

Görevinize birkaç ay evvel geldiniz CEO olarak. Türkiye'nin en büyük şirketlerinden birisi Türk Telekom. İstanbul borsasında hemen bankaların ardından 17 milyar dolarlık değeri ile duruyor şu anda. Türk Telekom'un bu günkü durumu, konumu, faaliyetlerini kısaca özetleyebilir misiniz lütfen?

Türk Telekom tarihi oldukça uzun olan bir şirket; 170 yıldan fazla bir tarihi var. Ama tabii ki dünya çok hızlı değişiyor. Türk Telekom da bu hızlı değişime ayak uyduran şirketlerden bir tanesi. Sizin de bahsettiğiniz gibi Türk Telekom hissedarlık yapısı gereği borsaya açılmış bir şirket. Borsadaki şirket değerine baktığımızda 17 milyar dolarla dördüncü şirket. İlk üçte bankalar. Dolayısıyla sektöre baktığımızda çok önemli bir yerdeyiz. Halkımız, Türk Telekom'un ne iş yaptığını biliyor ama bilinmeyen bazı alanlarda da mesafe sağladık. Türk Telekom ev ve iş telefonları konusunda yıllardır hizmet veriyor. Biz 14.5 milyon civarında erişim hattı diyoruz, komple böyle bir büyüklüğe sahibiz. Aynı zamanda geniş bant internet hizmetlerini 2002 yılından beri vermekteyiz. İnternet servis sağlayıcıları kullanıyoruz. 7.1 milyon hanede abonelik söz konusu. Bu bahsettiğim bireysel anlamdaki kullanıcılar. Bir de Türk Telekom'un Türkiye'deki tüm kurumlara hizmet verdiğini de hesaba katmak lazım. Aynı zamanda sektörde rakip gibi görünen büyük şirketler var aslında biz onların da iş ortağıyız. Çünkü Türk Telekom 81 ilde teşkilatı olan bu güne kadar milyarlarca dolar yatırım yapmış, tüm Türkiye'de geniş bir şebekeye sahip olan, dolayısıyla bu gücünü ve imkanları rakip şirketlere de bir düzenleme şeklinde kullandıran, aslında iş birliği yelpazesi çok geniş bir şirket. Türk Telekom milyonlarca vatandaşımıza hizmet vermeye devam ediyor. Değişen dünya ve teknoloji bizi çok farklı alanlarda da önemli oyuncularından birisi haline getiriyor.

Tahsin Bey, fiber optik çok önemli bir kalite artışında. Hatta okuduğum bir yazıda Türk Telekom'un bir saat içinde 9 kilometrelik fiber optik ağı döşediğini duydum. Fiber optik neden gerekti? Buralara nasıl geldik ve nasıl bir hazırlık çalışması oldu?

Tabii ki şimdi dünya çok hızlı değişiyor. Her geçen gün yeni bir teknoloji hayatımıza giriyor. Türk Telekom 3D vizyonu adını verdiğimiz bir vizyonla son dönemlerde kamu oyunun karşısına çıktı. 3D'li dijital yaşam dönüşümü artık yeni bir nesil var buna dijital nesil deniyor. Yeni bir ekonomi var buna dijital ekonomi deniyor. Yeni bir yaşam tarzı var buna dijital yaşam diyoruz. Dijital yaşam, bireyleri, toplumları ve iş dünyasını derinden etkileyen bir kavram. Dolayısı ile biz teknolojileri günlük hayatımızda daha fazla kullanmaya başladıkça yaşam tarzımız değişmeye başladı. Önceleri cep telefonları yoktu. Ama artık cep telefonları olmadan sokağa çıkamıyoruz. Artık cep telefonları birer bilgisayar haline geldi ve dolayısıyla hayatımızda artık daha çok yer alıyorlar. Dolayısı ile faaliyet alanımızdaki yeni teknolojiler bizi yeni yaşam tarzına itiyor. Türkiye'de 19 milyon civarında hane var. Her haneye bir telefon kablosu bağlıydı ve telefon hizmeti veriyorduk. Sonra 2003 yılında ADSL teknolojisi ile beraber bu kablodan internet bağlantı hizmeti de vermeye başladık. Daha sonra gelişen teknoloji ile artık interneti fiber optik ile bağliyoruz. Fiber optik bize çok geniş bir data hızı sağlıyor. Bu teknoloji ile internet ve telefon hizmeti yanı sıra televizyon hizmeti de verebiliyoruz. Bunun dışında evin güvenlik sistemleri ve başka konularda da işlemler yapılabilir. Artık akıllı ev dediğimiz konsepte yaklaşmış durumdayız. Evler akıllandıkça, binalar akıllandıkça, şehirler akıllanacak ve daha sonra akıllı bir Türkiye'den bahsedeceğiz. 3D vizyonumuzun ikinci D'si tabii ki müşteriye değer katmak. Müşteri bizim patronumuz, müşteri ne derse o olur. Bu her şirketin vazgeçilmez bir hedefidir. Son D'de dünyaya ve bölgeye açılım. Türk Telekom sadece Türkiye sınırları içinde faaliyet gösteren bir şirket değil. Bizim bulunduğumuz yer itibari ile bölgenin bir iletişim köprüsü halindedir.

