

Prof. Dr. Haluk Geray, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimini değerlendirdi...

“TÜRKİYE STRATEJİK BAKIŞINI YİTİRDİ”

Banu Salman
banu.salman@emo.org.tr

Kahraman Yapıcı
kahraman.yapici@emo.org.tr

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Haluk Geray, bilgi ve iletişim teknolojileri gelişimini anlatırken, Türkiye'nin 1960'lardaki stratejik bakışını 1990'larda yitirmiş olduğuna dikkat çekti. Türk Telekom'un 12 yıl süren özelleştirme sürecinin de teknolojik gelişme açısından bu stratejik bakışın korunduğu bir dönem olmadığını, bu dönemin yalnızca ucuz ve hizmetin yaygınlığı açısından yararlı olabildiğini ifade eden Geray, rekabetin ucuzluk ve teknolojik gelişim sağladığı iddialarının geçerli olmadığını ortaya koydu. Haluk Geray, tekel ortamında teknolojik gelişmelerle fiyat düşüşlerinin sağlanabildiğini, rekabetçi bir ortamda ise küçük oynamalarla fiyat yüksekliğinin korunabildiğine işaret etti. Bugün İnternet erişiminin 1999'da tamamlanan Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı'ndaki (TUENA) 2010 yılı hedefinin oldukça gerisinde kaldığına dikkat çeken Prof. Dr. Geray, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hedefsizlik ve kendi başına bırakılmışlığın zaman açısından toplumsal maliyetine vurgu yaptı.

Prof. Dr. Haluk Geray, Elektrik Mühendisliği Dergisi'ne iletişim teknolojilerinin gelişimini ve Türkiye'nin konumunu değerlendirdi.



Elektrik Mühendisliği: Türkiye'nin iletişim teknolojileri açısından tarihini ve gelişmeleri değerlendirebilir misiniz?

Prof. Dr. Geray: Doktora tezime başladığımda sayısal telekomünikasyon yönlendiricileri üzerine odaklandım. Sene 1979-80. O zaman sayısal yönlendiriciler çok büyük bir yenilikti. Üstelik geleceğin dünyasında egemen olacak teknoloji olarak da ISDN dedikleri Bütünleşik Sayısal Hizmetler Ağı gösteriliyordu. Kapasiteleri şimdiyle kıyaslanmayacak derecede düşüktü; ama o dönem için büyük bir devrim sayılıyordu. ISDN'i şöyle anlatıyorlardı: Geleceğin bilgi toplumunun ağı. Bütün filmler, bütün müzik albümleri, her türlü bilgi ve elektronik posta hizmetinde olacaktı. Sen istediğin yere girip telefon fişi üzerinden ulaşacaktın ve bunları da şimdi İnternet'te olduğu gibi, biraz patinaj yaparak, bekleyerek falan filan

değil, neredeyse televizyon seyrederek gibi alacaktık. Bu iş aslında tutmadı. Tutmamasının en büyük nedenini şöyle açıklayabiliriz: Belli teknolojiler, kritik kitle dediğimiz sayıya ulaşamıyor. Hizmeti başlatmanız için, en azından karlılığını, ekonomik yapılabilirliğini sağlamak için belli bir sayıyla başlaman lazım. İlk yatırım maliyetlerini çıkarmalısın. Bunu yapabildiğin zaman zaten hizmetin kendisinin de bedeli düşüyor, düştükçe daha çok kullanılmaya başlanıyor ve bir yaygınlaşma rayına oturuyor. Bu yaşanmadı.

Fakat ABD, Sovyetler Birliği'nin yıkılmasından sonra çok zekice bir şey yaptı; var olan üniversitelerin, askeri kuruluşların, zaten ağı üstünde olan kuruluşların kendisini bir tür kritik kitle olarak değerlendirip hizmeti sunmaya başladı. Böyle olunca da hizmet ticari olarak da sunulabilir hale geldi. Zaten Amerika'da da ticarileşmesi 94-95 yıllarında olmuş-

tur. Yani bunlar 91-94 arasındaki o ilk 3-5 yılı büyük ölçüde kamusal şeylerle, ticari olmayan kullanım bağlamında, kamusal fonlamalarla büyüttüler.

