



TÜRKİYE ELEKTRONİK HABERLEŞME SEKTÖRÜ

Üç Aylık Pazar Verileri Raporu

2009 Yılı 1. Çeyrek
Ocak-Şubat-Mart

Sektörel Araştırma ve Stratejiler
Dairesi Başkanlığı

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu

Temmuz 2009, Ankara

İÇİNDEKİLER

1	GENEL PAZAR VERİLERİ	1
1.1	YETKİLENDİRİLMİŞ İŞLETMECİ SAYILARI	1
1.2	İŞLETMECİ GELİRLERİ VE KÂRLARI.....	2
1.3	İŞLETMECİ YATIRIMLARI	2
1.4	TOPLAM TRAFİK	3
1.5	İSTİHDAM.....	7
2	SABİT PAZAR VERİLERİ	8
2.1	ABONE SAYILARI.....	8
2.2	SABİT PAZARDA YATIRIM	9
2.3	SABİT PAZARDA TRAFİK HACMİ	10
2.4	UMTH.....	11
3	İNTERNET VE GENİŞBANT VERİLERİ	18
3.1	İNTERNET ABONE SAYILARI.....	18
4	MOBİL PAZAR VERİLERİ	24
4.1	ABONE SAYISI VE PENETRASYON	24
4.2	MOBİL ABONE PROFİLİ	26
4.3	MOBİL TRAFİK HACMİ	29
4.4	MOBİL GELİR	33
4.5	MOBİL YATIRIM	37
5	ALTYAPI, KABLO VE DİĞER HİZMETLER	39
6	SONUÇ	41

ŞEKİLLER LİSTESİ

ŞEKİL 1-1 TOPLAM YILLIK ARAMA TRAFİK MİKTARLARI	4
ŞEKİL 1-2 TOPLAM ÜÇ AYLIK ARAMA TRAFİK MİKTARLARI.....	5
ŞEKİL 1-3 TRAFİK DAĞILIMI (%)	6
ŞEKİL 1-4 TRAFİK DAĞILIMI (MİLYON DAKİKA)	6
ŞEKİL 1-5 İSTİHDAM MİKTARI	7
ŞEKİL 2-1 SABİT ABONE SAYISI VE PENETRASYON.....	8
ŞEKİL 2-2 TARİFE PAKETLERİNE GÖRE SABİT TELEFON ABONE YÜZDELERİ.....	9
ŞEKİL 2-3 TT.'NİN YATIRIMLARI (MİLYON TL)	10
ŞEKİL 2-4 TÜRK TELEKOM TRAFİK DAĞILIMI (%).....	11
ŞEKİL 2-5 UMTH – TT ÇAĞRI BAŞLATMA (ŞEHİRLERARASI) TRAFİĞİ KİYASLAMASI	12
ŞEKİL 2-6 UMTH – TT ÇAĞRI BAŞLATMA (MOBİLE DOĞRU) TRAFİĞİ KİYASLAMASI	13
ŞEKİL 2-7 UMTH – TT ÇAĞRI BAŞLATMA (YURTDIŞINA DOĞRU) TRAFİĞİ KİYASLAMASI.....	13
ŞEKİL 2-8 UMTH – TT SABİTTE SONLANDIRILAN ULUSLARARASI ÇAĞRI TRAFİĞİ KİYASLAMASI	14
ŞEKİL 2-9 UMTH – TT MOBİLDE SONLANDIRILAN ULUSLARARASASI ÇAĞRI TRAFİĞİ KİYASLAMASI	15
ŞEKİL 2-10 UMTH-TT SABİTTEN BAŞLATILAN TOPLAM TRAFİKTEKİ PAYLARI	15
ŞEKİL 2-11 UMTH-TT İLGİLİ HİZMET GELİRLERİNE GÖRE PAZAR PAYLARI, (%)	16
ŞEKİL 2-12 UMTH-TT TELEFON HİZMETLERİ GELİRLERİNE GÖRE PAZAR PAYLARI, (%)	17
ŞEKİL 3-1 ADSL ABONE SAYISI	19
ŞEKİL 3-2 TÜRKİYE VE AB ORTALAMA İNTERNET BAĞLANTI ÇEŞİDİ YÜZDELERİ	20
ŞEKİL 3-3 HIZLARA GÖRE ADSL ABONELERİN DAĞILIMI	20
ŞEKİL 3-4 GENİŞBANT ABONELERİN İŞLETMECİ BAZINDA DAĞILIMI, (%)	21
ŞEKİL 3-5 BAZI AB ÜLKELERİ VE TÜRKİYE'DE PERAKENDE GENİŞBANT HİZMETLERİNDEKİ PAYLAR, (%).....	22
ŞEKİL 3-6 TÜRKİYE VE BAZI AB ÜLKELERİNİN NÜFUSA GÖRE GENİŞBANT PENETRASYON ORANLARI	23
ŞEKİL 3-7 TÜRKİYE VE BAZI AB ÜLKELERİNİN HANEHALKINA GÖRE GENİŞBANT PENETRASYON ORANLARI .	23
ŞEKİL 4-1 MOBİL ABONE SAYISI VE PENETRASYON	24
ŞEKİL 4-2 TÜRKİYE VE BAZI AVRUPA ÜLKELERİNİN MOBİL PENETRASYON ORANLARI, (%).....	25
ŞEKİL 4-3 YILLARA GÖRE TÜRKİYE VE AB ÜLKELERİ MOBİL PENETRASYON ORANLARI, (%)	25
ŞEKİL 4-4 ÖN ÖDEMELİ VE FATURALI MOBİL ABONE ORANLARI	26
ŞEKİL 4-5 BAZI AVRUPA ÜLKELERİNDE ÖN ÖDEMELİ/FATURALI ABONELERİN DAĞILIMI.....	27

ŞEKİL 4-6 İŞLETMECİ BAZINDA TOPLAM ABONE SAYILARI.....	27
ŞEKİL 4-7 GSM İŞLETMECİLERİ ABONE SAYISINA GÖRE PAZAR PAYLARI, (%).....	28
ŞEKİL 4-8 İŞLETMECİ BAZINDA ÖN ÖDEMELİ / FATURALI ABONELERİN DAĞILIMI, (%)	29
ŞEKİL 4-9 GSM İŞLETMECİLERİN DÖNEMLERE GÖRE TOPLAM TRAFİK MİKTARLARI.....	29
ŞEKİL 4-10 GSM İŞLETMECİLERİ TRAFİĞE GÖRE PAZAR PAYLARI, (%)	30
ŞEKİL 4-11 MOBİL TRAFİK DAĞILIMI, (%).....	31
ŞEKİL 4-12 DÖNEMLERE GÖRE MOBİL SMS VE MMS MİKTARI (MİLYON ADET)	31
ŞEKİL 4-13 İŞLETMECİ BAZINDA SMS SAYISI, (MİLYAR ADET)	32
ŞEKİL 4-14 İŞLETMECİ BAZINDA MMS SAYISI, (MİLYON ADET)	33
ŞEKİL 4-15 YILLAR İTİBARIYLA MOBİL TELEKOMÜNİKASYON HİZMETLERİNDEN ELDE EDİLEN GELİR	33
ŞEKİL 4-16 MOBİL GELİR DAĞILIMI	34
ŞEKİL 4-17 ARPU (ABONE BAŞINA AYLIK GELİR, TL).....	35
ŞEKİL 4-18 MOU DEĞERLERİ, (DAKİKA).....	36
ŞEKİL 4-19 YILLIK MOBİL YATIRIM (MİLYON TL)	37
ŞEKİL 4-20 ÜÇ AYLIK MOBİL YATIRIM DEĞERLERİ (MİLYON TL)	38
ŞEKİL 4-21 YILLIK MOBİL YATIRIM (MİLYON TL)	38
ŞEKİL 5-1 TÜRKİYE’DEKİ KABLO İNTERNET ABONE SAYISI.....	40

ÇİZELGELER LİSTESİ

ÇİZELGE 1-1 YETKİLENDİRİLMİŞ İŞLETMECİ SAYILARI.....	1
ÇİZELGE 1-2 TELEKOMÜNİKASYON GELİRLERİ (YILLIK NET SATIŞ GELİRLERİ).....	2
ÇİZELGE 1-3 TOPLAM YILLIK YATIRIM200.....	3
ÇİZELGE 1-4 AB VE TÜRKİYE’DE YERLEŞİK VE ALTERNATİF İŞLETMECİLERİN YATIRIM/GELİR ORANLARI	3
ÇİZELGE 3-1 İNTERNET ABONE SAYILARI	18
ÇİZELGE 4-1 AB MOU KİYASLAMASI.....	36

1 Genel Pazar Verileri

Bu rapor, Türkiye elektronik haberleşme sektöründe faaliyet gösteren işletmecilerin Kurumumuza belirli periyotlarla göndermiş oldukları veriler esas alınarak hazırlanmıştır. Raporda 2009 yılı birinci üç aylık dönemine (Ocak-Şubat-Mart) ait veriler önceki dönemler ile kıyaslamalı olarak incelenmektedir.

1.1 Yetkilendirilmiş İşletmeci Sayıları

2008 yılı sonu itibariyle 259 olan yetkilendirilmiş işletmeci sayısı, 2009 birinci üç aylık dönem itibariyle 257'dir. Çizelge 1-1'de yetkilendirilmiş işletmecilerin sunulan hizmetlere göre dağılımına yer verilmektedir.

Çizelge 1-1 Yetkilendirilmiş İşletmeci Sayıları

Yetkilendirme Türü	Hizmetler	İşletmeci Sayısı
Görev Sözleşmesi	Uydu ve Kablo TV Hizmetleri	1
İmtiyaz Sözleşmesi	GSM PAN Avrupa Mobil Telefon Sisteminin Kurulması ve İşletilmesi	3
	Çeşitli Telekomünikasyon Hizmetleri	1
2. Tip Telekomünikasyon Ruhsatı	Uydu Telekomünikasyon Hizmeti	20
	Uydu Platform Hizmeti	2
	GMPCS Mobil Telefon Hizmeti	5
	Karasal Hatlar Üzerinden Veri İletim Hizmeti	24
	Ortak Kullanımlı Telsiz Hizmeti	54
	Uzak Mesafe Telefon Hizmeti	32
	Altyapı İşletmeciliği Hizmeti	16
	Kablo Platform Hizmeti	5
	Rehberlik Hizmeti İşletmecileri	8
Genel izin	Kablolu ve Kablosuz İnternet Servis Sağlayıcılığı Hizmeti	86
TOPLAM		257

*10 Mayıs 2009 tarihi itibariyle Yetkilendirme türleri "Bildirim" ve "Kullanım Hakkı" esasına göre sınıflandırılmaya başlanmış olup, Çizelge 1-1, 2009 yılı ikinci üç aylık dönemde bu sınıflandırmaya göre düzenlenecektir.

1.2 İşletmeci Gelirleri

Telekomünikasyon sektöründe toplam gelirlerin yıllar itibariyle gelişimine bakıldığında özellikle mobil telekomünikasyon hizmetlerinden elde edilen gelirler başta olmak üzere artış yaşandığı görülmektedir. Çizelge 1-2’de sabit ve mobil işletmecilerin 2004 yılından itibaren kesinleşmiş yıllık net satış gelir bilgilerine yer verilmektedir. 2008 yılında 20,4 milyar TL’ye yaklaşan toplam net satış gelirleri 2007 yılına göre %5,7 oranında artmıştır.

Çizelge 1-2 Telekomünikasyon Gelirleri (Yıllık Net Satış Gelirleri)

Net satış (TL)	2004	2005	2006	2007	2008
T.Telekom	6.581.230.000	7.410.569.000	7.103.207.243	7.524.286.818	7.734.891.747
Turkcell	4.993.461.000	5.858.383.080	6.417.661.108	7.483.035.848	8.016.051.327
Vodafone	1.015.000.000	1.413.023.000	1.380.263.980	2.614.000.000	2.633.828.191
Avea	691.016.292	1.065.827.838	1.239.577.125	1.655.490.115	1.973.025.289
TOPLAM	13.280.707.292	15.747.802.918	16.140.709.456	19.276.812.781	20.357.796.554

*İşletmecilerin Kurumumuza gönderdiği kesinleşmiş yıllık gelir tabloları dikkate alınarak hazırlanmıştır.

1.3 İşletmeci Yatırımları

Çizelge 1-3’te ve Türk Telekom ve GSM işletmecilerinin 2004-2008 yılları arasındaki toplam yıllık yatırım miktarlarına yer verilmektedir. 2008 yılı sonunda bir önceki yıla kıyasla Türk Telekom’un ve Turkcell’in yatırımlarını %33 oranında artırdıkları görülmektedir. Avea’nın 2008 yatırım miktarı bir önceki yıla göre %497 oranında, Vodafone’un 2008 yılı yatırım miktarı ise bir önceki yıla göre %17 oranında artmıştır. Söz konusu işletmecilerin yatırımlarının toplamının yıllık artış oranı %60,5 olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 1-3 Toplam Yıllık Yatırım

Yatırım (TL)	2004	2005	2006	2007	2008
T.Telekom	525.992.190	470.532.065	554.475.627	1.033.192.969	1.375.310.179
Turkcell	683.479.000	983.456.000	812.968.000	904.261.000	1.199.627.179
Vodafone	40.288.847	109.755.958	502.452.516	380.979.959	446.725.928
Avea	224.011.979	350.000.000	593.302.533	160.257.254	958.236.891
TOPLAM	1.473.772.016	1.913.744.023	2.463.198.676	2.478.691.182	3.979.900.177

Çizelge 1-4'te AB ülkelerinde ve Türkiye'de yerleşik işletmeci ve alternatif işletmecilerin ortalama yatırım/gelir oranlarına yer verilmiştir. Türkiye'de yerleşik işletmecinin (Türk Telekom) yatırım/gelir oranı %17,8 olup, AB yerleşik işletmecileri ortalama yatırım/gelir oranı %13,5'tir. Türkiye'de aynı oran alternatif işletmeciler için %46,3 iken, AB alternatif işletmecileri için ise %25'tir.

Çizelge 1-4 AB ve Türkiye'de Yerleşik ve Alternatif İşletmecilerin Yatırım/Gelir Oranları

Yatırım/Gelir (%)	AB	Türkiye
Yerleşik İşletmeci	13,5	17,8
Alternatif İşletmeciler	25,0	46,3

* Kaynak: AB 13. İzleme Raporu

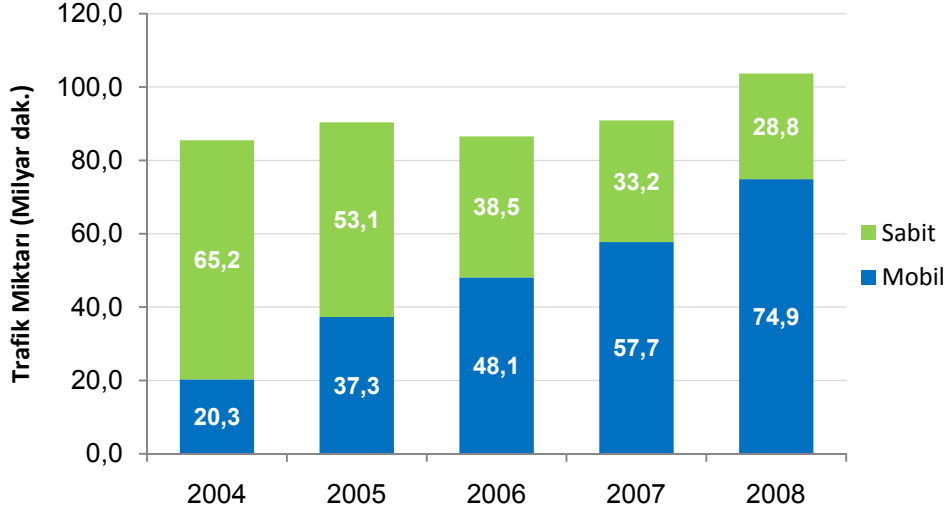
**AB verileri 2007, Türkiye verileri 2008 itibariyledir.