2010 yılında Pantel' i satın almanız bununla alakalı diye düşünüyorum. Ortadoğu'da ve Uzakdoğu'da hizmet veren Pantel'i satın almanız bu sebepten dolayı mı ortaya çıktı?

Şimdi fiberden konuyu açtınız biz yıllardan beri fibere yatırım yapıyoruz. 170 bin kilometrelik bir fiber ağı var. Bir saate dokuz kilometre fiber hattı çekme konusu buradan geliyor. Pantel'i satın

aldığımızda Ortadoğu'da ve Uzakdoğu'da 27 bin kilometrelik bir fiber optik ağı vardı. Dolayısıyla yaklaşık 200 bin kilometrelik bir fiber optik ağına ulaşmış durumdayız. “Jadı” denen bir link var bu Cidde'den başlar, Amman'dan, Şam'dan Türkiye'ye gelerek Ortadoğu'yu Avrupa'ya bağlar. Aynı zamanda Kuzey Kıbrıs Türkiye Cumhuriyeti'nden deniz altından Türkiye'ye çekilmiş bir fiber optik ağ var. Bunu biz genişleteceğiz. Çin, Kazakistan, Azerbaycan, Gürcistan ve Türkiye üzerinden Avrupa'ya bağlayan bir link var. Tüm bunlar Türkiye'de bir dijital iletişim köprüsü haline getiriyor. Fiber optik son dönemlerin en gözde teknolojisi, dünyada da o anlamda biz çok önemli bir yerdeyiz. Türkiye'nin yaşam tarzını derinden etkileyecek işler yapmak için bu alt yapı çalışmalarını yapıyoruz. Altyapı çalışmaları ile yetinmiyoruz bir de bunun üst yapı çalışmaları var. İş birliği projeleri ile bu alt yapı üzerine yeni ürün ve servisler geliştiriyoruz. Türk Telekom'un kapısı sonuna kadar açık bir şirket.

Türk Telekom büyük çaplı reklam kampanyaları da yapıyor. Fiber optiği çok net bir şekilde Türkiye'ye duyurdunuz. Televizyonlarda büyük bütçelerle hazırlanan reklamlar sundunuz. Müşteriyi bilgilendirmek de çok önemli sanıyorum. Fiber optiğin yanı sıra diğer önemli konu başlığı da “Bulut Teknolojisi”. Kullanıcı olarak Bulut'un sanal dünyadaki kapasite ile alakalı olduğunu biliyoruz. Ama halen şirketlerde “Bulut” nasıl kullanılacak bundan ne tür faydalar sağlanacak Türkiye henüz oraya gelmedi. Bu konu hakkında müşteriyi bilgilendirmek için, onlara Bulut'un ne tip imkanlar sağladığını ve ne faydalara ulaşabileceğini anlatabilmek için ne tür girişimleriniz var?

