

T.C. BAŞBAKANLIK



AVRUPA BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ

T.C.
BAŞBAKANLIK
AVRUPA BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ
Sosyal, Bölgesel ve Yenilikçi Politikalar Başkanlığı

AB ve Türkiye Telekomünikasyon Pazarları
2009 Yılı
Durum Karşılaştırması

Hazırlayanlar
Uzman **Hakan KARATAŞ**
AB İşleri Uzman Yrd. **Yusuf Ziya AYRIM**

(20 Ağustos 2010)
ANKARA

YÖNETİCİ ÖZETİ

Telekomünikasyon pazarı AB'nin en önem verdiği sektörlerin başında gelmektedir. AB 2020 stratejisinde bulunan 7 temel inisiyatiften biri olan “Dijital Gündem” doğrudan telekomünikasyon pazarı ile alakalıdır.

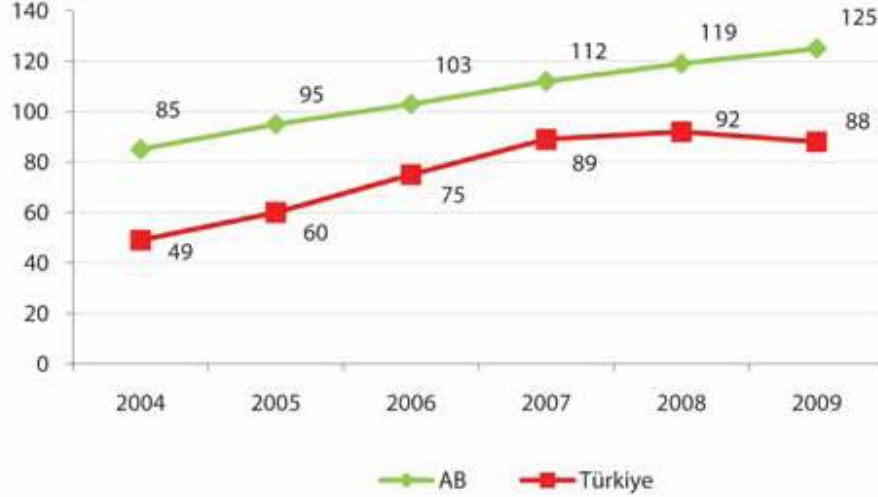
2008 yılında elektronik iletişim sektörünün geliri AB’de 351 Milyar Avro olarak gerçekleşmiş olup, bu büyüklük da Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Pazarı’nın yaklaşık yarısına karşılık gelmektedir. Dünyadaki en büyük 10 telekom operatörünün 7’si Avrupa menşeli firmalardır.

Dünyanın geleceğine yön verecek bu kritik sektör, Türkiye için de gittikçe önem kazanmaktadır. Türkiye’nin bu alandaki ulusal düzenleyici otoritesi 2000 yılında Telekomünikasyon Kurumu adıyla kurulmuş olan ve 2008 yılındaki “Elektronik Haberleşme Kanunu” ile ismi “Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK)” olarak değiştirilen kuruluşumuzdur. BTK’nın da önemli katkılarıyla Türkiye’de telekomünikasyon sektörü ivme kazanarak güçlenmekte, sektördeki rekabet artmaktadır.

Çalışmada, bu önemli sektörün Türkiye ve AB ülkelerindeki durumları çeşitli boyutlarıyla karşılaştırılmıştır. Bahsekonu veriler Avrupa Komisyonu’nun [*Elektronik İletişim Avrupa Tek Pazarı 15. İlerleme Raporu*](#), [*BTK 2009 Faaliyet Raporu*](#) ve [*BTK 2010 Yılı 2. Çeyrek 3 Aylık Pazar Verileri Raporu*](#) belgelerinden derlenmiş bulunmaktadır.

GSM Sektörü

2009 yılı sonu itibariyle Türkiye’de yaklaşık %88 penetrasyon oranına tekabül eden 62,8 milyon mobil abone bulunmaktadır.



Şekil 1.¹

Mobil penetrasyon oranlarında AB ortalamasının 2009 yılında (Ekim sonu) %125 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Türkiye her ne kadar mobil penetrasyonda AB ortalamasının altında kalsa da bu orandaki artış eğilimlerinin AB ile paralel gittiği görülmektedir. 2009 yılında yaşanan kısmi düşüş ağırlıklı olarak numara taşınabilirliği düzenlemesi ile ilgilidir.

