

Mobil Telekomünikasyon Hizmetlerinde Yerel Ağ Etkileri ve Tüketici Tercihi

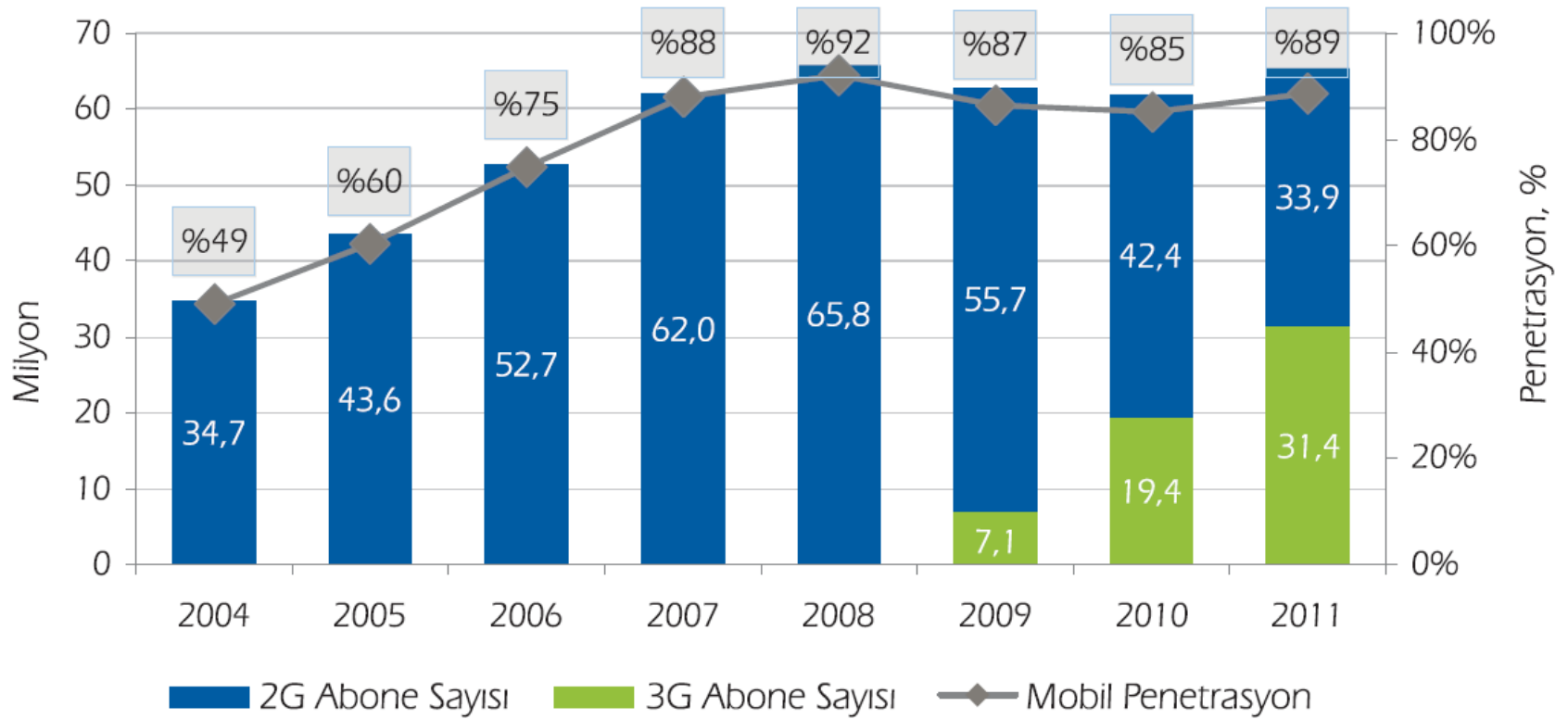
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Karaçuka