Aslında Bulut kavramsal bir kelime. Şöyle izah edebiliriz. Türkiye'de 76 milyon insanımız var. Bu insanların evlerinde yada arabalarında cep telefonu, bilgisayar, oyun konsolları ve televizyon var. İnsanlar bilgiye, servislere ve uygulamalara erişmek istiyorlar. Biz bu bilgiyi, servisleri ve uygulamaları “Bulut” diye tarif ettiğimiz yukarıda bir yere koyuyoruz. Dolayısı ile bu müşteriler hangi cihazı kullanırlarsa kullansınlar 7 gün 24 saat online, Bulut'tan devamlı bilgi alışverişinde bulunuyorlar. Bu tabii ki esas itibari ile KOBİ'lerin dikkatini çekecek bir uygulama. Bugün her bir KOBİ'nin bir IT departmanı var. Biz diyoruz ki artık bunlara gerek yok. Türk Telekom olarak büyük veri merkezleri ve server çiftlikleri oluşturuyoruz. Her türlü bilgiyi, uygulamayı, servisi orada tutuyoruz. KOBİ'ler aylık makul ücretler ile abone olabiliyorlar ve “Bulut” diye tarif ettiğimiz yere ulaşarak her türlü işlemi yapabiliyorlar. Burada bazı somut uygulamalar var. Örnek vermek gerekirse bizim belediyeler ile alakalı bir Türk Telekom “Belbil” projemiz var. Vatandaşlar belediyenin kapısını çalmadan oturdukları yerden işlem yapabiliyorlar. Belediye vatandaşa daha hızlı bir şekilde hizmet verebiliyor. “Bulut Göz” diye bir servisimiz var. Bu da malum güvenlik çok önemli artık. Kameraları evlerinize, iş yerlerinize yerleştiriyorsunuz, onlar devamlı çekim yapıyor. Veri merkezlerimizde muhafaza ediyoruz ve insanlar istediği yerden istediği cihaza ulaşabiliyor. “Bulut Gözlem” diye bir ürünümüz var. Diğer bir ürünümüz de “Bulut Akademi”. Bu ürünle üniversitelerle iş birliği yapıyoruz. Bu da eğitim odaklı bir konu. Artık KOBİler ve diğer şirketler kendi IT masraflarını en aza indirecekler ve biz büyük veri merkezleri ile bu ihtiyaçları gidereceğiz.

Türk Telekom aynı zamanda sosyal sorumluluk alanında faaliyet gösteren bir şirket. Türk Telekom okulları, acemi spor kulüpleri, kütüphaneleri, E-fatura ormanları, Türk Telekom arama kurtarma ekibi olan bir şirket. Hatta kamuoyunun pek bilmediği “Marmara'nın kalbini dinliyorum” adında deprem analizleri de yapıyorsunuz. Bize biraz sosyal sorumluluk projelerinizden ve Türk Telekom'un yapmış olduğu ve bundan sonra yapacağı faaliyetlerden bahsedermisiniz?

Türk Telekom'un temel amacı ticari bir şirket olması. Bu şirketin, sahiplerine ve hissedarlarına karşı sorumlulukları var. Fakat tüm bunlar Türk Telekom'un bu ülkeye karşı başka sorumluluklarının olduğu gerçeğini bertaraf edemez. Türk Telekom faaliyet alanı gereği tüm ülkeye hizmet verdiğinden dolayı, teşkilatımızın tüm ülke çapında yaygın olması sebebi ile ülkeyi ve insanımızı

çok iyi tanıyoruz. Ülkeyi ve insanı çok iyi tanımak, onların ihtiyaçlarını da tanıma imkanı veriyor. Türk Telekom eğitim alanında, sağlık alanında, spor alanında ve başka alanlarda zaman zaman sosyal sorumluk projelerine imza atıyor ve atmaya devam edecek. Sizin bahsettiğiniz gibi bugün biz toplam 76 büyük tesis yaptık. Bunlardan 45-46 tanesi okul, onun dışında kalanlar spor ve başka tesisler. Biz bu tesisleri devletimize hibe ettik. Bu okullarda 30 binden fazla öğrenci yetişti. Yine 45-46 tane amatör spor kulüpleri var ve buralardan 10 binlerce genç Türk Telekom'un sayesinde önemli yerlere geldiler. Eğitim alanında yapmış olduğumuz büyük teknolojik yatırımlar var. Grubumuzun "vitamin" adında eğitim programı var. Eğlendirerek öğretiyoruz. Bu programı Türkiye'deki tüm okullara, öğretmenler dahil ücretsiz olarak bağış yaptık. Dediğiniz gibi deprem bölgesindeyiz. Depremi önceden haber verebilme anlamında acaba neler yapabiliriz o anlamda çalışmalarımız var. Türk Telekom aklınıza gelebilecek her alanda ciddi sosyal sorumluluk projelerine imza atan ve atmaya devam edecek olan bir şirket.