Dolayısıyla aslında paradigma değişti. Doktora tezimi yaparkenki paradigma, hep telefon yönlendiricilerinin akıllanması, sayısallaşması ve onların bir anlamda bütün dünyada birleşerek, bir ağ topluluğu ya da ağ topluluğu altyapısı olarak sunulacağını gösterir gibiydi. Böyle olmadı. İnternet teknolojileri diyebileceğimiz teknolojilerin kendisi 90'lı yıllardan sonra paradigmayı değiştirdi. O zamanın beşlisi dediğimiz Northern Telecom, AT&T, Siemens, Alcatel vesaire gibi büyük telekomünikasyon santrali ve araç donanımı üreten firmalar bir anda hızla piyasa yitirdiler. Mesela Cisco gibi, sadece İnternet'e yönlendirici üzerine çalışan bir firma bir anda hepsini solladı, yukarıya doğru tırmadı. Sektör aslında büyük bir krize karşı karşıya kaldı. Bu krizi nasıl çözdüler? Büyük paralara sahip ve devletlerin de şampiyonları olan -her ülkenin milli şampiyonu vardı, hala da var, olmaya devam ediyorlar- bu şirketler ne yaptılar? Buldukları her türlü İnternet yazılımı geliştiren bütün firmaları satın aldılar, kendilerinde bu dönüşümü becerdiler.

"60'larda Stratejik Bakış Geliştirildi"

Türkiye açısından da burada bir kopma yaşandı ve bizde biraz daha ters gitti işler diye düşünüyorum. Telekomünikasyon donanımı anlamında bakıldığında, Türkiye'nin 60'lardan beri devam eden bir stratejisi vardı. Kısaca özetlemek gerekirse, biraz ulusal güvenlik üzerine kurulu, özellikle bu Kıbrıs olaylarında yaşananlar nedeniyle Türkiye'nin ambargo altında bütün telekomünikasyon trafiğinin çökmesi nedeniyle, telekomünikasyon alanında ulusal yeteneklerini artırma, yerli firmaların mümkünse ortak yatırımlarla yabancıardan teknoloji edinmesi, bunu kendi araştırma-geliştirmeyle bütünle kendine mal

etmeye çalışan bir stratejinin olduğunu görüyoruz. Bu 63'ten itibaren böyledir. 65'te zaten NETAŞ'ın kurulup da eski model crossbar üretmeye başlaması bile bununla yakından ilişkilidir. Sonra 74'teki o konulan ambargoda düşülen zor durum nedeniyle Türkiye'nin teknolojik yeteneklerini hep ayakta tutması gerektiğine inanılmış ve bu strateji devam ettirilmiş aslında.

"Türkiye Yıldızlaşan Bir Ülkeydi"

Özellikle sayısal santrallere geçildiği dönemde -ki, 1984 sonrasıdır o dönem, yani telefonun neredeyse 100 hanenin 15'inden, 10 yıl içinde, yüzde 40'lara doğru geldiği inanılmaz bir dönemdir o- Türkiye çok başarılı oldu. Bu sayısal santrallerin yazılımını yapabilen birkaç tane ülke ortaya çıktı. Gelişmekte olan ülkeler açısından baktığımızda bir Türkiye var, biraz Brezilya var. Biraz da Arjantin'de pek güçlü olmayan bir hareketlenme vardı. Ama Amerika, Fransa, Almanya ve Japonya'da NTT, Siemens, Alcatel, AT&T, Northern Telecom; bu beşliyle ilişkiler içinde olarak birtakım şeyleri yaparak, Türkiye teknolojik açıdan bu beşlinin içine girme şansını yakaladı. Bilimsel araştırmalar, bilimsel Ar-Ge projeleri, TÜBİTAK'ın katkıları vesaire hep devredeydi. Devletin alım politikası, yani kamu satın almaları buna yönelik yapılıyordu. Türkiye, bunun teknolojisini neredeyse kendisi üretebilir hale geldi

ve 93-95 yılları arasındaki dönemde yurtdışına yönelik satışlarda, başka ülkelere destek olma doğrultusunda kendi bölgesinde ön plana çıkan, yıldızlaşan bir ülke görünümünü kazandı. Bu arada tabii, telefon kuyrukları meselesi de sona ermiş oldu. Yıldızlı Türkiye, çok gelecek vaat eden ülkelerdendi. Hatta pek çok akademisyen, geleceğin bilgi toplumu altyapısını bulacak ülkelere biri olarak da Türkiye'yi örnek gösteriyordu.