1.4 Toplam Trafik

Şekil 1-1'de ve Şekil 1-2'de Türkiye elektronik haberleşme pazarında sabit ve mobil işletmecilerin oluşturduğu toplam trafik miktarına ve dağılımına yer verilmektedir. Şekil 1-1'de 2004 yılından itibaren yıllık trafik miktarlarına bakıldığında, toplam trafiğin durağan bir trend izlediği, ancak 2008 yılında artışa geçtiği görülmektedir. Diğer taraftan, toplam trafiğin dağılımına

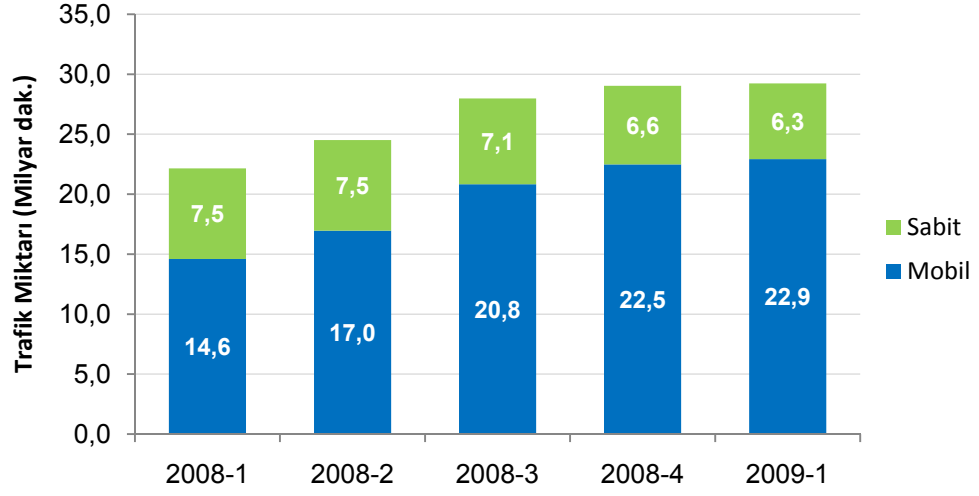
bakıldığında yıllar itibariyle mobil arama trafik miktarı artarken sabit arama trafik miktarının düştüğü görülmektedir. 2008 yılında, bir önceki yıla göre toplam trafik miktarı %14 artarak 103 milyar dakikayı geçerken, bu trafik miktarının yaklaşık %72'sini mobil trafik oluşturmaktadır.

Şekil 1-1 Toplam Yıllık Arama Trafik Miktarları



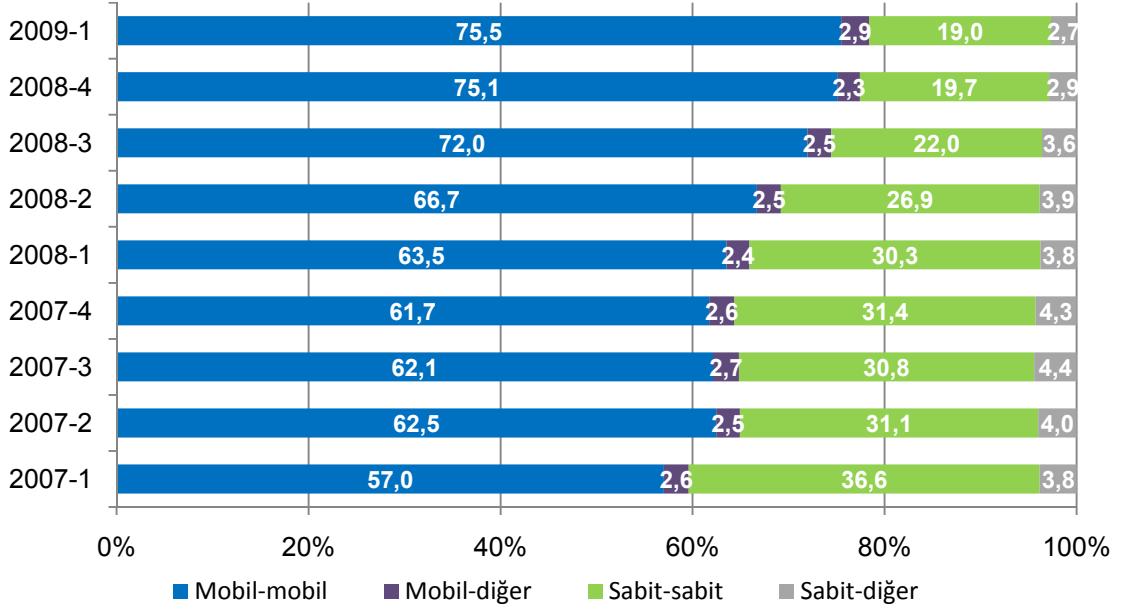
Şekil 1-2'de 2008 yılı başından itibaren üçer aylık dönemler halinde trafik miktarlarına bakıldığında, yıllara göre arama trafik miktarında olduğu gibi, mobil trafikteki artış ve sabit trafikteki azalış dikkat çekmektedir. 2009 yılı ilk üç aylık dönemde toplam mobil trafik miktarı 22,9 milyar dakika olurken, sabit trafik miktarı ise 6,3 milyar dakika olarak gerçekleşmiştir. Bir önceki üç aylık döneme göre mobil arama trafik miktarı %2 artarken, sabit arama trafik miktarı %4 azalmıştır.

Şekil 1-2 Toplam Üç Aylık Arama Trafik Miktarları



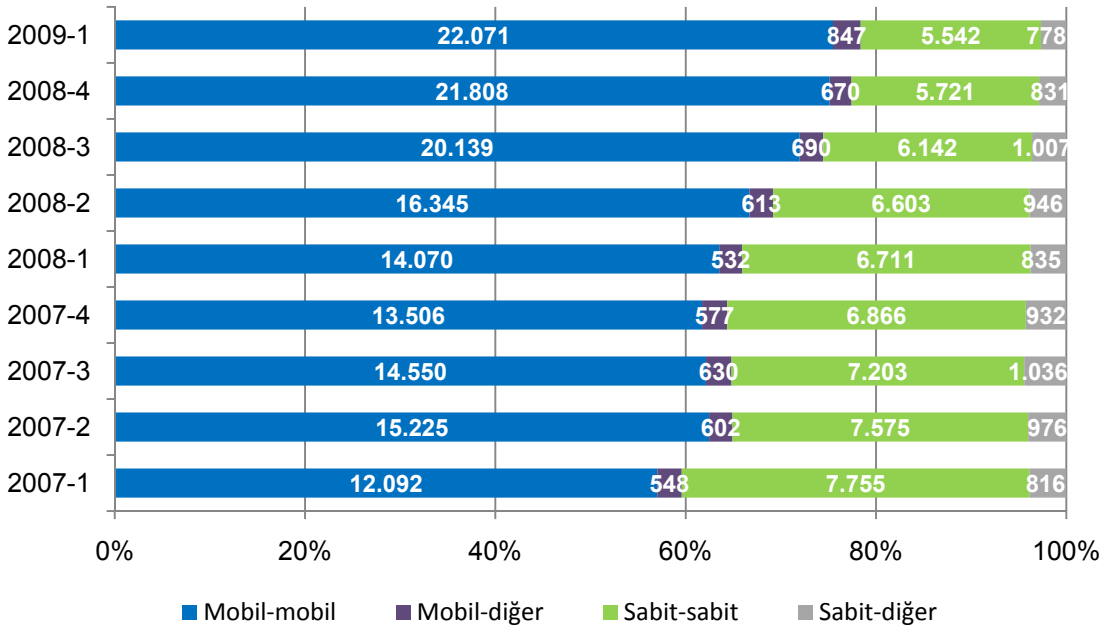
Şekil 1-3 ve Şekil 1-4'te Türkiye telekomünikasyon pazarında sabit ve mobil işletmecilerin oluşturduğu trafiğin yönlere göre dağılımı üçer aylık dönemler halinde kıyaslanmaktadır. Şekilde görüleceği üzere, trafiğin büyük bir kısmını (%75,5) mobilden mobile trafik oluşturmaktadır. Söz konusu trafik mobil işletmecilerin kendi şebekelerinde gerçekleşen ve aynı zamanda diğer şebekelere doğru yapılan aramalardan oluşmaktadır. Toplam arama trafiği üçer aylık dönemler itibariyle kıyaslandığında mobilden mobile arama trafik payının arttığı, sabitten sabite telefon trafiğinin toplam içindeki payının ise azaldığı görülmektedir.

Şekil 1-3 Trafik Dağılımı (%)



2009 yılı birinci üç aylık dönemde mobilden mobile trafik miktarı bir önceki yılın aynı dönemine göre %57 artarken, sabitten sabite arama trafik miktarı ise %17 azalmıştır.

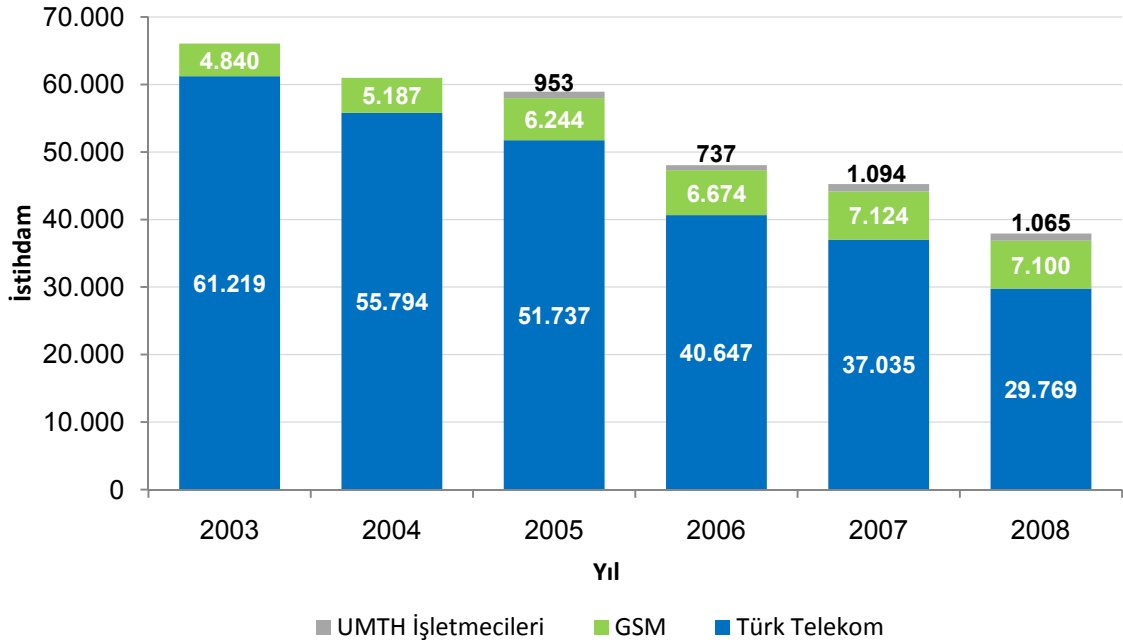
Şekil 1-4 Trafik Dağılımı (milyon dakika)



1.5 İstihdam

Şekil 1-5'te 2003 yılından bu yana yıllar itibariyle Türk Telekom, GSM İşletmecileri ve UMTS İşletmecilerinin istihdam ettiği çalışan sayılarına yer verilmektedir. 2003 yılında 61.219 kişinin istihdam edildiği Türk Telekom'da bu rakam 2008 yılında %51'lik azalmayla 29.769'a düşmüştür. Ancak bu düşüşe rağmen sektördeki işletmeciler içerisinde en fazla istihdam sağlayan işletmecinin Türk Telekom olduğu görülmektedir. GSM işletmecilerinin 2008 yılında sağladığı istihdam 7.100 olurken, 2003 yılına göre %47'lik artış sağlanmıştır.

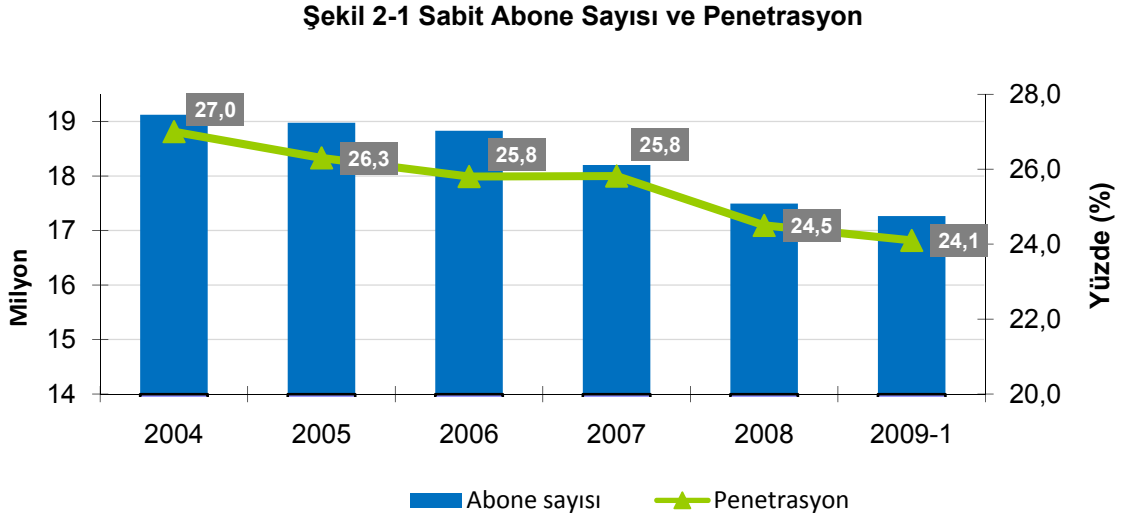
Şekil 1-5 İstihdam Miktarı



2 Sabit Pazar Verileri

2.1 Abone Sayıları

Sabit hat penetrasyonunun, mobil telefon kullanımındaki artışın da etkisiyle düşme eğiliminde olduğu görülmektedir. 2008 yılı sonu itibariyle yaklaşık 17,3 milyon sabit telefon abonesi bulunan Türkiye’de penetrasyon oranı yaklaşık %24,1 seviyelerine düşmüştür (Şekil 2-1). Bununla birlikte Türkiye’de ortalama hanehalkı büyüklüğünün 4,4 olduğu göz önünde bulundurulduğunda, sabit telefon hizmetleri pazarında Türkiye’nin önemli bir kesimine ulaşıldığını söylemek mümkündür.

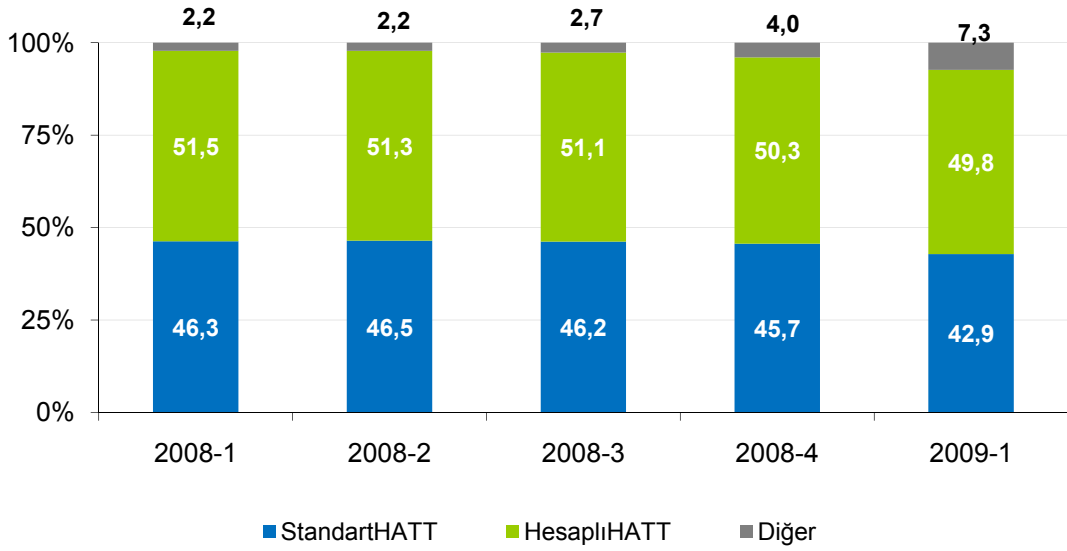


Bilindiği üzere 2004 yılında Türk Telekom, abonelerin kullanım oranlarını temel alarak oluşturduğu yeni tarife paketlerini¹ sunmaya başlamıştır. Şekil 2-2’de sabit telefon abonelerin tercih ettikleri tarife paketlerine göre dağılımına yer verilmektedir. Bir önceki üç aylık dönemde toplam telefon abonesininin %50,3’ünü teşkil eden HesaplıHatt tarife paketinin 2009 yılı ilk

¹ Türk Telekom 1 Ağustos 2004 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere ŞirketHatt, KonuşkanHatt, StandartHatt, HesaplıHatt ve YazlıkHatt olmak üzere beş ayrı tarife paketinde hizmet sunmaya başlamıştır. Türk Telekom 2008 yılı Haziran ayında tarife paketlerine “Akşam konuşuran” ve “Uzun konuşuran”, 2009 yılı Ocak ayında da “jettvel” tarifelerini eklemiştir.