Mobil Telekomünikasyon Piyasalarının Yapısal Özellikleri: Eksik Rekabet

- Giriş Engelleri
- Rohlfs(1974): Karşılıklı bağımlı (Interdependent) talep
- Şebeke/Ağ malları ve hizmetleri izolasyon halinde bir değer taşımamaktadır.
- Şebeke/Ağ (Network) Etkileri: Telekomünikasyon mal ve hizmetlerinden elde edilen fayda, bu ürünleri kullananların sayısındaki ve o mal ile uyumlu diğer mal veya hizmetlerin sayısındaki artışlarla beraber artmaktadır.
- Telekomünikasyon Piyasalarında Kritik Kitle
- Talebin Bir Yöne Eğilimi (Tipping)
- Kilitlenme (Lock-in) ve Değiştirme maliyetleri
- Telekomünikasyon Piyasalarında Uyumluluk

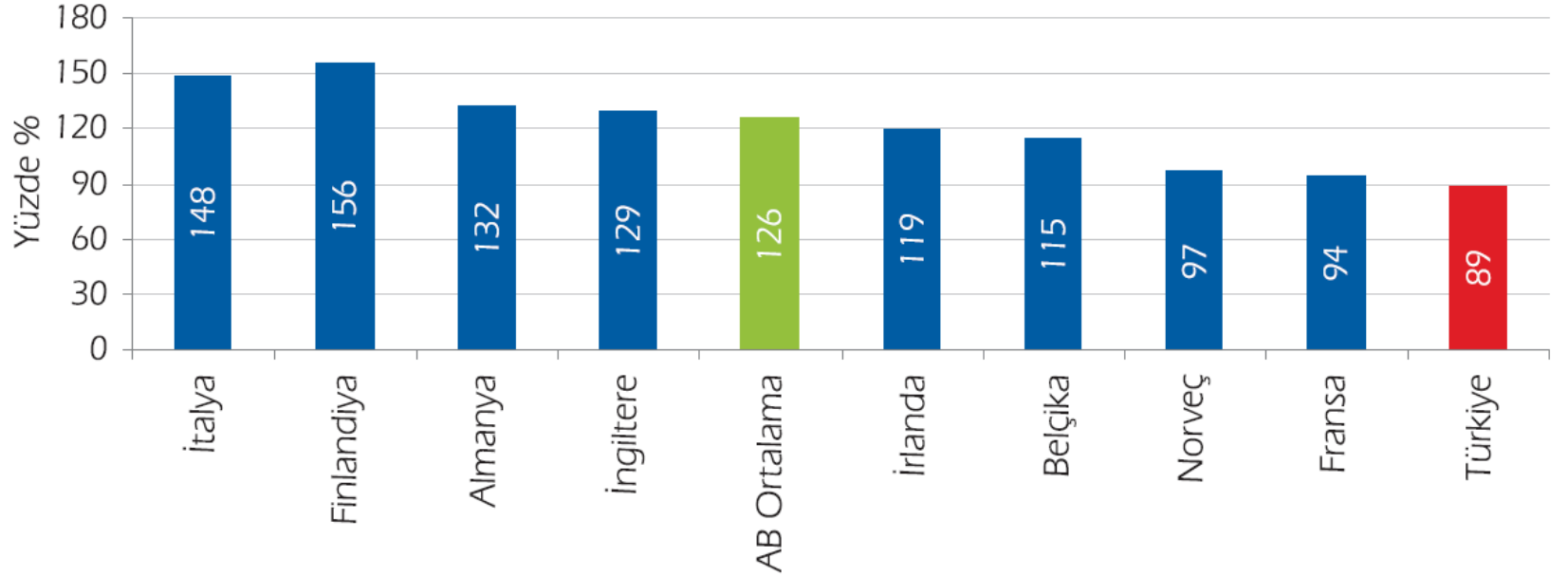
Temel Göstergeler:

1) Abone Sayısı ve Penetrasyon



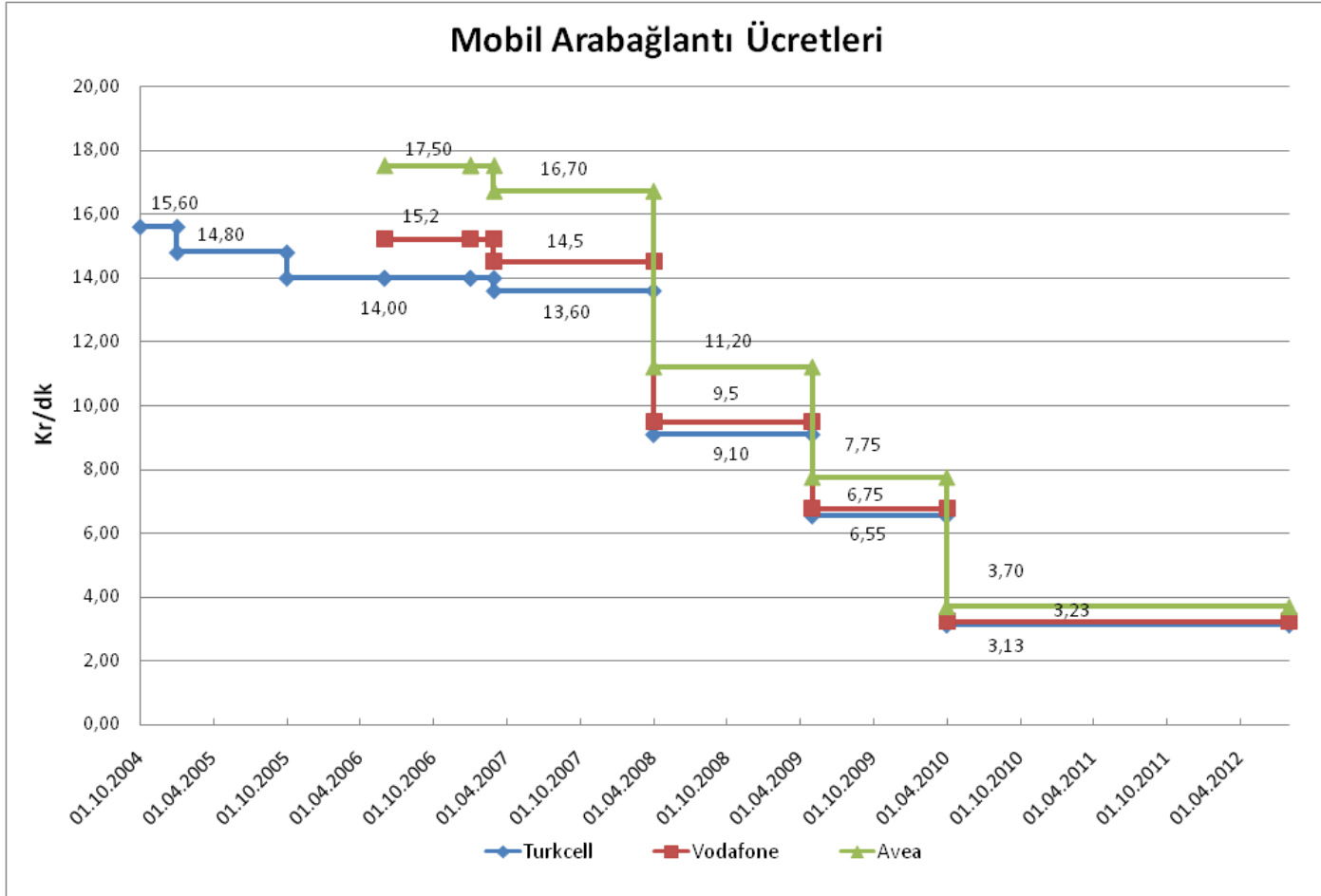
Kaynak: BTK, 2012.