"Birçok Ülkenin Gerisine Düştük"

Bu paradigma kayışı sırasında, yani sayısal santral odaklılıktan biraz daha diğer teknolojilere odaklılığa geçişte, Türkiye ne yazık ki eski kazanımlarını kaybetti. Paradigma değişimi nedeniyle kaybetmedi. Aslında Türkiye'de sürekli iktidarlar, bu küreselleşme, neoliberalizm adı altında, biraz abartırsak kumarhane kapitalizmi denilen, daha çok finans sektöründeki paralarla oynayarak, reel sektörü olabildiğince dışlayarak ve özelleştirip yabancılara her şeyi satarak bir ekonomik politika seçti. Sermaye birikimi biraz zayıf olduğu için büyük sermaye de galiba bunu böyle istedi. Sağ, sol, şu parti, bu parti, Müslüman, laik filan pek fark etmedi. 90'dan sonra hep aynı çizgi devam etti ve bu süreçte Türkiye, eskiye yönelik stratejik bakışını kaybetti. Örneğin, iki olay oldu; İnternet teknolojileri ve gezgin telefon dediğimiz cep telefonu teknolojileri. Her ikisinde de hiçbir yetenek geliştirilmedi, hiçbir kamu politikası yürürlüğe konulmadı, stratejik bir bakış açısı gerçekleşmedi. Burada Türkiye büyük kayba uğradı, hala da uğramaya devam ediyor. Bazı dışsatımlarımız vesaireler var, ama topluca baktığınızda Türkiye, sürekli bu sektörde açık veren ve açığı da her yıl büyüyen bir ülke. Oysaki, örneğin cep telefonu alıcıları çok büyük bir pazar oluşturdu, en azından o görülebilmeliydi 20 yıllık bakış açısı içinde.

Bu yeni teknolojilerin 1990'lardan sonraki serüveni Türkiye'deki politik-ekonomik



gelişmelerle birleşince, Türkiye de şu an diğer gelişmekte olan ülkeler kategorisinde, belki birçoğunun da gerisine doğru sürüklendi.

Elektrik Mühendisliği: Telekom'un özelleştirilmesini, bu anlattığınız bağlam içinde bir kırılma noktası olarak görmek mümkün mü? Telekomünikasyon Kurumu'nun (TK) bakışını, uygulamalarını nasıl değerlendirebiliriz?

Prof. Dr. Geray: Telekom'un özelleştirilmesi ilginç bir süreçten geçti. 1993'te hedeflenen şeye ancak 11-12 yıl sonra ulaşılabildi; yani 12 yıl sürdü özelleştirmesi. Bu hem kamuoyu baskısından, hem Genelkurmay'ın belli ölçülerde bu işin stratejikliğini farkında olmasından ve bürokrasinin içindeki kimi unsurların da açıkça olmasa bile pek de özelleştirme yanlısı olmamasından kaynaklandı. Yani Anayasa Mahkemesi'nin arka arkaya yaptığı iptaller vardı. Yeni yasalar da hep iptal edilecek biçimde çıktı açıkçası. Burada galiba biraz bürokrasinin içindeki insanların da, istemeyenlerin de... Yani bürokraside de bir çatışma yaşandı o süreçte. Fakat şunu söylemek mümkün; özelleştirmenin doğruluğunu, yanlışlığını tartışarak geçti hep 12 yıl. O 12 yıl içinde de, Türk Telekom, stratejik anlamda Türkiye'de sektöre liderlik yapabilecek politikalar izlemedi, buna izin verilmedi. Örneğin, kamu alımları konusunda hep var olan firmalara bile zorluklar çıkarıldı. Sonuçta, gelir paylaşımı diye yöntemlerle ancak telefon santralciileri yeni telefon yatırımlarını yapabildiler. Yani parayı NETAŞ koyuyor, geri dönüşünü NETAŞ alıyor, Türk Telekom yatırım yapmamış oluyor. Telekom, cep telefonu, gezgin telefon ve İnternet teknolojileri konusunda hiç Türkiye'de yerel yetenekleri yüreklendiren bir büyük kamu alımcısı olarak bir politika izlemedi.