2009 yılı temmuz ayında Türkiye’de 3G hizmetleri verilmeye başlanmış ve bununla beraber Türkiye’de 3G abone sayısı 2009 yılı itibari ile 7 Milyonu geçmiştir². Avrupa’da mobil abonelerin %30’u 3G abonesi iken, 2009 yılı Temmuz ayından bu yana hizmet sunumuna başlanan Türkiye’de bu oran yaklaşık %19 seviyelerine ulaşmıştır.

Türkiye’de mobil numara taşıma ortalama gün sayısı 6 olarak gerçekleşerek 4,1

¹ BTK 2009 Faaliyet Raporu, Şekil 26

² Ibid., 2010 2. Çeyrekte bu rakam 11,4 milyona kadar ulaşmıştır.

olan AB ortalamasının üzerinde kalmıştır.

Düzenleyici Yasal Ortam ve Sabit Hatlar

Ulusal düzenleyici kurumların bağımsızlığı AB için etkili bir düzenleme mekanizması açısından ön koşuldur. Avrupa ülkelerindeki AB düzenleyici çerçevenin uygulanabilirliğini ve elektronik haberleşme sektörü düzenleyici otoritelerinin etkinliğini ölçen ve her yıl bu konuda bir rapor yayımlayan ECTA (European Competitive Telecommunications Association), Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'muzun 2009 notunu 140'dan 213'e çıkarmış ve böylece Türkiye sıralamada İsviçre, Çek Cumhuriyeti ve Bulgaristan'ın önüne geçmeyi başarmıştır.

Sadece 2009 yılında Bilgi Toplumu ve Medya faslı kapsamında AB müktesebatına uyum amacıyla 11 yeni yönetmelik çıkarılmıştır.

Türkiye'de 2009 yılı itibariyle sabit abone sayısı 16,5 milyon civarında gerçekleşmiş olu, bu büyüklük %23 civarında bir penetrasyon oranına karşılık gelmiştir. Sabit hat penetrasyonu mobil telefon kullanımındaki artışın da etkisiyle düşme eğilimindedir.



Şekil 2³

³ BTK 2009 Faaliyet Raporu, Şekil 8

Geniş bant (Sabit ve GSM)

2010 yılı başında AB geniş bant penetrasyon oranları ortalaması %25 civarında gerçekleşmiştir. Aynı dönemdeki AB mobil geniş bant penetrasyon oranları da %5,2 olarak gerçekleşmiştir. Hollanda ve Danimarka'nın geniş bant penetrasyonunda, Finlandiya (%17) ve Portekiz'in (%16,1) ile mobil geniş bant penetrasyonunda AB'nin lideri olduğu gözükmemektedir.

Türkiye pazarında ise geniş bant erişim oranı 2010 yılı başı itibari ile %10 civarında gerçekleşmiştir. Geniş bant bağlantılarının %87'sini DSL teknolojisi oluşturmaktadır. Öte yandan, Türkiye'de 2010 yılı başında mobil geniş banttan faydalanan 640,580 abone bulunmaktadır. Bu verilere göre, Türkiye'nin geniş bant konusunda AB ortalamalarının altında olduğu gözükmemektedir.

Buna karşın AB geniş bant pazarı nispi olarak daha olgun bir pazarken, Türkiye geniş bant pazarı yüksek bir büyüme potansiyeli taşımaktadır.

Dijital Televizyon ve Kablo

AB için önem taşıyan konulardan bir diğeri de analog yayınlardan dijital yayınlara geçiş süreci ve bu sürecin sonunda boşalacak olan frekanslardır. "790-862 MHz" olan bu frekans spektrumuna dijital kar payı da denilmektedir. Bu dijital kar payının ne şekilde kullanılması gerektiği, AB Elektronik Haberleşme Pazarı'nın en önemli gündem maddelerinden birini oluşturmaktadır.

AB ülkelerinden bir kısmı analogtan dijital geçiş sürecini tamamlamışken, bir kısmında süreç hala devam etmektedir. Örneğin Danimarka bu geçişi 1 Kasım 2009 tarihinde tamamlamışken, İrlanda hala bu geçiş için bir tarih belirleyememiştir.

Türkiye'de ise analog yayınların sonlandırılarak tamamen dijital yayına

geçiş için öngörülen son tarih 31 Aralık 2012 olup, bu hedefi tutturmaya dönük çalışmalar hızla devam etmektedir.