AB ve Türkiye'de Penetrasyon oranları (%)



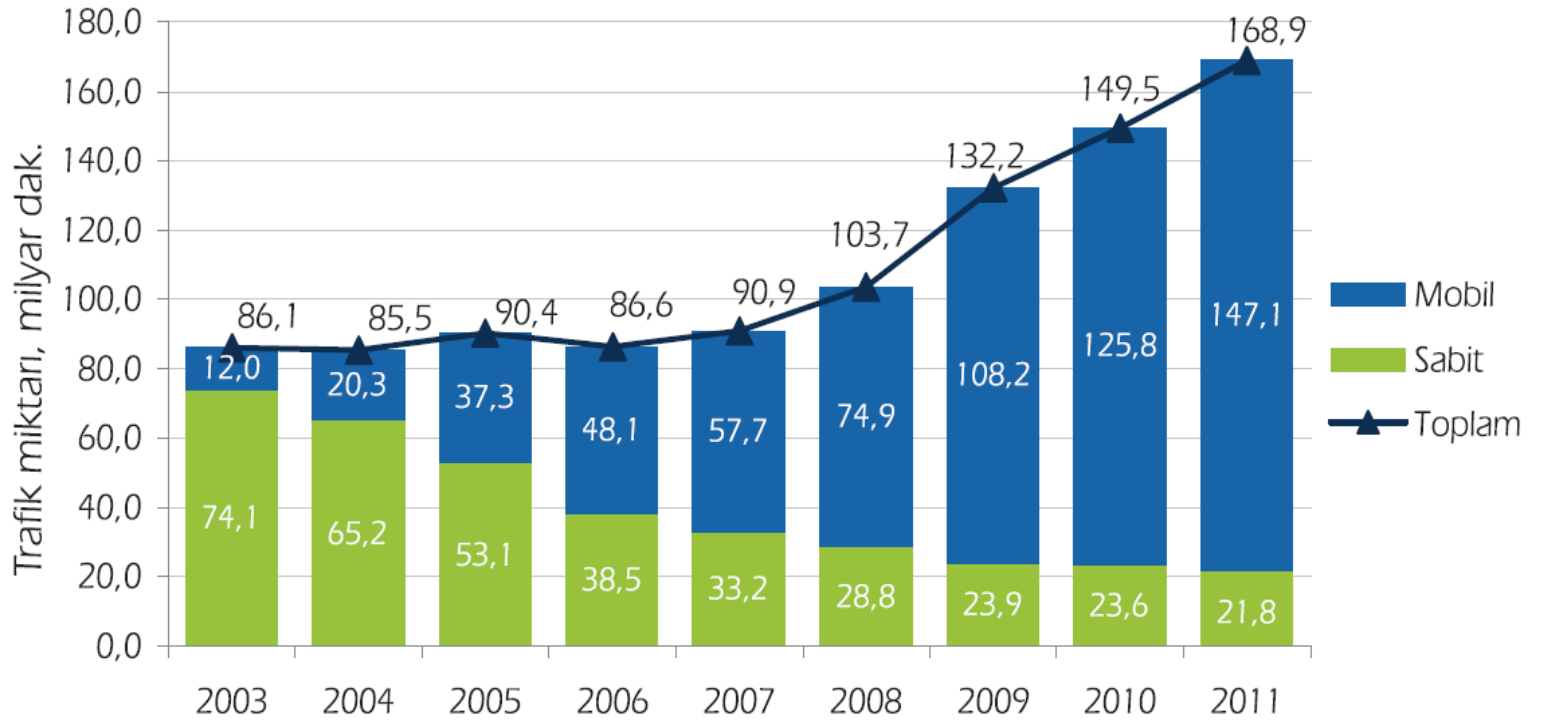
Kaynak: BTK, 2012.