Özelleştirmenin iyiliği-kötülüğü üzerinden tartıştık; fakat Türkiye'ye sektörel olarak ne getirip ne götürdüğü meselesini pek tartışmadık. Bu açıdan özelleştirilmemesinin yerel yeteneklere dayalı bir ekonomik sektör oluşturma açısından pek yararı olmadı. Belki hizmetin

daha ucuz, daha yaygın olması, kırsal ve kentsel yerlere gitmesi konusunda birtakım avantajları oldu ya da işçilere sağladığı olanakların bir 10-12 yıl daha sürmesi açısından bir yararı oldu; ama sadece bununla sınırlı kaldı. Yabancılarla satıldıktan sonra da görülen, daha çok çeşitli tarife oyunları ile konulan paranın bir anlamda geri alınmaya çalışılması.

TK'nın da öğrenme sürecinden geçmesi söz konusu. TK'nın oluşturulduğu açınsından da önem verdiğimiz bu stratejik yaklaşımı pek görmüyoruz. Anladığımız kadarıyla da, bu kuruma biraz siyasetin müdahalesi var.

BiT'lerde İkili Yön: Bilgi Toplumu-Bilişim Toplumu

Elektrik Mühendisliği: Bilgi ve iletişim teknolojileri (BiT) sektörünü nereye konumlandırmalıyız? Diğer sektörlerden ayrı bir konumu var mıdır?

Prof. Dr. Geray: Bazı iktisatçıların, sosyal bilimcilerin araştırmalarına göre, kapitalizmin aslında belli devrevi özelliklerinin olduğunu görüyoruz. Devrevi özellikler dediğimiz zaman, kapitalizmin belli sektörleri kullanarak büyümesini sağladığını; karlılıkların düşmesini ve olabildiğince krizlerden uzak kalmasını sağlamaya yönelik olarak belli sektörlerin öne çıktığını görüyoruz. Nitekim bu araştırmacılar 1970 sonrasında biraz elektrik-elektronik dalgası diye tanımlamışlardı. "Sonra o dalgaın devamı olarak da ICT (information and communication technology-bilgi ve iletişim teknolojileri) paradigması ön plana çıktı" diyorlar. Yeni tekno-ekonomik paradigma, bilgi ve iletişim teknolojilerinin temel altyapı oluşturduğu bilgi toplumu olarak tanımlanıyor. Bunu Avrupa Birliği'nin (AB) politika belgelerinde de görmeniz mümkün. Örneğin "Yenilenmiş Lizbon Stratejisi" dedikleri belgede iki tane unsur var; biri "Bilgi temelli ekonomi ve toplum" diyor, bunun alt stratejisi olarak da information society. Yani AB iki farklı düzey tanımlıyor; bir bilgi toplumu, bir de bilişim toplumu. Yani bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun kullanıldığı, mümkünse bugüne kadarki olan faaliyetlerin bir kısmının o ağına üzerine aktarıldığı, enformasyon toplumu alt