üç aylık dönemi sonunda payının %49,8'e düştüğü, bir önceki üç aylık dönemde %45,7'lik paya sahip olan StandartHatt tarife paketinin payının ise %42,9'a düştüğü görülmektedir. Diğer tarifeleri tercih eden abonelerin toplam içindeki payının özellikle "Akşam Konuşuran" ve "Uzun Konuşuran" tarifelerine olan ilginin artmasıyla %7,3'e çıktığı görülmektedir.

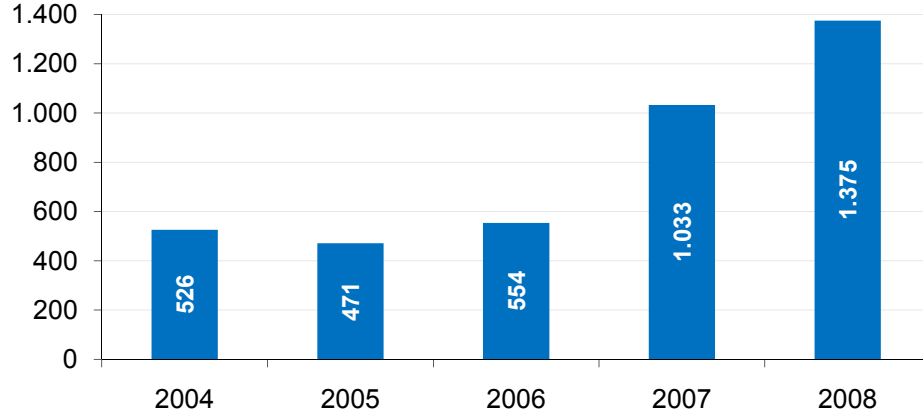
Şekil 2-2 Tarife Paketlerine Göre Sabit Telefon Abone Yüzdeleri



2.2 Sabit Pazarda Yatırım

2004-2008 yılları arasında Türk Telekom'un toplam yatırımlarının incelendiği Şekil 2-3'te 2007 ve 2008 yıllarında yapılan yatırımdaki artış dikkat çekmektedir. 2006 yılında yatırım miktarı 554 milyon TL iken, 2007 yılında yatırımlar 1 milyar TL'yi aşmış, 2008 yılı sonunda %33'lük artışla 1.375 milyon TL'yi bulmuştur.

Şekil 2-3 TT.'nin yatırımları (milyon TL)

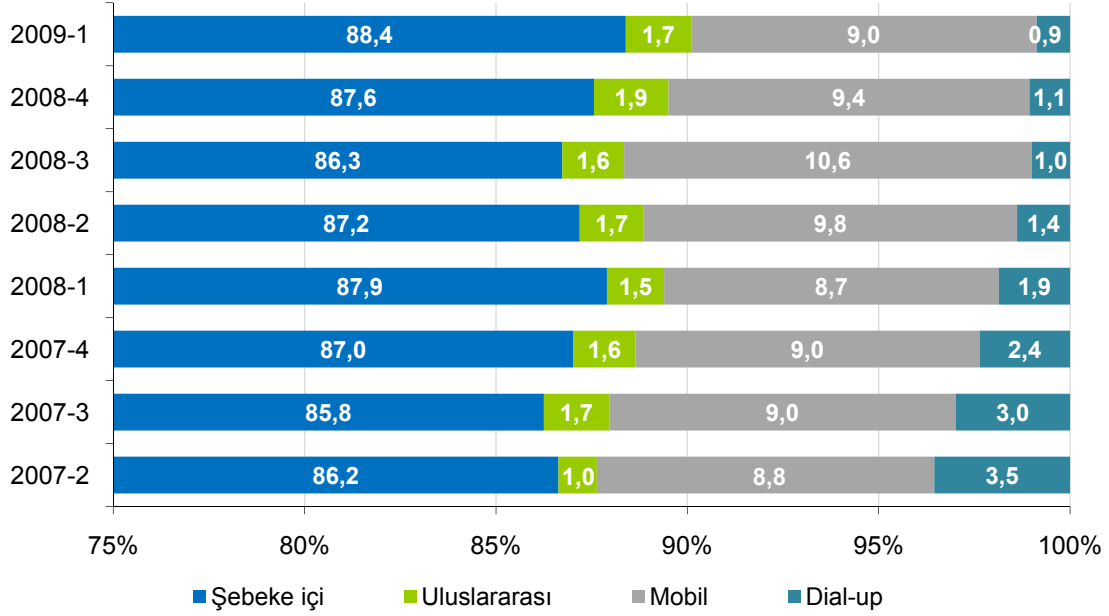


2.3 Sabit Pazarda Trafik Hacmi

Şekil 2-4'te Türk Telekom telefon trafik miktarının dağılımına yer verilmektedir. Üçer aylık dönemlerde trafikte yaşanan gelişmelerin gösterildiği aşağıdaki şekilde şebeke içi trafiğin² toplam içerisindeki payını koruduğu ve %88 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Öte yandan yerleşik işletmeci tarafından DSL'e yapılan yatırımlar ve genişbant abone sayısındaki artışa bağlı olarak dial-up trafiğinde belirgin bir düşüş gerçekleşmiş ve toplam trafikteki payı %1'in altına düşmüştür.

² Şehir içi ve şehirlerarası trafik

Şekil 2-4 Türk Telekom Trafik Dağılımı (%)



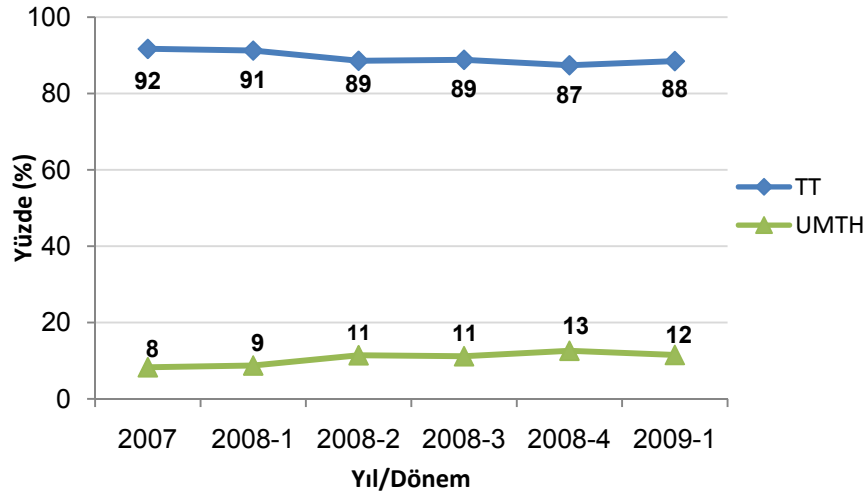
2.4 UMTH

Uzak Mesafe Telefon Hizmetleri (UMTH), işletmecilere ait her türlü telekomünikasyon şebekesi ve altyapısı üzerinden her türlü teknolojiyi kullanarak kullanıcılara şehirlerarası ve/veya uluslararası telefon hizmeti sunulmasını kapsamaktadır. Başka bir ifadeyle, işletmeciler istedikleri teknolojiyi kullanarak kullanıcılara illerarası ve uluslararası arama hizmeti sunabilmektedir.

2004 yılında sabit ses hizmetleri pazarının serbestleşmesinin ardından pazara yeni giren işletmecilerin durumu trafik ve gelir bilgileri ile ölçülmekte ve incelenmektedir.

Şekil 2-5'te UMTH işletmecilerinin ve Türk Telekom'un başlattığı şehirlerarası trafiğe³ ait payları 2007 yılı bütün olarak, 2008 ve 2009 yılları üç aylık dönemler itibariyle karşılaştırılmaktadır. Buna göre UMTH işletmecileri şehirlerarası arama trafiğinde pazar paylarını son bir yılda %9'dan %12'ye çıkartırken, Türk Telekom'un pazar payı 2009 yılı birinci üç aylık dönem itibariyle %88 olmuştur.

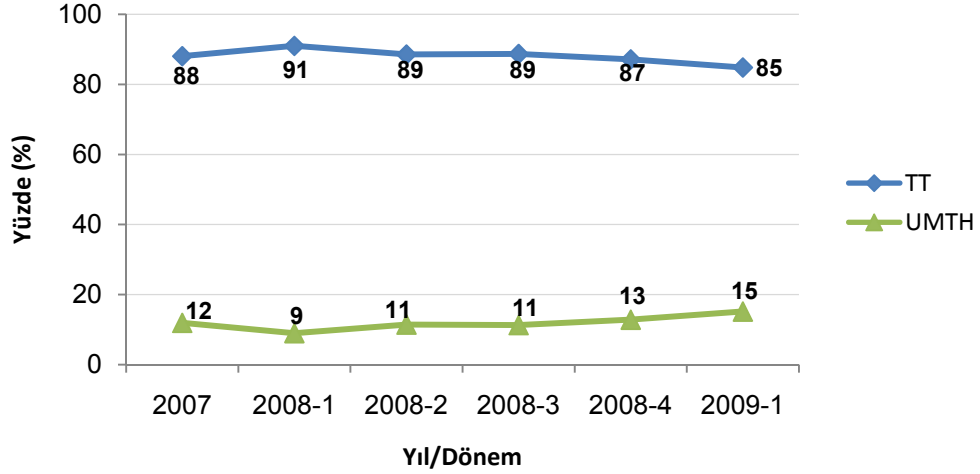
Şekil 2-5 UMTH – TT Çağrı Başlatma (Şehirlerarası) Trafiği Kıyaslaması



Şekil 2-6'da UMTH işletmecilerinin ve Türk Telekom'un başlattığı mobile doğru çağrı trafiğine ait payları karşılaştırılmaktadır. UMTH işletmecilerinin 2008 yılının birinci üç aylık döneminde söz konusu pazardan aldığı pay %9 iken, 2009 yılının birinci üç aylık döneminde aldıkları pay %15 olmuştur. Türk Telekom'un pazar payı ise %91'den %85'e düşmüştür.

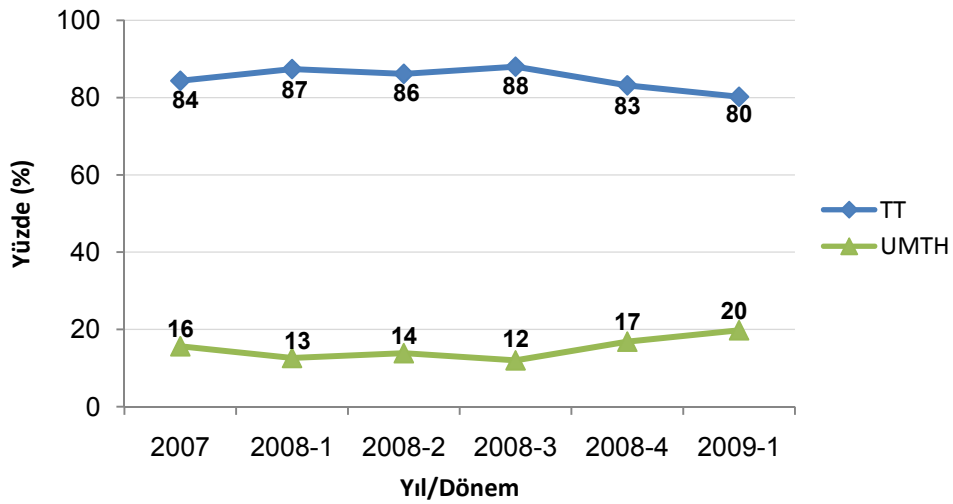
³ İşletmeciler (UMTH,TT) tarafından başlatılan şehirlerarası çağrılar.

Şekil 2-6 UMTH – TT Çağrı Başlatma (Mobile doğru) Trafiki Kıyaslaması



Şekil 2-7'de UMTH işletmecilerinin ve Türk Telekom'un yurtdışına doğru çağrı başlatma⁴ trafiğine ait pazar payları karşılaştırılmaktadır. 2008 yılının ilk üç ayında söz konusu pazarın %87'sine sahip olan Türk Telekom'un payı 2009 yılı ilk üç ayında %80'e düşerken, 2008 yılının ilk çeyreğinde pazarın %13'üne sahip olan UMTH işletmecilerinin payı 2009 ilk çeyreğinde %20'ye yükselmiştir.

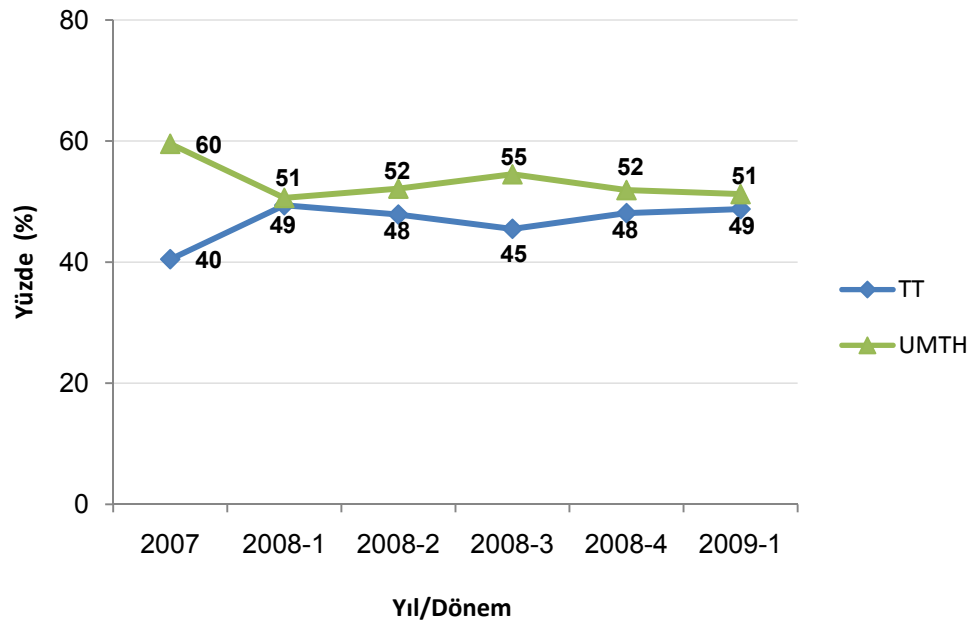
Şekil 2-7 UMTH – TT Çağrı Başlatma (Yurtdışına doğru) Trafiki Kıyaslaması



⁴ İşletmeciler (UMTH,TT) tarafından başlatılan uluslararası çağrılar.

