience with Mobile Number Portability ,2012,
http://www.neustar.biz/corporate/docs/india_experience_with_mobile_number_portability.pdf (14.04.2013)

NELSEN , Mobile Consumer Insights, 1 inci çeyrek 2009
http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/india/reports/2012/Featured%20Insights_Demand%20Spotting-The%20Rise%20of%20the%20Indian%20Small%20Town.pdf
 (20.05.2013)

NUMARA TAŞINABİLİRLİĞİ YÖNETMELİĞİ, Tanımlar Md.4 (s);
<http://www.tk.gov.tr/mevzuat/yonetmelikler/index.php>, (03.02.2013)

NUMBER PORTABILITY THROUGH THE GLOBAL LENS, Yankeegroup
 Temmuz 2012, Jennifer Pigg, Brian Partridge,
<http://www.neustar.biz/corporate/docs/number-portability-through-global-lens.pdf>, (13.05.2013)

NUMBER PORTABILITY EFFICIENCY : Impact and Analysis of Certain Aspects in Article 30.4 of the Universal Service Directive and General Remarks on NP efficiency-ECC Report 155, Luxembourg, November 2010, www.cept.org, (17.05.2013)

NÜFUSLARINA GÖRE ÜLKELER LİSTESİ, tr.wikipedia.org/wiki/, (15.05.2013)

OECD, 17-18 Haziran 2008, 'Enhancing competition in telecommunications: protecting and empowering consumers', OECD Ministerial Meeting, Seoul Korea

OFCOM, 29 November,2007a, Telephone number portability for consumers switching suppliers, Concluding Statement, 2007a

OFCOM, Review of General Condition 18 – Number portability, 16 November 2006b

OFTTEL-OFCOM, 1997, 'Economic evaluation of number portability in the UK mobile telephony market', London: Oftel (Ofcom)

ÖZDEMİR Elif, Sözlü Görüşme, BTK, Yetkilendirme Dairesi Başkanı, Demirtepe 06010 Ankara, eoze Demir@btk.gov.tr, (27.03.2013)

- PAKİSTAN NÜFUS BİLİM DERNEĞİ, Population Association of Pakistan. (2002). <http://www.pap.org.pk/statistics/population.htm#tabfig-1.1>, (17.05.2013)
- PAKİSTAN TELEKOMÜNİKASYON KURUMU, PTA, 2008, http://www.pta.gov.pk/index.php?option=com_content&view=article&id=269:telecom-indicators&catid=124:industry-report&Itemid=599, (17.05.2013)a
- PAKİSTAN TELEKOMÜNİKASYON KURUMU, PTA, 2008, http://www.pta.gov.pk/annual-reports/annrep0708/ch_02.pdf(20.05.2013) b
- PARK, M., 14 October 2009, University of Minnesota, The Economic Impact of Wireless Number Portability
- PEREIRA, P., E Gagnepain, P., (Philippe Gagnepain, Pedro Pereira), March 2006, Costs Reduction, and Competition in the Portuguese Mobile Telephony Industry
- PHILIP, J.T. (2008, February 16). TRAI asks DoT to Amend National Numbering Plan For Implementing Mobile Number Portability,
- PLUGGDIN, (2007, November 13). Mobile Number Portability is in — switch Operator, Not Your Mobile Number, <http://www.pluggd.in/indian-telecom-industry/india-telecom-industry-mobile-number-portability-is-in-switch-operator-not-your-mobile-number-839/> (13.03.2013)
- SHAKOURI, H, G., Tehrani, N, Gh., Taheri, M, H., Simple Model to Study the Mobile Number Portability (MNP) Impact on Dynamic Behavi of a two-Competitor Mobile Market: Stability Versus Oscillations , 2009
- SHI Wen-hua, ZHOU Wu, LIU Jing-yi, July 2010, Analysis of The Influencing Factors Of Users' Switching Intention In The Context Of One-Way Mobile Number Portability,
- SHIN, D, H., and KIM, Won-Yong."A Study of Mobile Number Portability Effects in the United States" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, San Francisco, CA, May 23, 2007, http://www.allacademic.com/meta/p169525_index.html (13.03.2011)
- SIU, K. C, 25 Jan 2007, Mobile Number Portability (MNP) - Friend or Foe?

SRUNUAN, P., BOHLIN, E., 19 March, 2009, Mobile Number Portability: Evaluating the Swedish Mobile Market

SUTHERLANDK., 2007, Mobile number portability info, 9(4), 10-24.

<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1611305&dType=SUB&show=pdf>, (20.05.2013)

STOCKMARKETSREVIEW,

http://www.stockmarketsreview.com/news/mobile_number_portability_in_india_20090626, (17.05.2013)

SUNRISE CONSULTANTS, MOBILE NUMBER PORTABILITY - is it worth it?