stratejisi. Ama bu alt stratejinin üstündeki stratejiye baktığınız zaman, AB'nin yüksek teknolojiye dayalı ve yüksek katma değerli sektörlerde rekabet üstünlüğünü sağlama hedefi görülüyor. Böyle olunca, sadece bilgi ve iletişim teknolojileri veya sadece sektörü değil; bunun yanında, hiç kuşkusuz bazı alanlar var; nanoteknoloji, biyoteknoloji, gen teknolojileri, ileri bilgisayar ve bilgi işleme teknikleri vesaire. Bunlardan oluşan yeni alanlar, yeni paradigmlar çıkıyor. Bu dar anlamdaki bilişim sektörü ya da bilgi iletişim teknolojileri sektörünün çok iyi işlemesiyle o altyapıyı kurmuş olmakla yakından ilişkili. Dolayısıyla, bu teknolojilerin ikili bir etkisi oluyor; zaten var olan sektörlerdeki işleyişin belli parçalarını üstlenerek, giderek her şeyin "e" haline gelmesi durumu ve bir de ileri teknolojilere yönelik bilgi üretiminin altyapısı da bu bilgi-iletişim teknolojileri oluyor. Dolayısıyla, çok stratejik önemi var.

"Tekel Toplumsal Yararı Daha Artırabiliyor"

Elektrik Mühendisliği: Bu bilgi ve iletişim teknolojilerinin büyük bir sermaye gerektiren yapısı, kamu-özel tekel anlamında değerlendirme yapabilir misiniz?

Prof. Dr. Geray: Tekeller genellikle kötülenen şeyler. Fakat iktisatçıların da ortaya koyduğu şeyler var; bazı durumlarda bu tekeller toplumsal yararı daha artırabiliyor. Örneğin, bir pazarda, bir piyasada eğer tekel varsa... Mesela tekel durumunda olan radyolara bakıyorlar, o radyolar programlarını değişik hazlara, değişik ilgi alanlarına yönelik olarak çeşitlendirebiliyorlar. Fakat sayı arttıkça, radyoların sayısı 10'a, 15'e çıktıkça, o pazarda, yavaş yavaş bu çeşitliliğin ortadan kalktığı gözüküyor. Mesela, bu tip durumlar var.

Doğal tekel durumunda Telekom da, hem düzenlemenin etkisiyle, hem de doğal tekel tanımı itibarıyla daha ucuz, toplumun çeşitli kesimlerine belli bir ödenebilir ücretle hizmeti yaymaya yönelik politikaların uygulanmasını mümkün kılıyordu. "Doğal tekel durumu nedir?" diye sorduğunuzda, aslında iktisatçıların yanıtı, "Eğer bir pazarda bir firmanın üret-

tiği hizmet, iki firmanın ürettiği hizmete kıyasla daha ucuz ise o pazarda doğal tekel vardır” şeklindedir. Sonradan çıkan yeni paradigma, “ara bağlantı” denilen kavramı ortaya atarak, yatırımı zaten eski tekelin üzerinde bırakmayı ve o tekel kullanarak yenilerinin bağlanmasını getirdi. Mutlaka telekomünikasyon iş modeli, her bir firmanın en baştan en sona kadar bütün bir zinciri sahiplenmesi üzerine kurulmayabilir. İş modelini nasıl kurarsan öyle olur. Doğal tekel savı artık geçersiz bir sav. Geçersiz olmasının nedeni de, doğal tekel durumunu, var olan ağa bağlanılmasını zorunlu kılarak kırmış oluyor.

Elektrik Mühendisliği: Ama altyapıda bir doğal tekel söz konusu olduğu için, düzenleme yapma ihtiyacı ortaya çıkıyor. Şirketler kendi aralarında ara bağlantı için belli bir noktada uzlaşma sağlayamıyorlar. O anlamda da yine kamusal bir düzenleyici öngörüyorlar.

Prof. Dr. Geray: Doğal tekel savı geçerli değil; ama pratikte genellikle ya düopol veya oligopol dediğimiz, iki tekelli veya çok tekelli dediğimiz piyasalar oluşuyor ve bunlar da aslında tekelleşme eğilimi olan piyasalar. Ama tabii, bunu belli bir düzenlemeyle yapıyorsunuz. Ama “hangisi daha iyi” gibi bir tartışma çok şey oluyor. Sistem bunu bir şekilde kuruyor, inşa ediyor iş modelini. Bunun da sakıncaları var, bütün dünyada karşı çıkanları var. Mesela AT&T ve Bell laboratuvarındaki iktisatçılar bütün çalışmalarında, Amerika’daki bilgi toplumu hedeflerinin gerçekleşmediğini ve gerçekleşmeyeceğini söylediler. 10-15 yıl önce bile söylediler. Çünkü eski tekeller tekel konumlarındayken, iş planlarını 20 yıl perspektifle yapıyorlar. Yani o piyasada 20 yıl boyunca kalacağını, var olacağını ve geliri alacağını düşünüyor. Dolayısıyla çok büyük paralarla yenilenmeleri, yeni atılımları, yaygınlaştırma atılımlarını yapmaları mümkün oluyor. AT&T diyordu ki, “Siz bu akılla giderseniz; yani bu parçalama, bölme, ağ bağlantı, eski tekelin şeylerini kullanarak yeni rekabetler ortaya çıkartma...” Mesela, 250