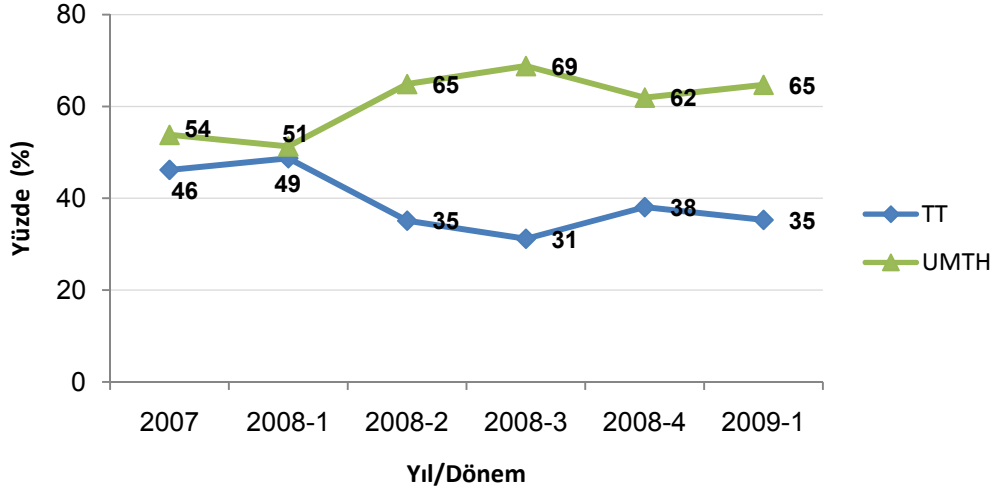
Şekil 2-8'de UMTH işletmecilerinin ve Türk Telekom'un sabit şebekelerde sonlandırdıkları uluslararası çağrı trafiğine ait paylarına yer verilmektedir. 2009 yılı birinci üç aylık dönemi itibariyle ilgili pazarda söz konusu pazar paylarının 2008 yılı ilk üç aylık dönemi ile kıyaslandığında değişmediği görülmektedir.

Şekil 2-8 UMTH – TT Sabitte Sonlandırılan Uluslararası Çağrı Trafik Kiyaslaması



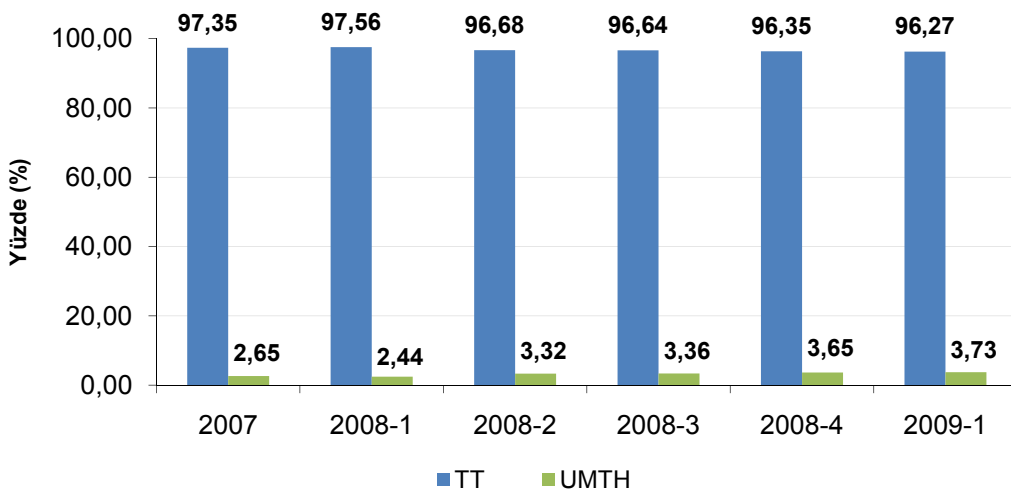
Şekil 2-9'da UMTH işletmecilerinin ve Türk Telekom'un mobil şebekelerde sonlandırdıkları uluslararası çağrı trafiğine ait pazar yüzdeleri karşılaştırılmaktadır. UMTH işletmecilerinin söz konusu hizmetlere ilişkin pazar payı 2008 yılı ilk çeyreğinde %51 iken 2009 yılı ilk çeyreğinde %65'e çıkmış, Türk Telekom'un payı ise geçen yılın aynı döneminde %49 iken %35'e gerilemiştir.

Şekil 2-9 UMTH – TT Mobilde Sonlandırılan Uluslararası Çağrı Trafikliği Kıyaslaması



Şekil 2-10'da UMTH işletmecilerinin ve Türk Telekom'un sabit şebekeler tarafından başlatılan toplam trafik miktarındaki paylarına yer verilmektedir⁵. 2008 yılı ilk çeyreğinde UMTH işletmecilerinin söz konusu trafikteki payı %2,44 iken 2009 yılı ilk çeyreğinde %3,73'e çıkmış, Türk Telekom'un payı ise geçen yılın aynı döneminde %97,56 iken %96,27'ye gerilemiştir.

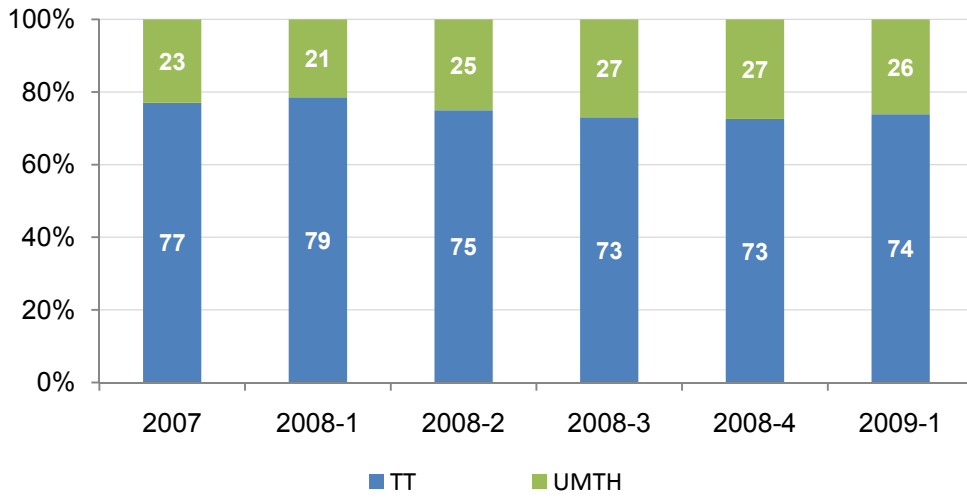
Şekil 2-10 UMTH-TT Sabitten Başlatılan Toplam Trafikteki Payları



⁵ Söz konusu trafik miktarı sabitten başlayıp şehir içi, şehirlerarası, yurtdışı, mobil, dial-up yönüne giden trafikleri içermektedir.

Şekil 2-11'de UMTH işletmecilerinin toplam gelirleri ile Türk Telekom'un ilgili hizmet gelirlerine göre pazar paylarına yer verilmektedir⁶. UMTH işletmecilerinin ilgili hizmetlerdeki gelir bakımından 2008 yılı birinci üç aylık dönemde pazar payları %21 olurken, 2009 yılı birinci üç aylık dönemde söz konusu pazar payları %26'ya çıkmıştır.

Şekil 2-11 UMTH-TT İlgili Hizmet Gelirlerine Göre Pazar Payları, (%)

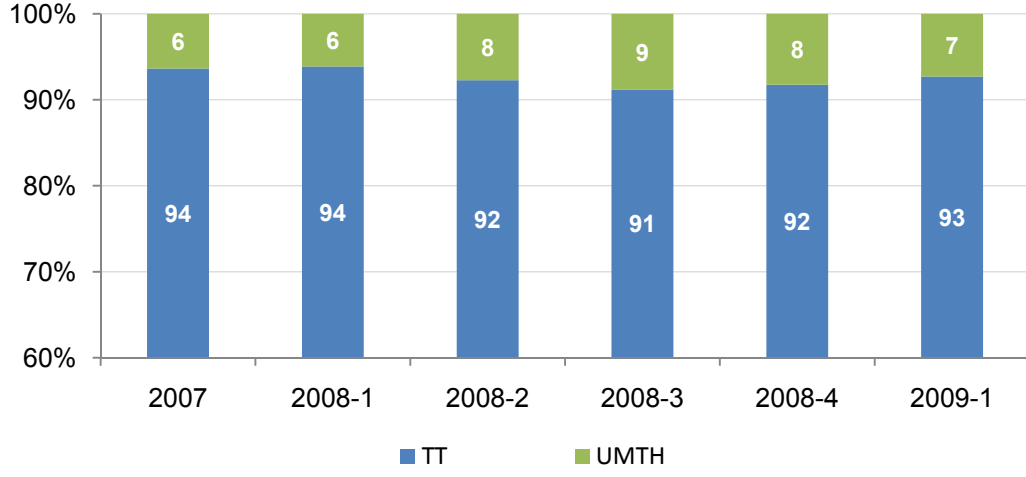


Şekil 2-12'de UMTH işletmecilerinin toplam gelirleri ile Türk Telekom'un tüm telefon hizmetlerine ait gelirlerine göre pazar paylarına yer verilmektedir.⁷ Söz konusu gelirlere göre UMTH işletmecilerinin 2008 yılı ilk çeyreğinde %6 olan pazar payının 2009 yılı ilk üç aylık döneminde %7'ye yükseldiği görülmektedir.

⁶ Şekil 2.11; UMTH işletmecilerinin Kurumumuza göndermiş olduğu üçer aylık gelir bilgileri ile Türk Telekom'un aynı dönemlerde Kurumumuza bildirmiş olduğu şehirlerarası, uluslararası ve GSM'e giden aramalardan elde edilen gelir bilgileri kullanılarak elde edilmiştir.

⁷ Türk Telekom'un şehir içi, şehirlerarası, yurtdışı ve GSM aramaları ile sabit ücret, bağlantı-nakil ücretlerini içeren gelirleri kapsamaktadır.

Şekil 2-12 UMTH-TT Telefon Hizmetleri Gelirlerine Göre Pazar Payları, (%)



3 İnternet ve Genişbant Verileri

Genişbant internet erişiminde rekabet gelişmeye devam etmektedir. Yerleşik işletmecinin ADSL ve G.SHDSL portlarının İSS'lere açılmasının ardından, İSS'ler "yeniden satış" yöntemi ile son kullanıcılara ADSL hizmeti sunmaya başlamıştır. Diğer taraftan, yüksek hızlı veri iletimine imkn verecek yeteneğe kavuşturulmuş abone hattının, veri iletimi sunulmak üzere rekabetçi işletmecilerin erişimine açılmasını ifade eden veri akış erişimi yöntemi ile ve yerel ağın paylaşıma açılması yöntemiyle de İSS'ler Türk Telekom'dan hizmet almaya başlamıştır.

3.1 İnternet Abone Sayıları

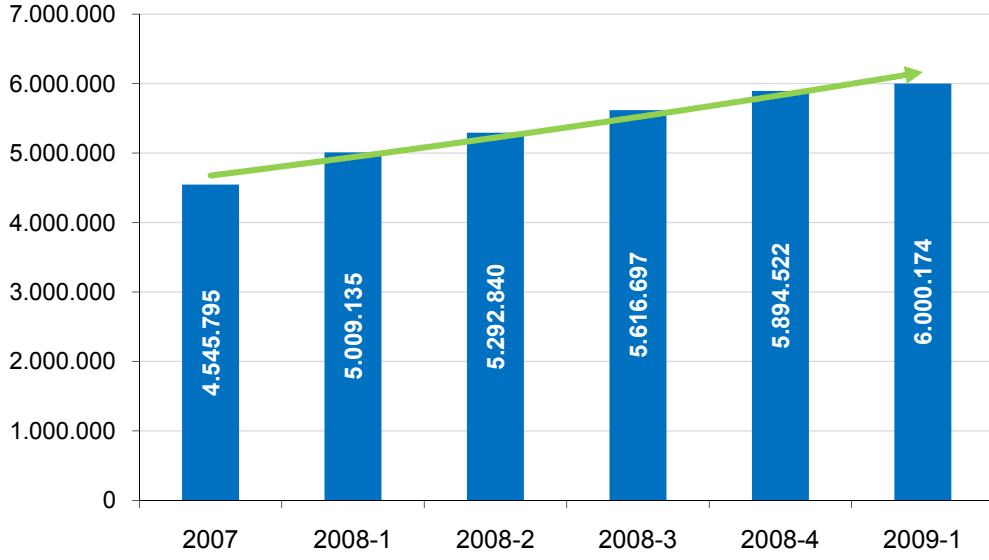
Çizelge 3-1'de Türkiye'deki internet abonelerinin bağlantı çeşidine göre ve dönemlere göre sayıları ve bir önceki döneme göre toplam internet abone sayısındaki artış yüzdeleri verilmektedir. 2009 yılı Mart sonu itibariyle Türkiye'de 6,1 milyon internet abonesi bulunmaktadır. İnternet aboneliğinde 2009 yılının birinci üç aylık döneminde, bir önceki üç aylık döneme göre %2'lik artış gerçekleşmiş olup, internet aboneliğinin artış hızında azalma olduğu görülmektedir.

Çizelge 3-1 İnternet Abone Sayıları

	2007	2008-1	2008-2	2008-3	2008-4	2009-1
ADSL	4.545.795	5.009.135	5.292.840	5.616.697	5.894.522	6.000.174
Kablo İnternet	41.109	43.072	48.725	57.525	67.408	80.211
ISDN	15.297	15.719	23.145	17.003	17.096	18.001
Uydu	6.884	6.884	6.782	6.742	7.075	7.063
TOPLAM	4.609.085	5.074.810	5.371.492	5.697.967	5.986.101	6.105.449
(%) Artış		10	6	6	5	2

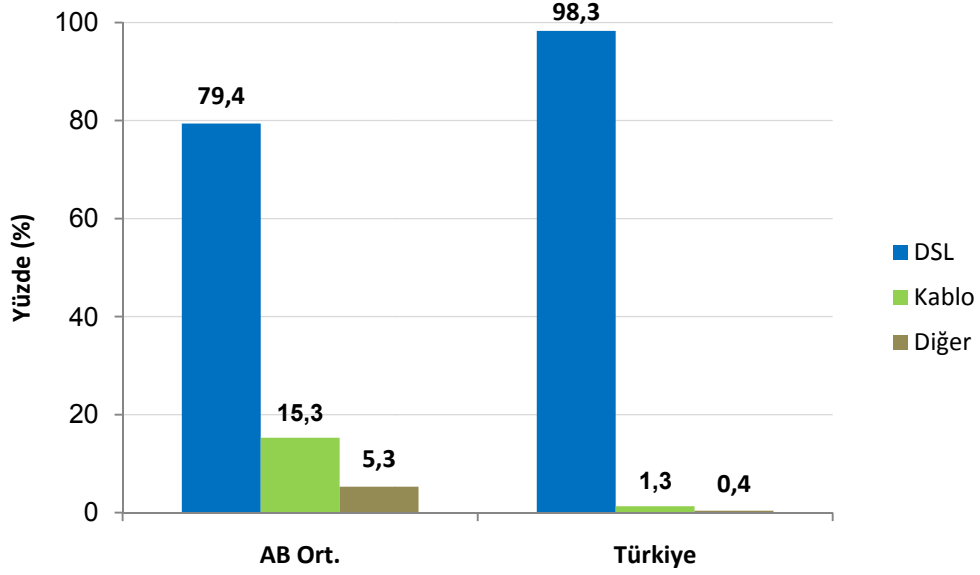
Şekil 3-1'de ADSL abone sayısının üçer aylık dönemler itibariyle gelişimine yer verilmektedir. Bir önceki üç aylık döneme göre %1,8 oranında artan ADSL abone sayısı 2009 yılı Mart ayı sonu itibariyle 6 milyona ulaşmıştır.

Şekil 3-1 ADSL Abone Sayısı



Şekil 3-2'de Türkiye'de ve AB ülkeleri ortalamasında genişbant internet bağlantı çeşitleri dağılımına yer verilmektedir. Türkiye'de genişbant abonelerinin %98,3'ü DSL teknolojisini kullanırken AB ortalamasında bu değer %79,4'tür. AB ülkelerinde ortalama olarak %15,3 oranı ile kablo modem bağlantısı tercih edilirken, Türkiye'de kablo internet hizmetinin genişbant içindeki payı %1,3 olarak gerçekleşmiştir.