<http://www.sunriseconsultants.com/mnp.html> (18.05.2013)

ŞAHİN Yavuz, 2005, Mobil Telefon Sistemlerinde Numara Taşınabilirliği (Mobil Numara Taşınabilirliği) Uygulamaları ve Türkiye için Model Önerisi Telekomünikasyon Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara

TELECOM TALK, (2009, December 31), India Misses MNP Deadline, Sets New Deadline, <http://telecomtalk.info/india-misses-mnp-deadlinesets-new-deadline/15978/>, (18.05.2013)

TELECOMS MARKET RESEARCH, İNTERNET SAYFASI, http://www.telecomsmarketresearch.com/resources/UK_Mobile_Operator_Subscriber_Statistics_2.shtml#Mobile_Operator_Market_Share_1Q1, (17.05.2013)a

TELECOMS MARKET RESEARCH, İNTERNET SAYFASI, http://www.telecomsmarketresearch.com/resources/UK_Mobile_Operator_Subscriber_Statistics_2.shtml#Mobile_Operator_Market_Share_1Q10 (15.04.2013)b

THE ECONOMIST, 2007, The Economic Times, http://economictimes.indiatimes.com/TRAI_asks_DoT_to_amend_NNP_for_number_portability/rssarticleshow/2786939.cms (18.05.2013)

THE GUARDIAN, Telekomünikasyon Sanayi, <http://www.guardian.co.uk/business/2009/sep/08/orange-tmobile-merger> (14.04.2013)

TURKCELL İLETİŞİM HİZMETLERİ A.Ş. <http://www.turkcell.com.tr/site/tr/turkcellhakkinda/Sayfalar/genel-bakis/genel.aspx>, (14.03.2013)

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ, Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü Raporu (Taslak), (09.09.2011)

VODAFONE İLETİŞİM HİZMETLERİ A.Ş.,
http://www.vodafone.com.tr/VodafoneHakkinda/tarihce_home.php?default_id=hakkimizda-tarihce, (14.03.2013)

WIRELESS NEWS (2005), Research and Markets Assesses the Impact of Mobile Number Portability, Coventry: Jul 22, 2005, p.1

W. Bruce Allen, India's Experience with Mobile Number Portability ,2012
http://www.neustar.biz/corporate/docs/india_experience_with_mobile_number_portability.pdf (14.04.2013)

WORLD BANK and Yankee Group, Number Portability Efficiency, 2010

ZAINUDEEN A., Sivapragasam, N., de Silva, H., Iqbal, T., & Ratnadiwakara, D. (2007). Mobile Use at the Bottom of the Pyramid: Findings from a five-country study. LIRNEasia, November. Retrieved from: <http://lirneasia.net/wp-content/uploads/2008/07/tbop-gk3.pdf> (20.05.2013)

ÖZGÜNLÜK BİLDİRİMİ

Uzmanlık tezi olarak sunduğum bu çalışmayı, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı dūřecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın yazdığımı, yararlandığım eserlerin kaynakçada gōsterilenlerden olduğunu, bunlardan her seferinde değinme yaparak yararlandığımı ve Bilgi Teknolojileri ve İletifim Kurumu Meslek Personeli Sınav, Gōrev, alışma Usul ve Esasları Hakkında Yōnetmeliđe uygun olarak hazırladığımı belirtir, bunu onurumla doğrularım.

Bilgi Teknolojileri ve İletifim Kurumu tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tōm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

Hidayet YILDIZ

ÖZGEÇMİŞ

Hidayet YILDIZ, 05.01.1966 tarihinde Karaman İli Başyayla İlçesinde doğdu. İlköğrenimini 1977 yılında Başyayla'da, Ortaöğrenimini 1984 yılında Karaman-Ermenek İmam Hatip Lisesi'nde tamamladı. Yüksek öğrenimini ise, 1984 yılında girdiği Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü'nden 1988 yaz döneminde mezun olarak tamamlamıştır. 2001 yılında ise Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Anabilim Dalında Yüksek Lisansını tamamladı.

1988 yılında TCDD Genel Müdürlüğü'nde çalışma hayatına başladı. Daha sonra Şanlıurfa Harran Üniversitesi Rektörlüğü ve Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Genel Müdürlüğü'nde çalıştı. 16.02.2001-17.06.2011 tarihleri arasında Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Başkanlığı Sektörel Rekabet ve Tüketici Hakları Dairesi Başkanlığı'nda Uzman olarak çalıştı. 17.06.2011 tarihinden bu yana Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Tüketici ile İlişkiler Müdürü olarak görev yapmakta olup, evli ve iki çocuk babasıdır.