milyar dolarlık, bütün Amerika’ya fiber optik döşeme, en geniş bant teknolojiyi götürme planları vardı. Onları rafa kaldırdılar. Çünkü birisine, “Senin ağından herkes bağlanacak, kaç bağlanacağını da ben araya girer tespit ederim gerekirse. O da seninle rekabet edecek” diyorsan adam niye ağını yenilesin? Var olan ağı sonsuza kadar kullanmakla uğraşır. Yeni bir teknoloji getirmez ya da eve kadar fiber, köşeye kadar fiber götürme yoluna gitmez.

“İnternet Arabesk Bir Teknoloji”

Aslında bugün de gördüğümüz, XDSL dedikleri şeylerin tamamı, var olan ağı yenilemeden, o bakır kabloları sonuna kadar kullanarak, “Ne kadar yüksek kapasitede, kime ne götürürüz?” anlayışı. 76’da AT&T’nin koyduğu vizyona aslında şu gün ulaşılmış değil. Televizyon izlemeye kalkıyorsun, nereden kaynaklandığı belli olmayan biçimde görüntüler donuyor. Evine 2 megabayt da getirsen değişmiyor; evinden önceki yerlerde bir yığın tıkanmalar oluyor. Hani bazı elektronik mühendisleriyle filan konuşunca, telefon altyapısını dünyanın 8. harikası olarak tanımlıyorlardı. Öyle bir altyapı ki, aynı kapasiteyi, aynı kaliteyi Çemişkezek’in köyünden Güney Afrika’nın bilmem ne köyüne kadar kuruyor, en azından kurmaya çalışıyor. İnternet öyle değil, arabesk bir teknoloji; yani her şeyi birbirine ekliyor, ekliyor, ekliyor. Sonra “Bir şey yapayım” demeye başladığında kolay kolay olanak vermiyor. Özellikle hareketli görüntülerin getirilmesi anlamında o kapasiteyi vermiyor. 76’daki AT&T’nin standartları -kalitesi, rahatlığı anlamında söylüyorum- bugün yok bunlarda.

Şunu demek istiyorum: Tekel olsaydı, 15-20 yıllık perspektiflerde büyük atılım, büyük yenilenmeler mümkün olabilirdi. Ama bugün için bundan geri durulmuş vaziyette. Bu yeni telekomünikasyon paradigması, olabildiğince çok firmanın eskiden tekellerin verdiği alanlara girip, sermaye birikimini yeniden üretmelerini öngörüyor. Mesela, bir hizmeti tekel mi, rekabet içindeki bir piyasa mı daha ucuza verir? Koşullara göre on binlerce değişik cevabı vardır, ama şunu gözden kaçırmamak gerekiyor: 1917-1985 yılları

arasında ABD’deki fiyatların düşüşüyle deregüle edildikten ve rekabet dönemi-ne geçildikten sonraki fiyatlar karşılaştırıldığında, tekel dönemindeki düşüşün çok daha yüksek olduğunu görüyoruz. Neden? Fiyatın düşmesini belirleyen tek unsur rekabet değil, teknolojik yenilemeler çok önemli düşüşler getiriyor. Tekeller, 10 bin-20 bin kişinin çalıştığı Ar-Ge bölümleri kurarak, sürekli yeni teknikler geliştiriyorlar ve o teknolojik yenilikler aslında verimliliği çok arttırdığı için, fiyatlarda inanılmaz düşmeler oluyor.