- Penetrasyon Oranı AB ülkelerinden az olmasına rağmen, abone başına kullanım dakikası (MoU) bir çok AB ülkesinden yüksektir (BTK, 2012).
- Türkiye MoU: 218 dakika
- İngiltere MoU: 179 dakika
- İspanya MoU: 158 dakika
- Almanya MoU: 110 dakika
- 2010'dan sonra OECD ülkelerinin pek çoğunda arabağlantı ücretlerinde % 90'lara varan indirimler yapılmıştır.



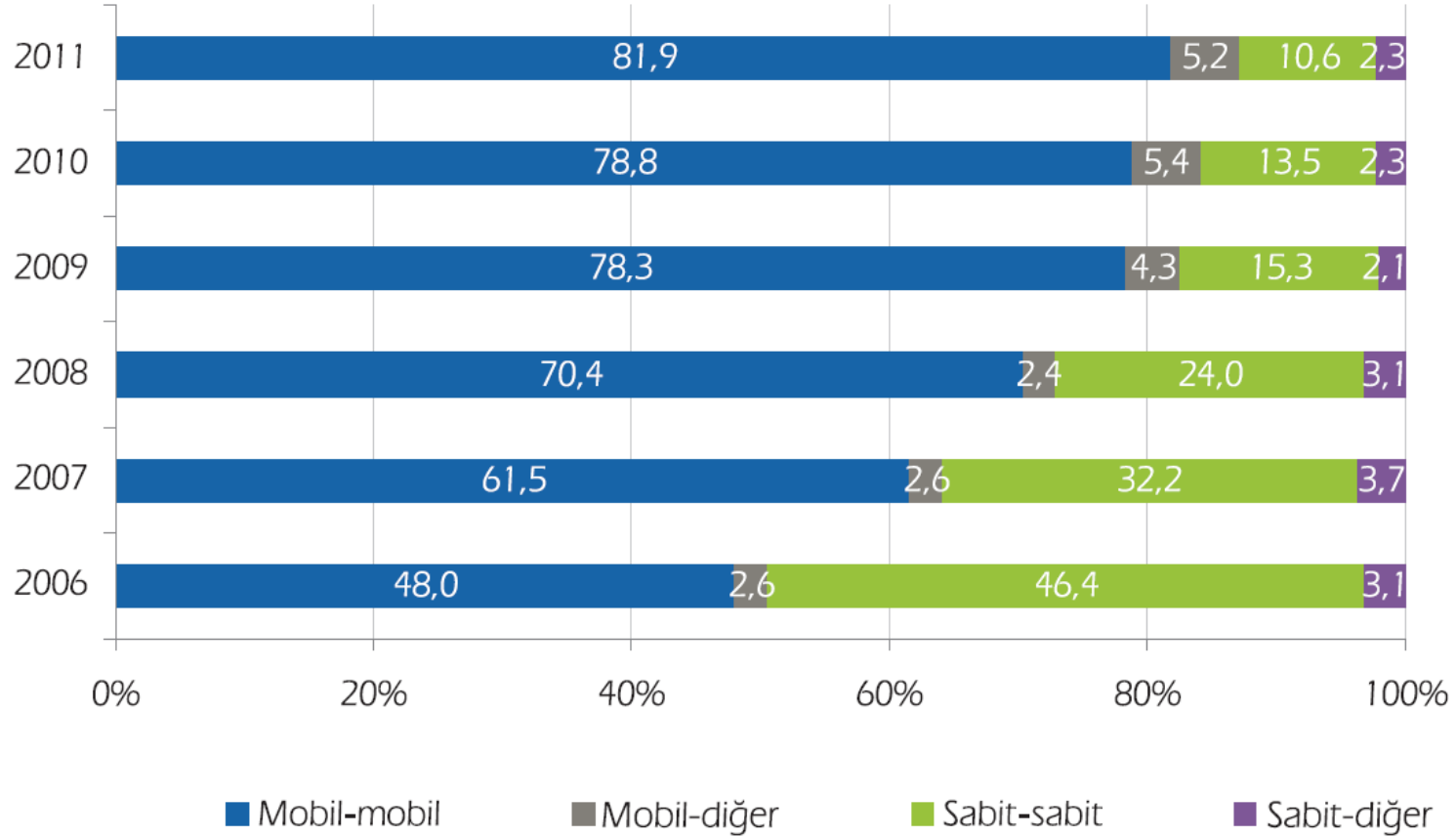
Kaynak: BTK, 2012.