Şekil 3-2 Türkiye ve AB Ortalama İnternet Bağlantı Çeşidi Yüzdeleri

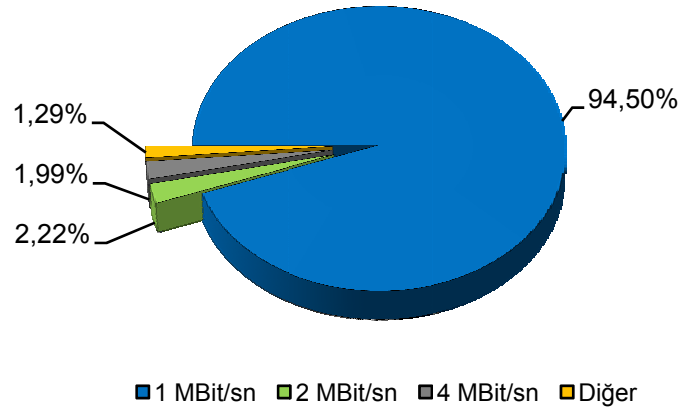


*Kaynak: AB 14. İzleme Raporu

**AB Ort. verisi Ocak 2009, Türkiye verisi Mart 2009 tarihlidir.

ADSL abonelerinin hızlara göre dağılımı incelendiğinde abonelerin yaklaşık %94,5'inin 1 MBit/sn hız bağlantısına sahip abonelik türünü tercih ettiği görülmektedir (Şekil 3-3).

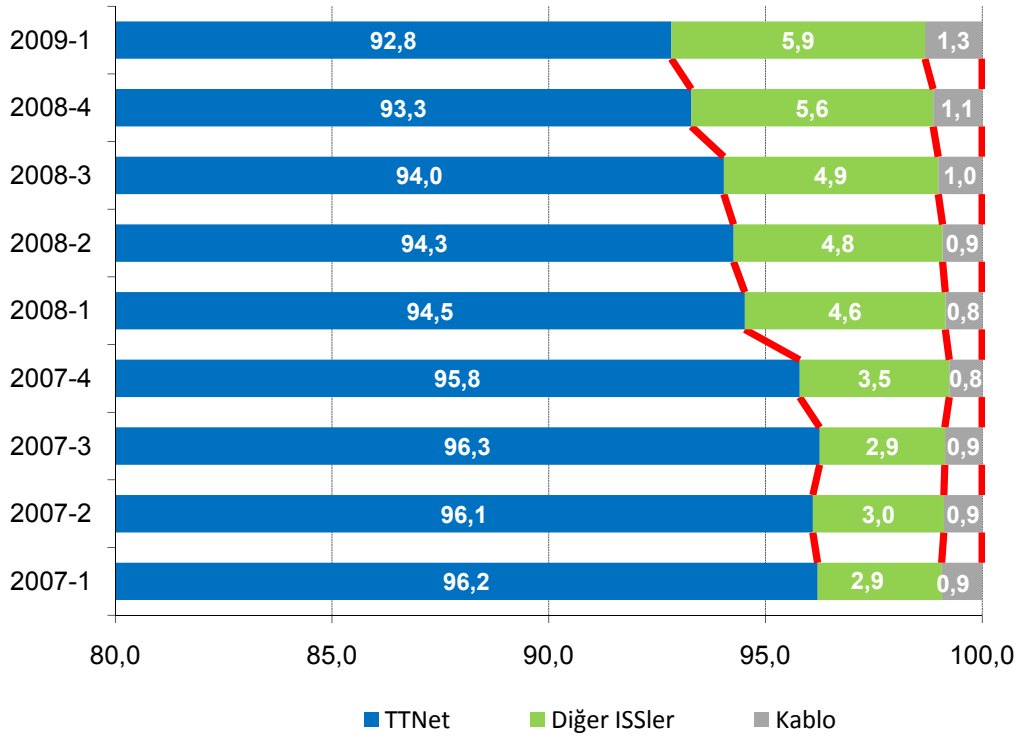
Şekil 3-3 Hızlara Göre ADSL Abonelerin dağılımı



Şekil 3-4'te Türkiye'deki genişbant abonelerinin işletmeci bazında dağılımına yer verilmektedir. Serbestleşmenin ardından hizmet sunmaya başlayan alternatif operatörlerin bir önceki üç aylık dönemde %5,6 olan paylarının 2009 Mart ayı sonu itibariyle %5,9'a çıktığı görülmektedir. TTNNet'in pazar payının %92,8'e düştüğü, kablo internet hizmeti sunan işletmecilerin pazar payının ise %1,3'e yükseldiği görülmektedir.

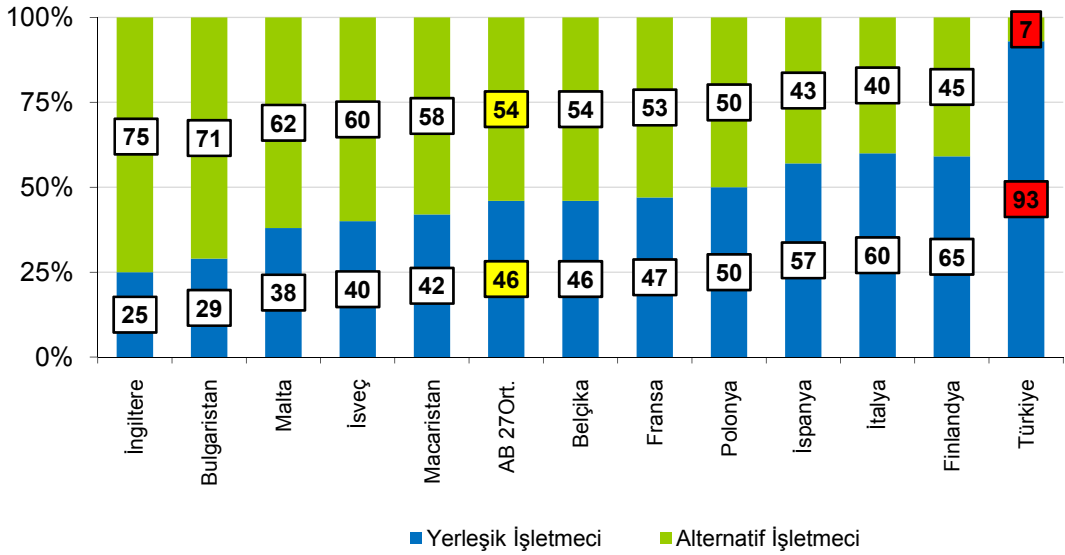
Serbestleşmenin ardından alternatif işletmecilerin yeniden satış, veri akışı erişimi ve yerel ağın paylaşımına açılması gibi yöntemler aracılığı ile sundukları genişbant hizmetleri giderek artış göstermektedir. 25 Mart 2009 itibariyle YAPA ile 10.829 adet, al-sat yöntemiyle 41.316 adet abone bağlantısı gerçekleştirilmiştir. Diğer genişbant bağlantıları VAE ile gerçekleştirilmiştir.

Şekil 3-4 Genişbant abonelerinin işletmeci bazında dağılımı, (%)



Şekil 3-5'te perakende genişbant internet erişim hizmetlerinde AB ülkelerinde yerleşik işletmeci ve alternatif işletmecilerin paylarına yer verilmektedir. AB ülkelerinde genişbant hizmetlerinde yerleşik işletmecilerin ortalama payı %46 iken Türkiye'de yaklaşık %93 seviyelerindedir.

Şekil 3-5 Bazı AB ülkeleri ve Türkiye'de Perakende Genişbant Hizmetlerindeki Paylar, (%)

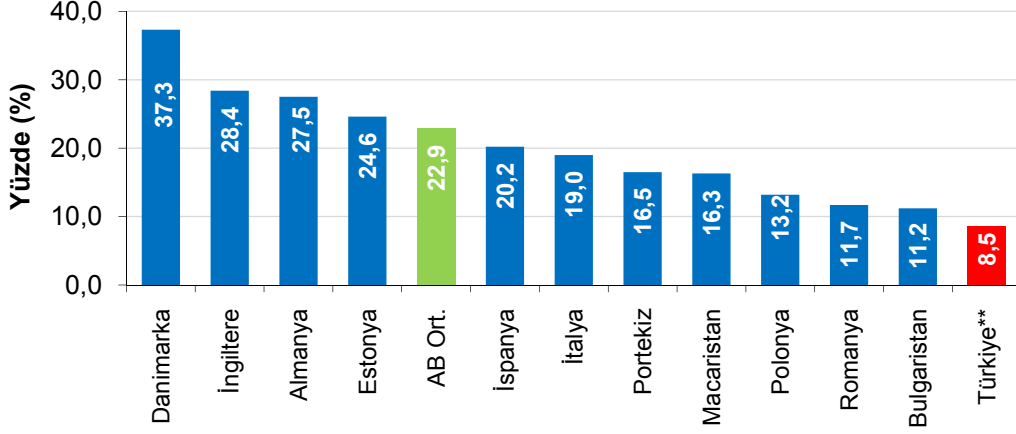


*Kaynak: AB 14. İzleme Raporu

**AB verileri Ocak 2009, Türkiye verisi Mart 2009 tarihlidir.

Şekil 3-6'da bazı AB ülkeleri ve Türkiye'de nüfusa göre genişbant penetrasyon oranları verilmektedir. Son yıllardaki hızlı genişbant artışına rağmen, Türkiye'nin genişbant penetrasyon oranı hala Avrupa ülkeleri ortalamasının gerisinde görülmektedir.

Şekil 3-6 Türkiye ve Bazı AB Ülkelerinin Nüfusa Göre Genişbant Penetrasyon Oranları

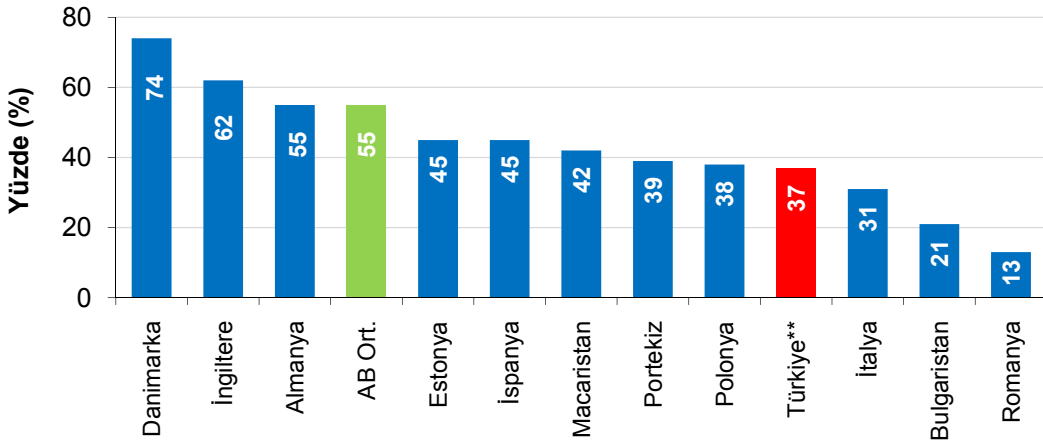


*Kaynak: AB 14. İzleme Raporu

**AB verileri Ocak 2009, Türkiye verisi Mart 2009 tarihlidir.

Şekil 3-7’de hanehalkı sayılarına göre hesaplanan genişbant penetrasyon oranları karşılaştırılmaktadır. Bu durumda AB ülkeleri penetrasyon ortalaması %55 iken Türkiye’de 2009 yılı birinci çeyreği itibariyle %37 olarak gerçekleşmiştir.

Şekil 3-7 Türkiye ve Bazı AB Ülkelerinin Hanehalkına Göre Genişbant Penetrasyon Oranları



*Kaynak: AB 14. İzleme Raporu

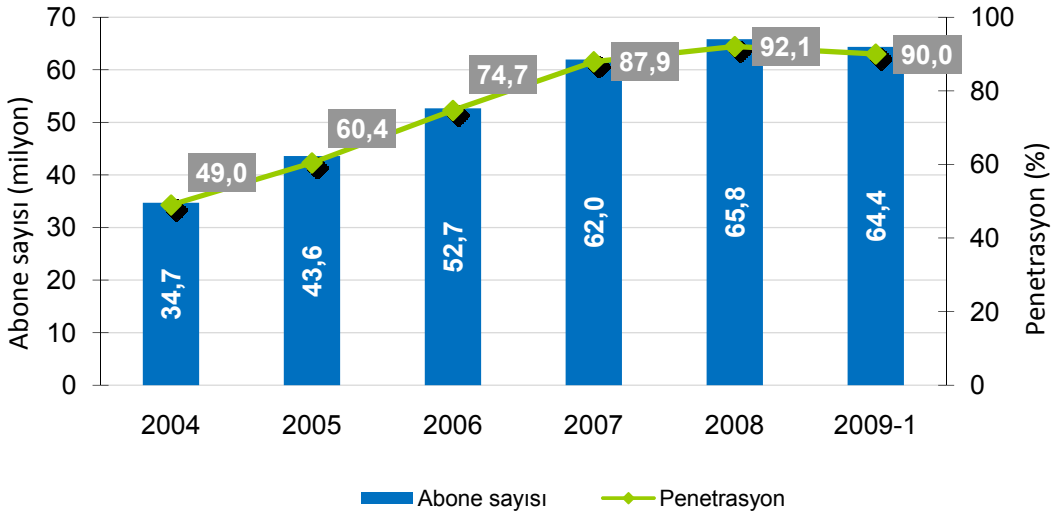
**AB verileri Ocak 2009, Türkiye verisi Mart 2009 tarihlidir.

4 Mobil Pazar Verileri

4.1 Abone Sayısı ve Penetrasyon

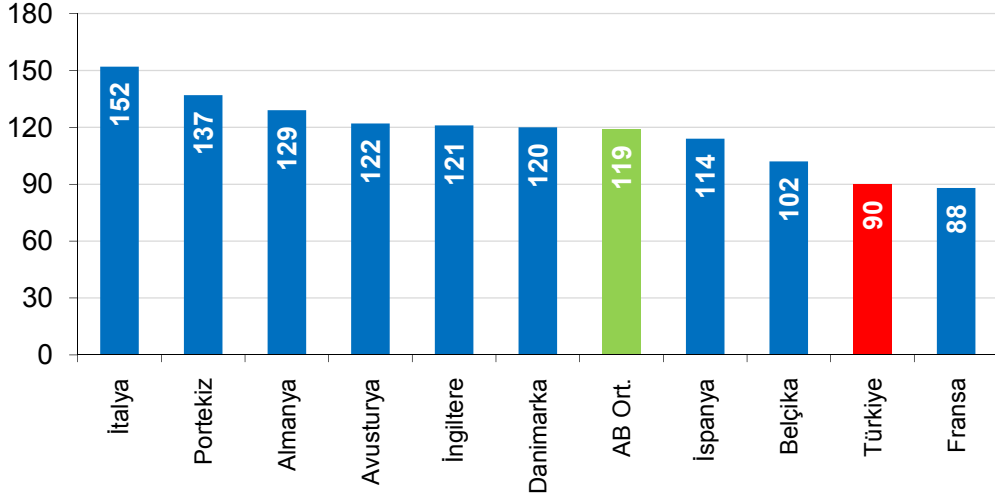
2009 yılı Mart ayı sonu itibariyle Türkiye’de %90 penetrasyon oranına tekabül eden 64,4 milyon mobil abone bulunmaktadır. Daha önceki dönemlerde sürekli artış eğiliminde olduğu görülen mobil abone sayısı ve penetrasyon oranınının 2009 yılının ilk üç ayında düştüğü görülmektedir. Söz konusu düşüşün işletmeciler tarafından sunulan “her yöne” tarifeleri nedeni ile kullanıcıların ikinci aboneliklerini iptal ettirmesi sonucu gerçekleştiği değerlendirilmektedir. Şekil 4-1’de mobil abone sayısı ve penetrasyon oranları yıllar itibariyle karşılaştırılmaktadır.