Şimdiki döneme bakalım, örneğin bilgisayarlar. Bilgisayarların fiyatı hiç belli bir eşiğin altına düşmedi. 1000 dolar gibi. Eğer toplama olursa da işte 500-600 dolar. 10 yıldır bu böyle. Mikroişlemciler, yazılımcılar, daha uyumlu, daha renkli küçük değişikliklerle, hep bir yolunu buldular. Yenilerken değeri de yukarıda tutmayı sağladılar. Örneğin CPU (işlemci) fiyatı, hakikaten o piyasa rekabetçi bir piyasa olmamasına karşın, çok düşen fiyatlarla karşılaşıyoruz. Ekranlar hala düşmüyor. Ekranlar en büyük payı almaya devam ediyor. Ama rekabet mantığı hataydı. Ne kadar rekabetçi olursa o kadar fiyat ucuzlar falan diye baktılar.

Toplumsal yarar açısından bakılacaksa, hem fiyatların durumuna, hem de toplumsal boyutta her kesime ne kadar yayılabildiğine bakmakta yarar var. Örneğin, sabit telefonda Türkiye, gelişmekte olan ülkeler arasında başarılı, en yüksek telefon yoğunluğuna sahip olan ülkeydi. Hatta OECD tartışmalarında bazı delegeler, “Aslında OECD modeli çökmüştür, çünkü Türkiye zaten tekel altında mükemmel bir yaygınlaştırma ve telefon yoğunluğuna ulaşmayı kanıtlamıştır” diye konuşuyorlardı, kokteyllerde, aralarda. Tabii, resmi raporlar farklı olabiliyordu da.

Cep Telefonu Sabit Telefon Pazarı Üzerinden Başarılı Oldu

Elektrik Mühendisliği: Cep telefonlarında da başarılı olundu.

Prof. Dr. Geray: Tabii, cep telefonu da başarılı oldu, ama onda şunu hiç unutmamak lazım: Cep telefonunu bütün dünyada çok güzel bir strateji üzerine kurdular. Kritik kitle dediğimiz

kitle nereden geldi? Sabit telefonlara bağlanabilmekle sağlandı. Yani cep telefonu piyasaya ilk çıktığı zaman, alan 200 kişinin bağlanabileceği 8 milyon hane telefon vardı. Türkiye’de aslında kamusal tekel zamanında sağlanan o yaygınlık, cep telefonunun da tutmasını ve onun da hızla kritik kitle eşliğini aşıp, karlı bir iş olarak kendini konumlandırmasını sağladı. Sadece rekabet meselesi değil. Yoksa şu an yine cep telefonu piyasasında da tekel var. Yani neredeyse bir tane firmanın olduğu, öbürünün biraz daha yaklaştığı oligopol bir yapı.

**Elektrik Mühendisliği:
Türkiye’de hep konuşulan
gelir dağılımı uçurumunun
bilgi ve iletişim
teknolojilerinde de bir
uçurum yaratması söz
konusu mudur?**

Prof. Dr. Geray: Türkiye’de geçtiğimiz dönemlerde birkaç tane politika oluşturma girişimi oldu. Bunlardan bir tanesi, 99 yılında tamamlanan Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Projesi’ydi. O ana plan stratejisi, yerel yetenekleri yaratmaya yönelik bir projeydi; Ar-Ge ayağı vardı. Toplumsal yararı da en çoğa çıkarmayı temel almış bir projeydi. Ama egemen politika kılınmadı. Hep hükümetler bir özelleştirmedir tutturmuşlardı, bir küreselleşme furçası içindeydiler ve bunu anlamadılar açıkçası. Bölük pörçük çeşitli kurumlarda bunun çıktıkları kullanıldı.

Aslında burada şöyle bir durum söz konusu: Yerel yetenekleri, ulusal yetenekleri ne kadar geliştirirseniz, yerel yetenekleri kullanan firmalara ne kadar çok sahip olursanız, toplumsal yaygınlığın ve her kesime gitmesinin de o kadar önünü açmış oluyorsunuz. Bu, Türkiye’nin sabit telefonda çok tipik olarak gösterdiği bir husus. Yani yaygınlaşmayla sektör yaratma stratejisi çok üst üste giden iki strateji. Aslında bir tanesinden vazgeçtiğiniz zaman, biraz öbüründen de vazgeçmiş oluyorsunuz.