Toplam Trafik



Kaynak: BTK, 2012

Trafik Dağılımı (%)



Kaynak: BTK, 2012.

Literatür

- Gruber and Verboven (2001) Avrupa Birliđi ülkelerinde mobil telekomünikasyon hizmetlerinde yayılma: Network etkileri, GDP, Rekabet
- Liikanen, Stoneman and Toivanen (2004) 1G, 2G, Sabit Hat Hizmetleri
- Koski and Kretschmer (2005) OECD ülkelerinde yayılma: GDP, Network Etkileri, Rekabet .
- Jang, Dai and Sung (2005) OECD ülkelerinde yayılma .
- Doganoglu and Grzybowski (2007) Almanya'da network etkileri
- Grajek (2010), ađ etkileri şebeke içinde yer almakta (on/net indirimlerden dolayı) , piyasanın büyümesine etkisi sınırlı kalmakta (şebekeler arası uyumluluk üzerinde negatif etki)

Eleřtiri

- Bu çalışmalarda kullanılan veriler toplulaştırılmış veri setlerine dayanmaktadır. Ayrıca, network'teki bütün bireyler eşit olarak değerli varsayılmaktadır.
- Oysa sosyal ağlar ve grup formasyonu teorileri bireylerin etkileşim halinde buldukları diğer bireylerin tercihlerinden etkileneceklerini bunun için yerleşim yerine dayalı modellerin daha açıklayıcı olacağını göstermektedir (Akerlof, 1997; Chwe, 2000; Shy, 2001)

YÖNTEM

- Kesikli tercih modelleriyle tahmin için kullanılacak Rassal Fayda Fonksiyonu üç unsurdan oluşmaktadır:

$$U = U(V, S, e)$$

- Burada V, ürünün kendinden gelen değeri (intrinsic value); S, sosyal etkiyi; e ise rassal bileşeni göstermektedir.
- Sosyal etki (S) ise g grubunda yer alan i bireyinin k tercihini yapmakla elde ettiği faydayı ifade etmektedir:

$$S_{igk} = \gamma m_{igk}$$

m_{igk} bireyin içinde olduğu ağın büyüklüğünü; γ ise ağ etkilerinin katsayısını göstermektedir. Pozitif bir katsayı konformizmi, negatif katsayı ise gruptan ayrışmayı işaret etmektedir.

SONUÇ

- Türk mobil telekomünikasyon hizmetlerinde network/ağ etkileri firmaların ulusal piyasa payları üzerinden değil, yerel piyasa payları üzerinden ortaya çıkmaktadır.
- Faturalı ve ön ödemeli hatlar farklı piyasalar olarak değerlendirildiğinde, hakim firmalar bu piyasalara ve bölgelere göre değişmektedir.
- Yerel piyasalarda hangi firmaların üstünlük kuracağı network etkilerinin yanı sıra bölgesel özelliklere ve firmaların yönetimsel ve pazarlama becerilerine (promosyonlar, kampanyalar, acenteler) göre değişebilir.
- Regülasyon kurumunun networkler arası uyumluluğu artırmak için uyguladığı düşük arabağlantı ücretleri politikası olumlu sonuçlar vermiştir.
- İlgili Piyasa (Relevant Market) tanımı yerel piyasa ayrımını da göz önünde bulundurabilir. İletişim büyük ölçüde yerel bölge içinde gerçekleşmektedir.