Şekil 4-1 Mobil Abone Sayısı ve Penetrasyon



Şekil 4-2’de Türkiye ve bazı Avrupa ülkelerine ait mobil penetrasyon oranları karşılaştırılmaktadır. Ekim 2008 itibariyle AB ülkeleri içinde en yüksek mobil penetrasyon oranına sahip ülkeler, İtalya, Portekiz ve Almanya olarak görülmektedir. AB ülkeleri ortalama penetrasyon oranınının ise %119 olarak gerçekleştiği görülmektedir.

Şekil 4-2 Türkiye ve Bazı Avrupa Ülkelerinin Mobil Penetrasyon Oranları, (%)

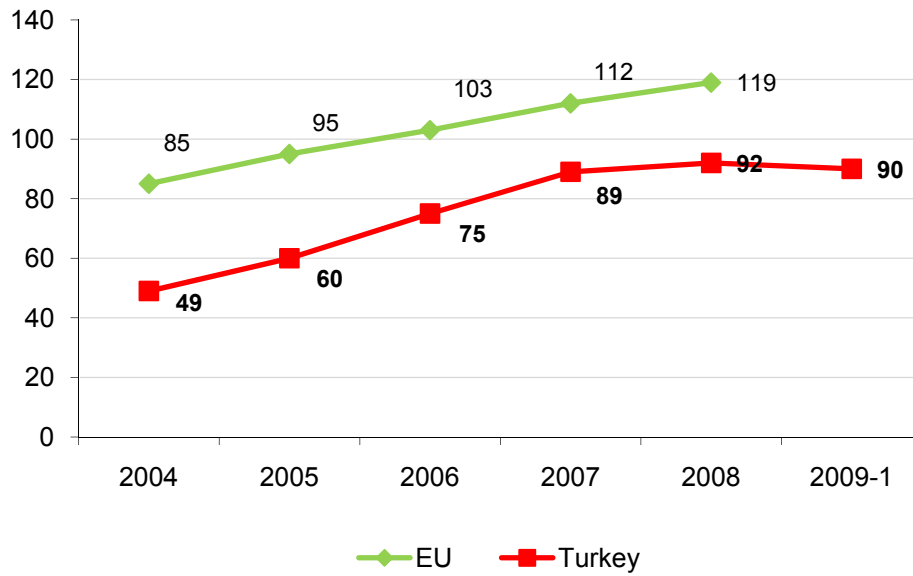


*Kaynak: AB 14. İzleme Raporu

**AB Ülkeleri verileri Ekim 2008, Türkiye verisi Mart 2009 tarihli.

Yıllara göre mobil penetrasyondaki değişim AB ülkeleri ortalaması ve Türkiye karşılaştırması da Şekil 4-3'te görülmektedir.

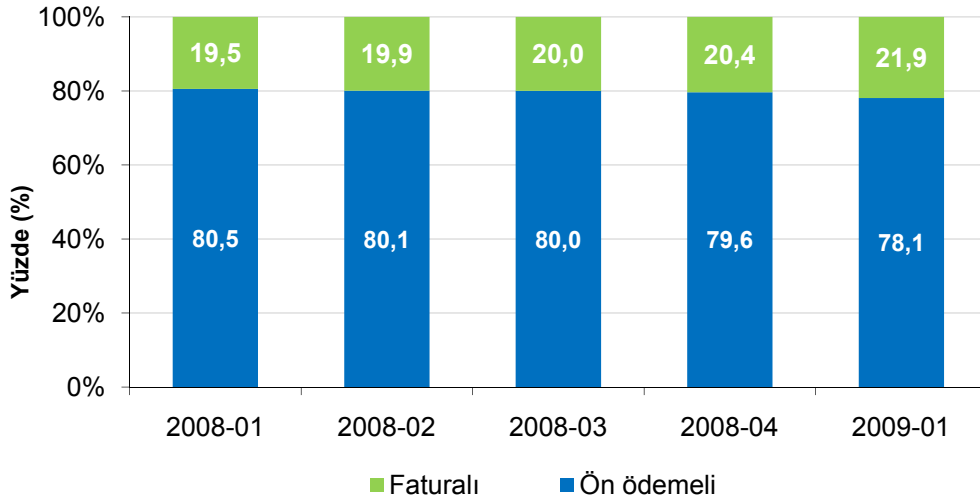
Şekil 4-3 Yıllara Göre Türkiye ve AB Ülkeleri Mobil Penetrasyon Oranları, (%)



4.2 Mobil Abone Profili

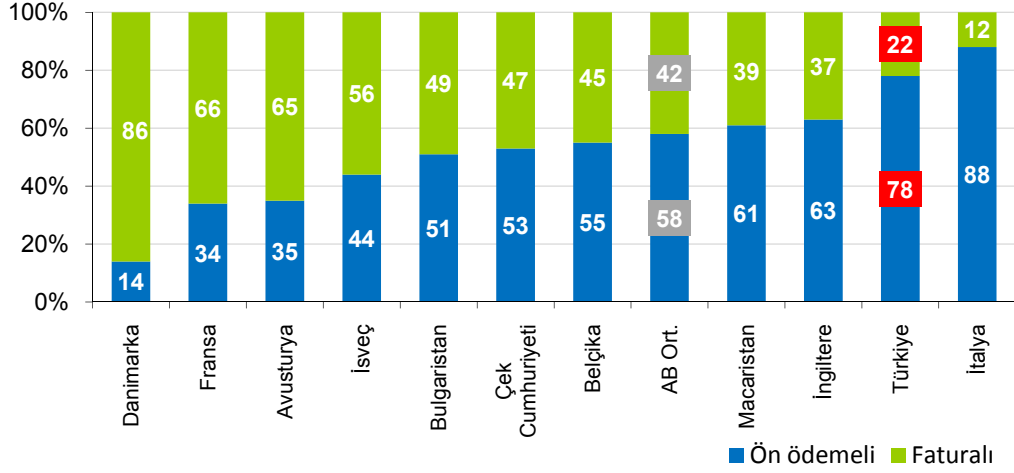
Şekil 4-4'te Türkiye'deki mobil abonelerin abonelik türlerine göre dağılımına yer verilmektedir. 2009 yılı birinci üç aylık periyoduna bakıldığında mobil abonelerin yaklaşık %78'ini ön ödemeli abonelerin oluşturduğu görülmektedir. Son bir yıl içerisinde faturalı abonelerin oranının %19,5'ten %21,9'a çıktığı görülmektedir.

Şekil 4-4 Ön Ödemeli ve Faturalı Mobil Abone Oranları



Şekil 4-5'te bazı Avrupa ülkeleri ile Türkiye'ye ait mobil abone profili karşılaştırılmaktadır. AB ortalamasına bakıldığında mobil abonelerin %58'i ön ödemeli iken %42'sinin faturalı aboneler olduğu görülmektedir. Türkiye'de mobil aboneler içinde ön ödemeli abonelerin payının AB ortalamasına kıyasla oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

Şekil 4-5 Bazı Avrupa Ülkelerinde Ön Ödemeli/Faturalı Abonelerin Dağılımı

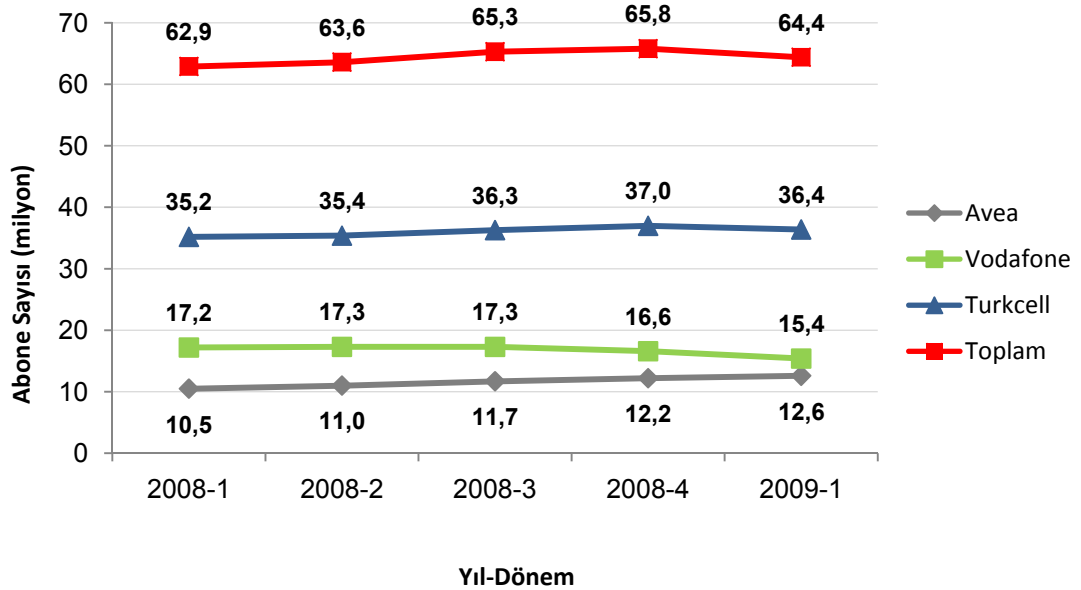


*Kaynak: AB 14. İzleme Raporu

**AB ülkeleri verileri Ekim 2008, Türkiye verisi Mart 2009 tarihidir.

Şekil 4-6'da GSM işletmecilerinin üç aylık dönemlere göre toplam abone sayıları verilmiştir. 2009 yılının birinci üç aylık döneminde, önceki üç aylık döneme göre abone sayıları bakımından Turkcell'de %1,6, Vodafone'da %7,5 oranında düşüş gerçekleşirken, Avea abone sayısını %3,1 oranında artırmıştır.

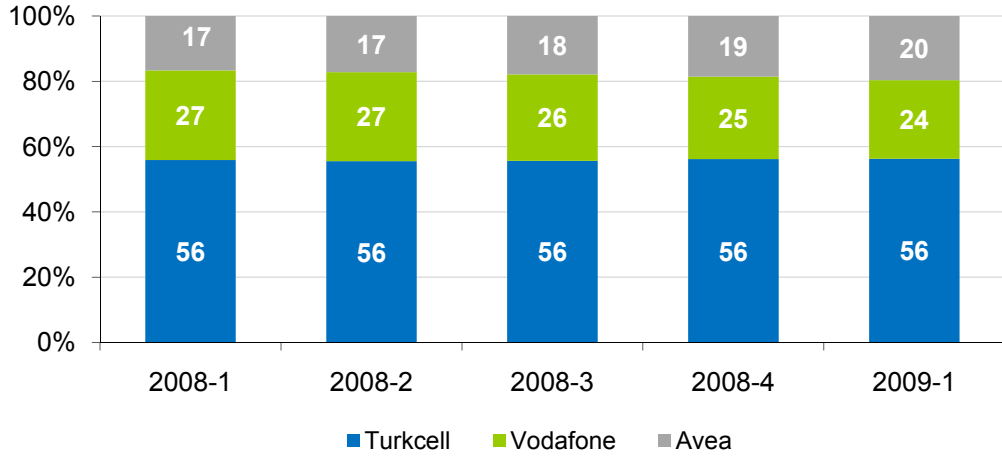
Şekil 4-6 İşletmeci Bazında Toplam Abone Sayıları



9 Kasım 2008 tarihinde başlayan Numara Taşınabilirliği uygulaması kapsamında, 31 Mart 2009 tarihi itibarıyla toplam 2.005.139 abone hizmet aldığı GSM işletmecisini değiştirmiştir.

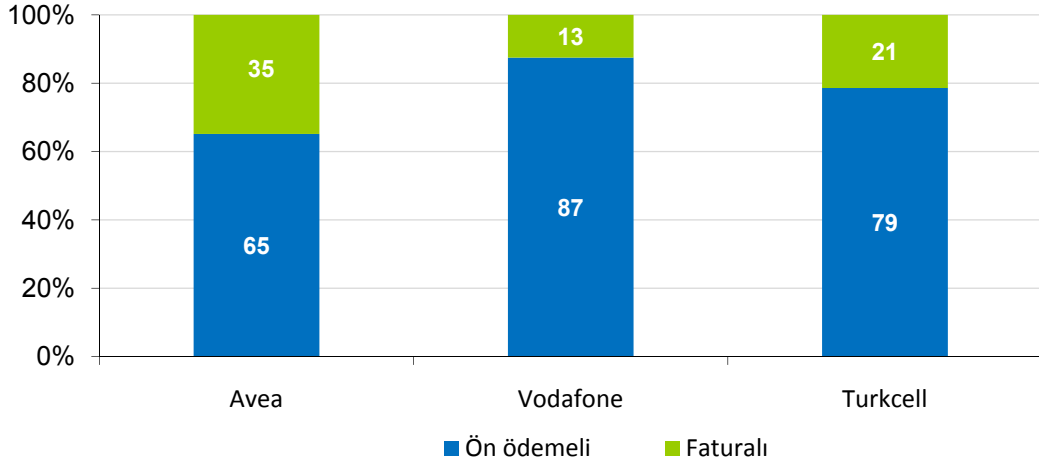
Şekil 4-7’de GSM işletmecilerinin abone sayılarına göre pazar paylarına yer verilmektedir. 2009 yılı birinci üç aylık dönemi itibarıyla abone sayısına göre Turkcell’in %56, Vodafone’un %24, Avea’nın ise %20 pazar payına sahip olduğu görülmektedir.

Şekil 4-7 GSM İşletmecileri Abone Sayısına Göre Pazar Payları, (%)



Şekil 4-8’de GSM işletmecilerinin 2009 yılı Mart ayı sonu itibarıyla abone profiline yer verilmektedir. Ön ödemeli, faturalı aboneler arasındaki oranın en yüksek olduğu işletmeci Vodafone olup, Vodafone’un abonelerinin %87’sinin ön ödemeli olduğu görülmektedir.

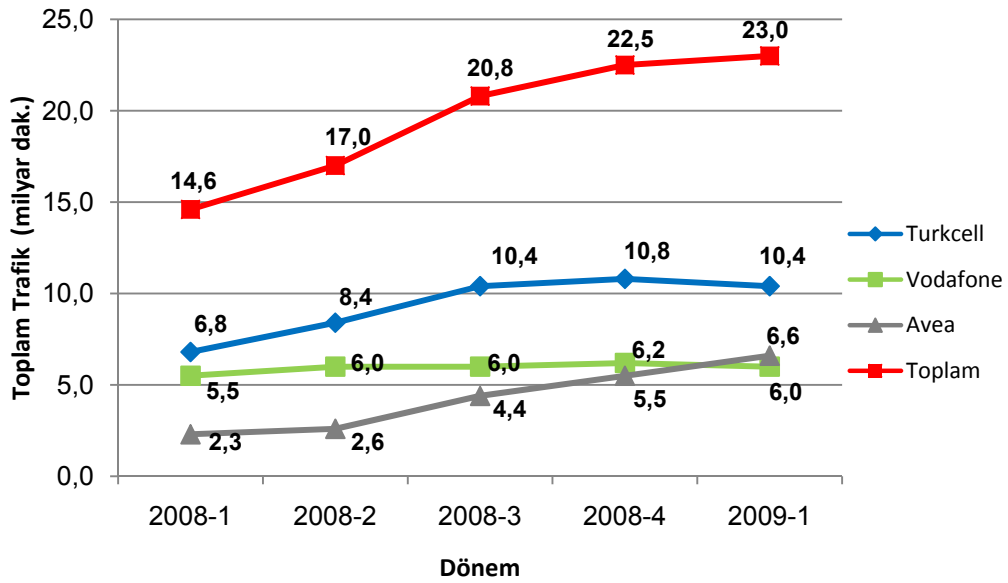
Şekil 4-8 İşletmeci Bazında Ön Ödemeli / Faturalı Abonelerin Dağılımı, (%)



4.3 Mobil Trafik Hacmi

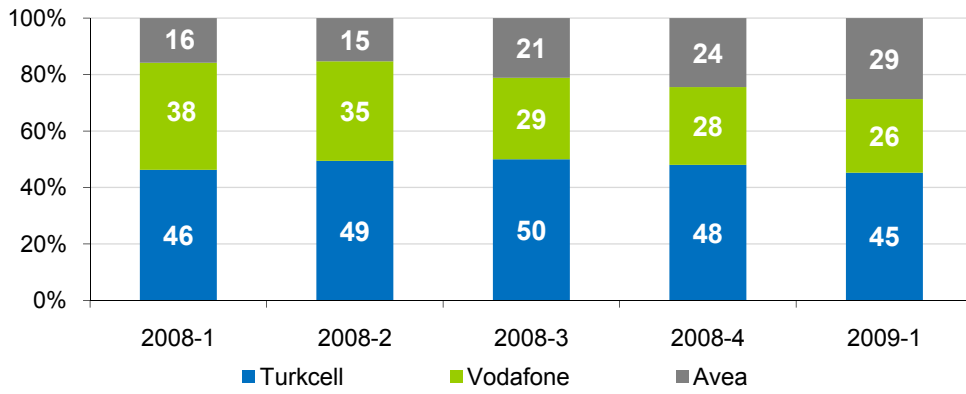
2009 yılı birinci üç aylık dönem sonu trafik bilgileri bir önceki üç aylık dönemle kıyaslandığında Avea'nın trafik hacmini %20 artırdığı, Turkcell'in trafik hacminin %3,7, Vodafone'un ise %3,2 oranında düştüğü görülmektedir. Mobil trafik hacmindeki bu değişim dönemler itibariyle Şekil 4-9'da görülmektedir.