Türkiye İstatistik Kurumu son yıllarda hane halkı istatistikleri yapmaya başladı. Türkiye’de uluslararası açıdan kullanılabilen ilk istatistikler TUENA’nın içinde yapılmıştır. İlk saha araştırmasıydı. Kimse el atmadığı için, TÜBİTAK 2000 yılında



yeniledi. Türkiye İstatistik Kurumu 2004 yılında nihayet yapmaya başladı. Baktığınız zaman, İnternet gelişimi bence son derece yavaş gidiyor. TUENA’nın 2010 hedefine (hanelerin hemen hepsini), ulaşılmasının çok gerisinde durum.

Peki, en rekabetçi piyasa hangisi; cep telefonu piyasası mı rekabetçi, İnternet hizmet sağlayıcılar (ISS) mı daha rekabetçi? En azından 70 tane ISS sayarım. Ama olmuyor. Örneğin İnternet yaygınlaşmıyor. Son derece kendiliğinden yaygınlaşıyor. “Yaygınlaşırken her kesime gitsin. Yoksul olan da, daha dezavantajlı olan da yararlansın” gibi özel bir çaba görmüyoruz.

**Elektrik Mühendisliği:
Bu çerçevede evrensel
hizmet fonunun oluşumu
ve uygulamalarını nasıl
değerlendiriyorsunuz?**

Prof. Dr. Geray: O projenin (TUENA) en başında, “Evrensel Hizmet Fonu” diye bir fonun kurulması 1997 yılında önerilmişti. Ne zaman gerçekleşti? Telekom satılmadan önce 2005 yılında, Evrensel Hizmet Yasası diye bir yasa çıkarttılar. Operatörlerden paralar kesilecek. “Peki, o paralar nerede kullanılacak?” denildiğinde şöyle bir mantık var: “Eskiden Türk Telekom tekeldi ve bizimdi. Sosyal gereklilik nedeniyle, köye de götürmesi gerekiyordu, kente de. Çok kar edeceği yere de götürüyordu, zarar edeceği yere

de götürüyordu. Şimdi artık böyle olmayacak, Türk Telekom ‘Ben götürmem’ diyecek. O zaman hiç değilse devlet para koysun, o fondan sağlanacak paralarla bazı hizmetler bir yerlere götürülsün.” Tabii, birazcık işten anlayan bir insan, aslında tam satış öncesinde değerini daha arttırmak için böyle bir yasanın çıkarıldığını düşünebilir. “Yaygınlaşmayı ve her kesime götürülmesini sağlayalım” gibi bir sosyal kaygıdan çok, satarken önlerine çıkan bir engeli aşmak için yaptıkları bir düzenlemeye benziyor. Dolayısıyla Türkiye’de işin toplumsal tarafı biraz kendiliğindenci ve piyasalara bırakılmış durumda şu anda büyük ölçüde.

“Bu teknolojiler ucuzluyor, ucuzlama devam edebilir, önümüzdeki 20 yılda hakikaten o hedeflere ulaşılabilir” filan, ama kimse bu arada zamanın maliyetini katmıyor. Yani birilerinin 20 yıl önce ona sahip olmasıyla 20 yıl sonra sahip olması arasındaki maliyeti kimse hesaplamıyor, sisteme getireceklerini hesaplamıyor. 98 yılında ortaya konulmuş bir şey. 9 yılda bir kuşak geçip gitti. Bir de, “Siz bu Türk Telekom’u satacaksanız, rekabete açılacağını söylemeyin, değeri düşer” demiştik. Parayı yatırmak istediğin yerin 20 yıl daha tekel kalacağını bilsen, daha çok para yatırırısın; ama ne olacağını bilmiyorsan, onun yarısını yatırırısın. Türk Telekom’un değeri 40 milyar dolardan başladı, sonunda 6 küsur milyara filan düştü. ▲