Şekil 4-9 GSM İşletmecilerin Dönemlere Göre Toplam Trafik Miktarları



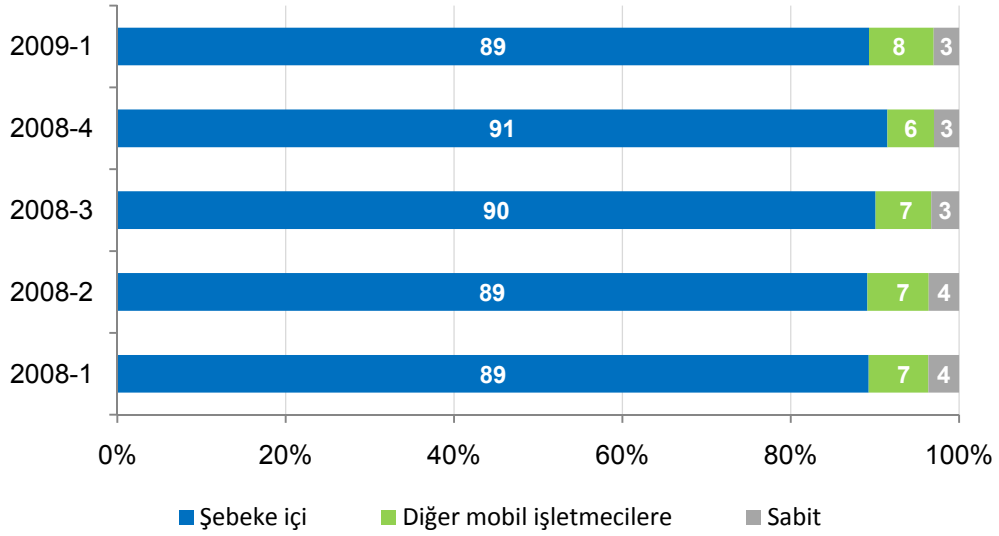
GSM işletmecilerinin dönemler itibariyle toplam GSM trafiğinden aldıkları pazar payları Şekil 4-10'da gösterilmektedir. Görüleceği üzere son bir yıl içerisinde Avea'nın pazar payı %16'dan %29'a yükselmiş, Vodafone'un pazar payı %38'den %26'ya düşmüştür. Turkcell'in pazar payı ise %45 seviyesindedir.

Şekil 4-10 GSM İşletmecileri Trafiğe Göre Pazar Payları, (%)



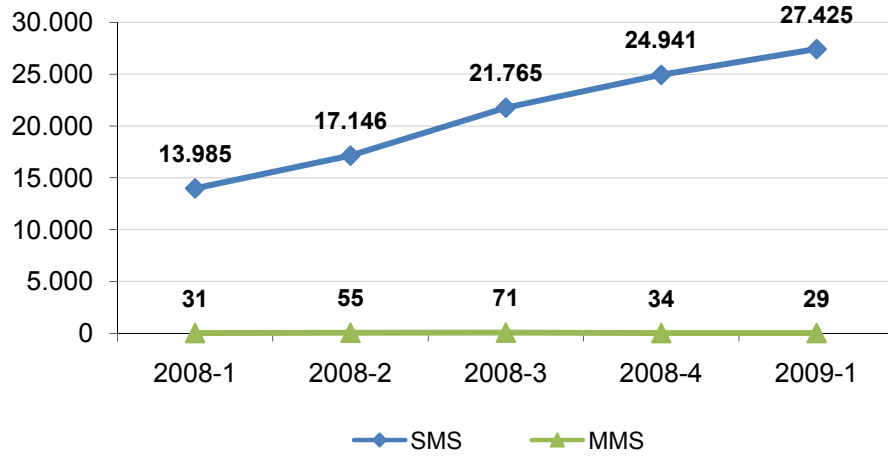
Şekil 4-11'de GSM işletmeciler tarafından üretilen toplam mobil trafiğin dağılımına yer verilmektedir. Şekilde görüleceği üzere, söz konusu trafiğin büyük bir kısmını (yaklaşık %89) mobil işletmecilerin kendi aboneleri arasındaki trafiği oluşturan şebeke içi trafik teşkil etmektedir. Mobil işletmecilerden diğer mobil işletmecilere giden trafik ise %8 ile ikinci sırayı almaktadır. Toplam mobil şebeke içi trafik 2009 yılı birinci üç aylık dönemde bir önceki üç aylık döneme göre %2'lik pay kaybederken, geçen senenin aynı dönemine göre payını korumuştur.

Şekil 4-11 Mobil Trafik Dağılımı, (%)



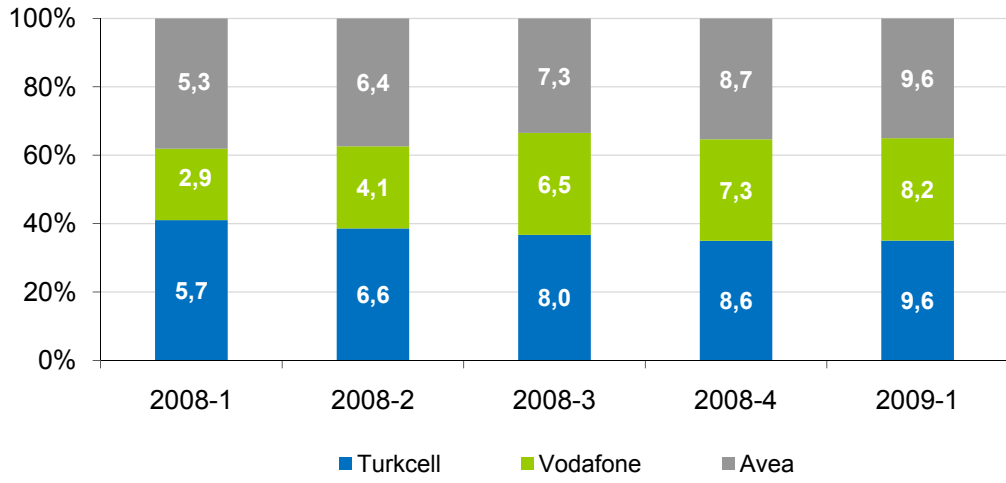
Şekil 4-12'de GSM işletmecilerinin toplam SMS ve MMS sayılarındaki değişime yer verilmektedir. Gönderilen MMS sayısı henüz düşük seviyelerde seyrederken, SMS sayısında sürekli bir artış görülmektedir. 2009 yılı birinci üç aylık dönemde SMS sayısı 27 milyarı geçerken, bir önceki dönemde 34 milyon olan MMS sayısı 29 milyona düşmüştür.

Şekil 4-12 Dönemlere Göre Mobil SMS ve MMS Miktarı (milyon adet)



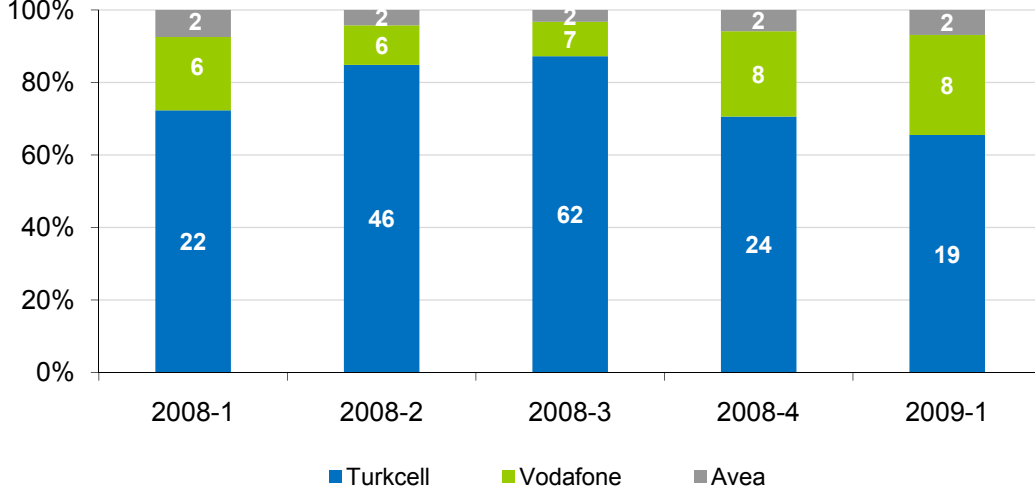
Mobil aboneler tarafından gönderilen toplam SMS sayısının işletmeciler bazında dağılımı Şekil 4-13'te gösterilmektedir. 2009 yılı ilk üç aylık döneminde, bir önceki üç aylık döneme göre SMS sayıları bakımından Avea %10, Vodafone %13, Turkcell ise %12 oranında artış sağlamıştır.

Şekil 4-13 İşletmeci bazında SMS Sayısı, (milyar adet)



Mobil aboneler tarafından gönderilen MMS sayılarında son üç aylık periyot içerisinde bir önceki üç aylık döneme göre %15 oranında düşüş gözlemlenmiştir. İşletmeci bazında gönderilen MMS sayıları incelendiğinde bu azalmaya özellikle Turkcell'in söz konusu mesaj miktarının son iki çeyrek süresince 62 milyondan 19 milyona düşmesinin sebep olduğu değerlendirilmektedir(Şekil 4-14).

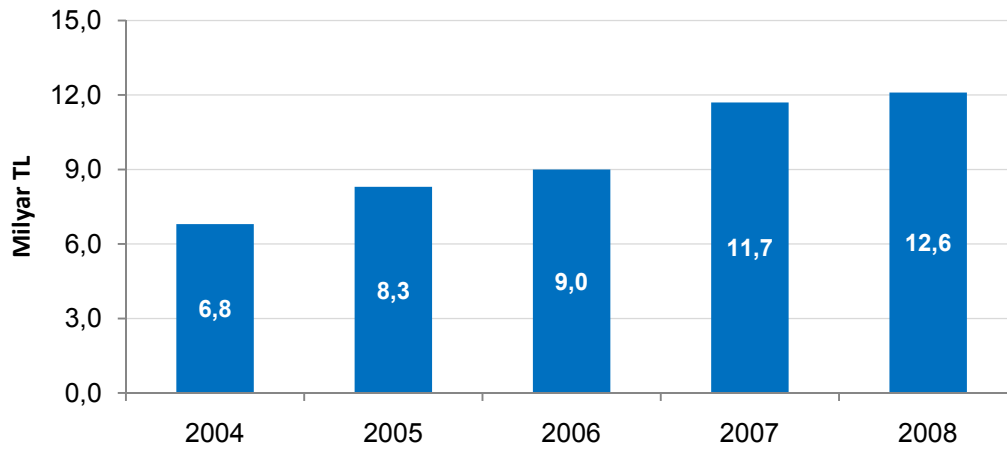
Şekil 4-14 İşletmeci Bazında MMS Sayısı, (milyon adet)



4.4 Mobil Gelir

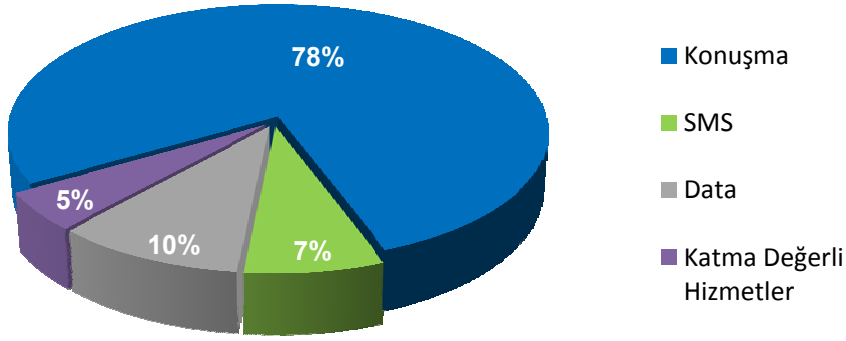
Şekil 4-15'te 2004 yılından bu yana mobil telekomünikasyon hizmetlerinden elde edilen gelir bilgilerine yıllık olarak yer verilmektedir. Yıllar itibariyle artış eğiliminde olan mobil gelirler 2008 yılında 12,6 milyar TL olarak gerçekleşirken, bir önceki yıla göre %7,7 oranında artış söz konusudur.

Şekil 4-15 Yıllar İtibariyle Mobil Telekomünikasyon Hizmetlerinden Elde Edilen Gelir



Şekil 4-16'da mobil işletmecilerin 2008 yılı toplam gelirlerine ait dağılıma yer verilmektedir. Şekilde görüleceği üzere mobil işletmecilerin gelirlerinin büyük bir kısmını (yaklaşık %78'i) Konuşma gelirleri oluştururken, Data gelirleri toplam gelirin %10'unu, SMS gelirleri ise %7'sini oluşturmaktadır.

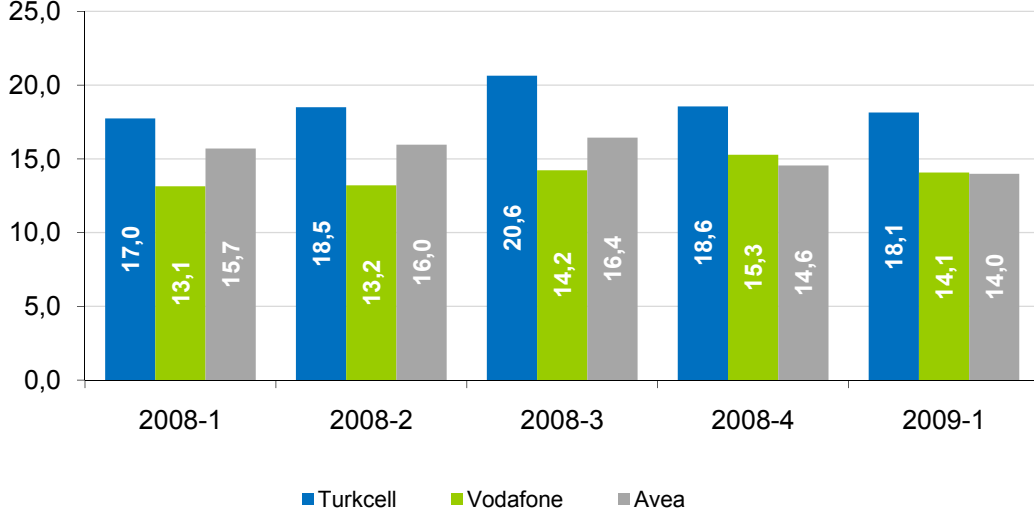
Şekil 4-16 Mobil Gelir Dağılımı



4.4.1 Abone Başına Aylık Gelir (ARPU)

Abone başına elde edilen aylık gelir anlamına gelen "ARPU" mobil hizmetlerin fiyatları ve kullanım seviyelerinin en belirgin fonksiyonlarından biridir. Şekil 4-17'de Türkiye'de hizmet veren GSM işletmecilerinin üçer aylık periyotlarda BTK'ya gönderdikleri ARPU rakamlarına yer verilmektedir. 2009 yılı birinci üç aylık periyodu itibariyle Turkcell için abone başına aylık gelir 18,1 TL, Vodafone için 14,1 TL, Avea için ise 14,0 TL'dir.

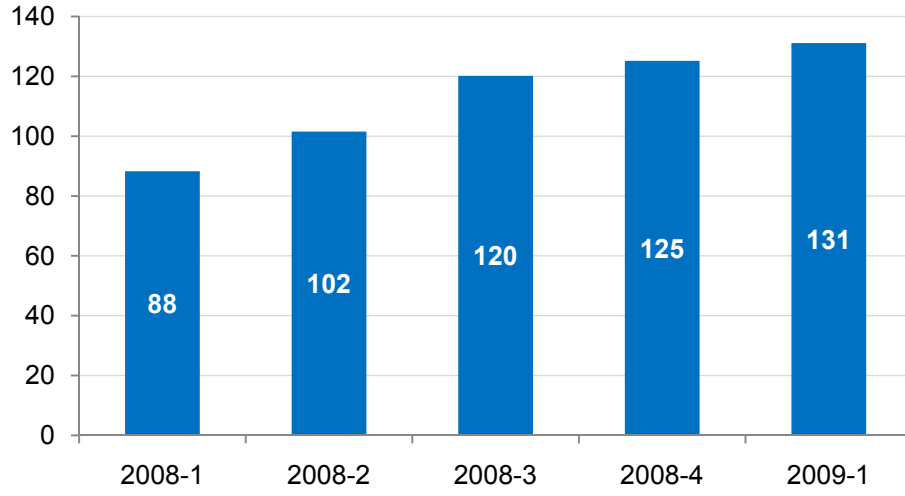
Şekil 4-17 ARPU (Abone başına aylık gelir, TL)



4.4.2 Aylık Kullanım Miktarı (MoU)

Mobil telefon kullanım seviyesinin ölçümünde yaygın olarak kullanılan bir diğer gösterge ise aylık ortalama kullanım süresini ifade eden MoU (minutes of usage)'dur. Şekil 4-18'de 3 GSM işletmecisinin 2008 yılı ve 2009 yılı ilk üç aylık ortalama MoU değerleri çeyrek dönemler halinde gösterilmektedir. Sürekli artış gösteren MoU değeri 2009 yılı ilk üç aylık dönemde 131 dakika olarak gerçekleşirken, bir önceki üç aylık döneme göre %4,7 artmıştır.

Şekil 4-18 MoU değerleri, (dakika)



Çizelge 4-1'de bazı AB ülkeleri ile Türkiye'deki ortalama mobil telefon kullanım sürelerine yer verilmektedir. Türkiye'de ortalama aylık mobil kullanım süresi Mart 2009 itibariyle 131 dakika olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 4-1 AB MoU kıyaslaması

Ülke	MoU (dakika)
Fransa	240
İrlanda	234
İspanya	199
İngiltere	170
Türkiye	131
İtalya	131
Portekiz	118
Almanya	109

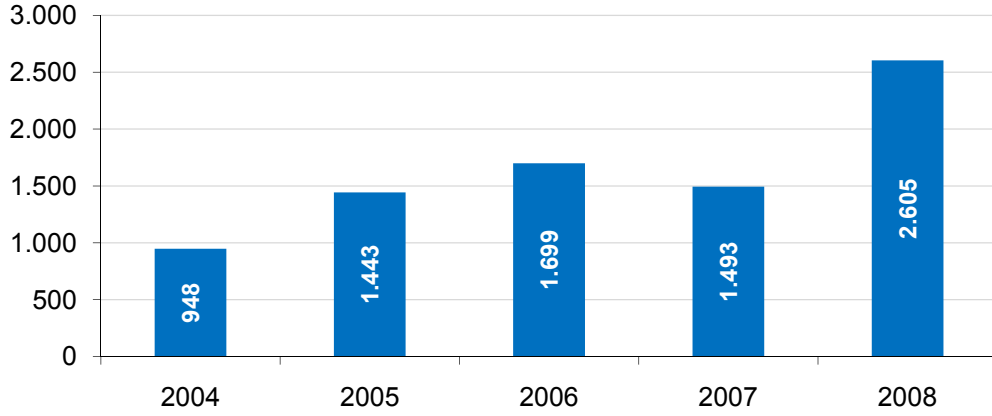
*Kaynak:Yankee Group(2007)

*Türkiye verisi 2009 yılı birinci üç aylık dönem itibariyledir.

4.5 Mobil Yatırım

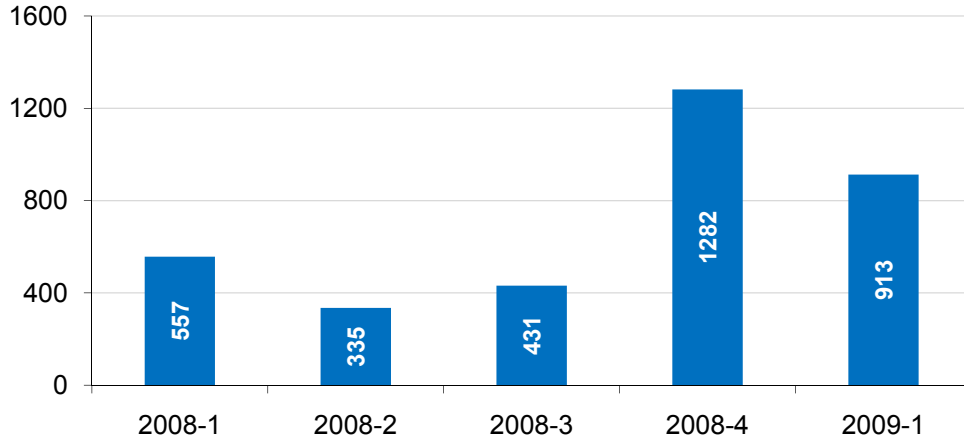
Şekil 4-19'da mobil telekomünikasyon alanında faaliyet gösteren üç işletmecinin 2004-2008 yılları arasındaki toplam yıllık yatırım bilgilerine yer verilmektedir. 2008 yılı, mobil yatırımları bakımından 2.605 milyon TL ile en fazla yatırım yapılan yıl olurken 2007 yılına göre %75 oranında artış söz konusudur.

Şekil 4-19 Yıllık Mobil Yatırım (milyon TL)



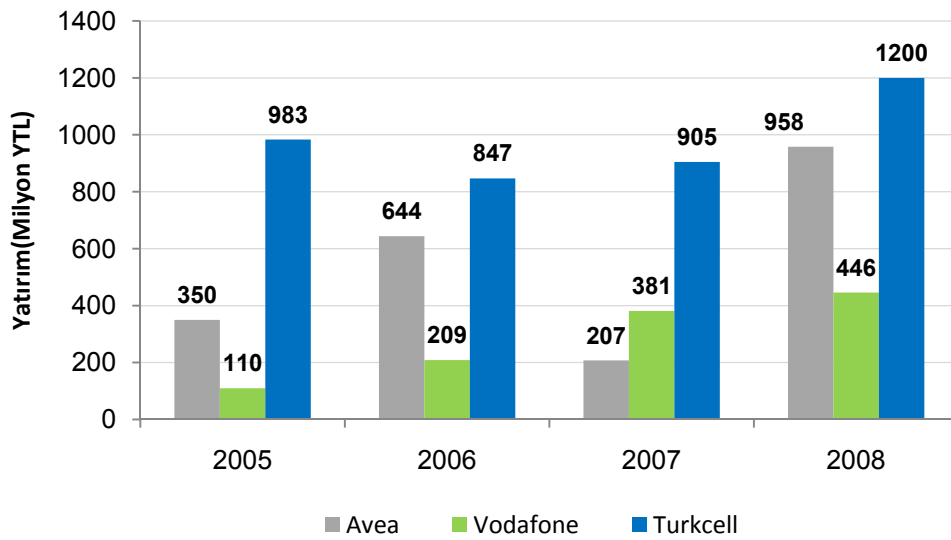
Şekil 4-20'de mobil işletmecilerin 2008 yılı başından itibaren üç aylık mobil yatırım değerlerine yer verilmektedir. 2009 yılı ilk üç aylık dönemde toplam 913 milyon TL değerinde yatırım yapılırken, bir önceki üç aylık döneme göre toplam mobil yatırımda %28 oranında azalma, bir önceki yılın aynı dönemine göre ise %64 artış söz konusudur.

Şekil 4-20 Üç Aylık Mobil Yatırım Değerleri (Milyon TL)



Şekil 4-21’de mobil işletmecilerin yaptıkları yıllık mobil yatırım değerlerine yer verilmektedir. 2008 yılında 2007 yılına göre tüm işletmeciler için artış eğilimi görülmekle birlikte dönemler itibariyle en fazla yatırımı Turkcell’in yaptığı anlaşılmaktadır.

Şekil 4-21 Yıllık Mobil Yatırım (milyon TL)



5 Altyapı, Kablo ve Diğer Hizmetler

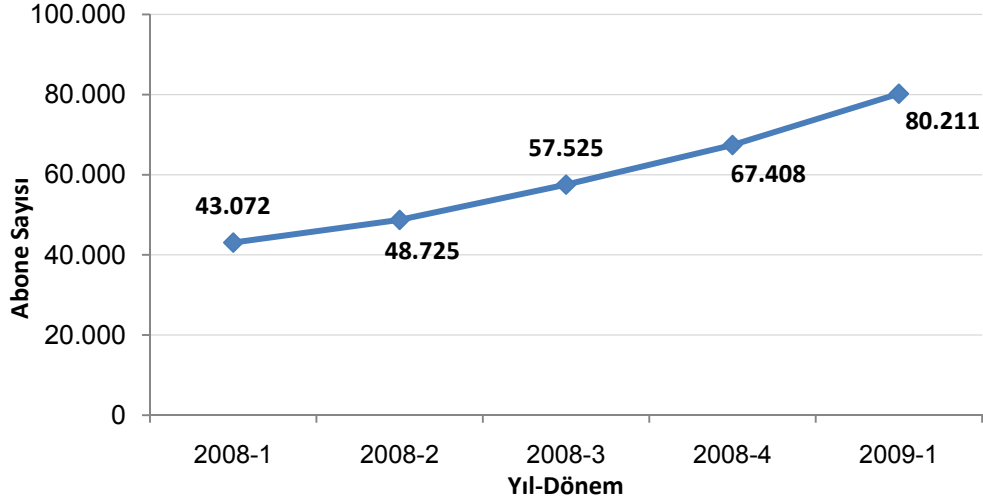
Türkiye’de Altyapı İşletmeciliği Lisansı almış 16 işletmeci bulunmakla birlikte, 2008 yılı itibariyle aktif olarak altyapı işletmeciliği hizmeti veren 8 işletmeci bulunmaktadır⁸. Aktif altyapı işletmecilerinin 2008 yılı sonu itibariyle sahip oldukları toplam fiber optik kablo uzunluğu 9.216 km, hizmet verdikleri kullanıcı sayıları ise 1.714’tür.

Öte yandan Kurumumuzdan kablo platform hizmeti işletmeciliği lisansı alan 5 işletmeciden sadece bir tanesi aktif hizmet vermektedir. Ocak 2007 tarihinde kablo platform hizmeti işletmeci lisansı alan Modem İletişim Hizmetleri Tic.Ltd.Şti.’nin 2009 Mart ayı itibariyle 350 kablo TV abonesi bulunmaktadır. Bu işletmecinin yanında, TÜRKSAT da görev sözleşmesi kapsamında kablolu yayın hizmeti vermektedir. 2009 yılı birinci üç aylık dönem itibariyle Türkiye’de toplam 1.140.564 kablo TV ve 80.211 Kablo internet abone sayısına ulaşılmıştır.

Türkiye’de kablo internetteki abone sayısı gelişimi Şekil 5-1’de verilmiştir. Bir önceki üç aylık döneme göre %19 artan kablo internet abone sayısı 80.000’i geçmiştir.

⁸ Altyapı İşletmeciliği hizmeti veren İşletmecilerin Kurumumuza gönderdiği yıllık bilgiler kullanılarak elde edildiğinden 2008 yılına ait verileri içermektedir.

Şekil 5-1 Türkiye'deki Kablo İnternet Abone Sayısı



Uydu telekomünikasyon hizmetleri konusunda yetkilendirilmiş 20 adet işletmeci 7.063 aboneye uydu yer istasyonlarıyla uluslararası internet bağlantıları, video konferans, noktadan noktaya uluslararası uydu data devreleri gibi hizmetleri sağlamaktadır.

Uydu platform lisansına sahip iki işletmeci D-Smart ve Digiturk'ün 2009 yılı Mart ayı itibariyle toplam 2.841.500 abonesi bulunmaktadır.

GMPCS Mobil Telefon Lisansına sahip 3 işletmeci 2009 Mart ayı itibariyle 1.864 aboneye sahiptir.

6 SONUÇ

2009 yılı birinci üç aylık dönem sonu itibariyle Türkiye telekomünikasyon pazarında yaşanan gelişmeler kısaca aşağıdaki şekilde özetlenebilmektedir:

- Sektörde faaliyet gösteren işletmeci sayısı 257'dir.
- 2009 yılı Mart ayı itibariyle sabit ve mobil işletmecilerin net satış gelirleri yaklaşık 4,3 milyar TL'yi geçmiştir.
- Sabit abone sayısı 17,3 milyon, nüfusa göre penetrasyon %24,1 seviyelerindedir.
- 2008 yılı toplam yatırım yaklaşık 4 milyar TL.'dir.
- 2009 yılı birinci üç aylık periyodu itibariyle sabit ses trafiği 6,3 milyar dakikadır.
- 2009 yılı birinci üç aylık dönem neticesinde çağrı başlatma trafiği açısından UMTH işletmecileri; şehirlerarası trafikte %12, mobile doğru trafikte yaklaşık %15 ve yurtdışına giden trafikte yaklaşık %20 pay almaktadır.
- Yurtdışından gelen uluslararası çağrılarının sonlandırılmasında 2009 yılı birinci üç aylık dönemi sonunda UMTH işletmecileri; sabitte sonlananlarda %51, mobilde sonlananlarda ise %65 pay almaktadır.
- 2008 yılı dördüncü üç aylık dönem itibariyle Türkiye'de sabit işletmeciler tarafından üretilen toplam trafik içerisinde %3,65 pay alan UMTH işletmecileri 2009 yılı birinci üç aylık dönem sonunda %3,73 pay almaktadır.
- 2009 yılı birinci üç aylık döneminde UMTH işletmecilerinin hizmetleri ile Türk Telekom'un aynı hizmetleri esas alındığında gelire göre pazar payı %26'dır. Türk Telekom'un tüm telefon gelirleri esas alındığında ise UMTH işletmecilerinin gelire göre pazar payı %7'dir.
- 2009 yılı Mart ayı sonu itibari ile Türkiye'de yaklaşık 6,1 milyon internet abonesi bulunmaktadır.
- Türkiye'de serbestleşmenin ardından hizmet sunmaya başlayan alternatif ADSL hizmeti sunan operatörlerin 2009 yılı Mart sonu itibariyle

perakende genişbant hizmetleri pazarında yaklaşık %5,9 pazar payı kazandığı görülmektedir.

- 2009 yılı Mart ayı sonu itibariyle Türkiye’de yaklaşık %90 penetrasyon oranı ile 64,4 milyon mobil abone bulunmaktadır.
- 2009 yılı Mart ayı sonu itibariyle 2.005.139 mobil abone hizmet aldığı GSM işletmecisini değiştirmiştir.
- Mobil abonelerin yaklaşık %78’i ön ödemeli abonedir.
- 2008 yılı ilk üç aylık döneminde yaklaşık 14,6 milyar dakikaya ulaşan mobil trafik 2009 yılı birinci üç aylık döneminde 23 milyar dakika olarak gerçekleşmiştir.
- 2009 yılı Mart ayı sonu itibariyle toplam mobil yatırım 913 milyon TL’yi geçmiştir.