

e-Dönüşüm Türkiye Projesi
2005 Yılı Eylem Planı 34 nolu

“Bilgisayar Sahipliğinin Yaygınlaştırılması”

Eylemi Raporu



Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı
Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı

Mart 2006

İÇİNDEKİLER

YÖNETİCİ ÖZETİ	2
BİLGİ TOPLUMU VE BİLGİSAYAR SAHİPLİĞİ.....	4
Türkiye’de Bilgisayar Sahipliği	6
BİLGİSAYAR SAHİPLİĞİNİN ARTIRILMASINDA DÜNYA ÖRNEKLERİ	9
I. Devlet Tarafından Yürütülen Kampanyalar	9
i. Tanıtım Kampanyaları ve Promosyonlar	9
ii. Hedef Gruba Özgü Ortaklarla Birlikte Çalışarak Yürütülen Kampanyalar	10
iii. Devlet Teşvikli Kampanyalar	10
II. Özel Sektör Tarafından Uygulanan Kampanyalar:.....	12
i. Bilgisayar Firmalarının Düzenlediği Kampanyalar	12
ii. Çalışanlar İçin Bilgisayar Sahipliği Programı.....	15
TÜRKİYEDE YÜRÜTÜLEN KAMPANYALAR	20
I. “Öğretmenlere Dizüstü Bilgisayar” Kampanyası	20
II. KOSGEB e-KOBİ Bilişim Kredisi Desteği.....	24
III. Kamu Kurumlarınca Elemanlarına Dizüstü Bilgisayar Verilmesi.....	29
BİLGİSAYAR SAHİPLİĞİNİN YAYGINLAŞTIRILMASINDAKİ ÖNCELİKLİ KONULAR VE ÖNERİLER	31
EK – 1: Çalışma Grubu Katılımcıları.....	33
EK – 2: MEB Bilgisayar Kampanyasında İllere Göre Satışlar	34

YÖNETİCİ ÖZETİ

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) koordinasyonunda yürütülen **e-Dönüşüm Türkiye Projesi**, temelde Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşüm sürecini hızlandırmayı amaçlamaktadır. e-Dönüşüm çalışmaları kapsamında hazırlanan 2005 Yılı Eylem Planı, 24/03/2005 tarih ve 2005/5 sayılı Yüksek Planlama Kurulu Kararı eki olarak 1 Nisan 2005 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

Bu rapor, e-Dönüşüm Türkiye Projesi 2005 Yılı Eylem Planında 34 nolu eylem olarak yer alan **“Bilgisayar Sahipliğinin Yaygınlaştırılması”** eylemi kapsamında hazırlanmıştır. Raporun temel amacı, Türkiye'de bilgisayar sahipliğinin yaygınlaştırılması amacıyla yürütülecek çeşitli projelere yönelik öneriler getirmek ve bu projelerde dikkat edilmesi gereken hususlara dikkat çekmektir. Rapor, ilgili diğer kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör firmalarıyla işbirliği yapılarak DPT tarafından hazırlanmıştır. Eylemin yürütülmesi amacıyla EK-1 belirtilen Kurum/Kuruluş temsilcilerinden oluşan bir Çalışma Grubu kurulmuştur.

Kamu ve özel kesim çalışanlarının toplu halde satın alma yöntemiyle uygun koşullarda bilgisayar sahibi olmalarına yönelik projeler bu çalışmada öncelikli olarak ele alınmıştır. Raporda sırasıyla; bilgi toplumuna dönüşüm ve bilgisayar sahipliği arasındaki ilişki incelenmiş, bu konudaki çeşitli dünya örnekleri özetlenmiş ve Türkiye'de Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yürütülen **“Öğretmenlere Dizüstü Bilgisayar”** kampanyası ve KOSGEB'in **“e-KOBİ Bilişim Kredi Desteği”** örnek kampanyalar olarak incelenmiştir.

Raporun son bölümünde bilgisayar sahipliğinin yaygınlaştırılması projelerinde öncelikli konular ve önerilere yer verilmiştir. Bu bölümde özetle aşağıdaki hususlar ön plana çıkmaktadır:

- Çalışanlar için veya ülke çapında düzenlenecek projelerin iyi tasarlanması ve kaynakların ülke menfaatlerine en uygun biçimde harcanması,
- İhtiyaç, talep, coğrafi dağılım, eğitim durum ve ödeme gücü gibi konularda kampanya öncesi detaylı bir çalışma yapılması,

- Hedef kitlenin iyi tanımlanması, odaklı olunması, amaca hizmet edecek araçların tesbit edilmesi, yerli üretici ve kaynaklardan etkin bir biçimde istifade edilmesi ve kampanyalarda önceliğin geri dönüşümü yüksek kesimlere verilmesi,
- Kampanyalarda, uygun sayıda farklı alternatifin alıcılara sunularak katılımın artırılması ve ihale şartnamelerinin etkin rekabeti tesis etmeye hazırlanması,
- Kampanyalara internet erişiminin de dahil edilmesi,
- Kampanyada ihale ve genel uygulamayı bir başka kurumun/şirketin üstlenmesi durumunda, bu kurumla/şirketle yapılacak anlaşmalarda/protokollerde alıcıların haklarının korunması konusuna dikkat edilmesi,
- Yürütülecek kampanyalarda, ihtiyaca ve talebe bağlı olarak, açık kaynak kodlu yazılımlar başta olmak üzere maliyet düşüşü sağlayacak her türlü olasılığın ayrıntılı olarak araştırılması,
- Kamu ve özel sektörde bilgisayar sahipliğinin yaygınlaştırılması amacına yönelik kampanyalar için vergi indirimine imkan tanıyan düzenlemelerin yapılması.

Hazırlıkları devam etmekte olan ve 2006 yılı içerisinde uygulanmaya başlanacak Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planında da bilgisayar sahipliğinin artırılmasına yönelik projeler öngörülmektedir. Bu kapsamda, raporun sunduğu önerilerin özellikle kamu kurumlarının düzenleyeceği bilgisayar sahipliği kampanyalarında dikkate alınması ve gerekli çalışmaların bu yönde sürdürülmesi, özellikle ülke kaynaklarının etkin ve yerinde kullanımını açısından önem taşımaktadır.

BİLGİ TOPLUMU VE BİLGİSAYAR SAHİPLİĞİ

Bilgi toplumuna dönüşümde en önemli araçlardan birisi hiç şüphesiz kişisel bilgisayarlardır. Geçmiş yaklaşık 25 yıl geriye uzansa da, kişisel bilgisayarların kullanımında özellikle 1990'lı yılların ortalarından itibaren internetin dünya genelinde yaygınlaşmasıyla birlikte hızlı bir artış gözlenmiştir. İş dünyası ve günlük hayatta bilgiye erişimin daha önemli hale gelmesi yanında, ihtiyaç duyulan bilginin üretilmesi, depolanması ve paylaşılmasında tüm bireyler için kolay erişilebilir bir araç olarak kişisel bilgisayarlar ön plana çıkmıştır. Son kullanıcıya yönelik yazılım ve uygulamaların gelişmesi ve donanım fiyatlarının düşmesiyle, kişisel bilgisayarlar günlük yaşamın içine daha fazla girmiştir.

Ülkeler; nitelikli insan gücü yetiştirmek, rekabetçi ve bilgi tabanlı bir ekonomiye sahip olmak ve sosyal içermeyi sağlamak amacıyla, toplum genelinde bilgisayara ve bu sayede bilgi toplumunun sunduğu farklı hizmetlere erişim imkanlarını yaygınlaştırmaya çalışmaktadır. Bu çalışmalarda, ülkelerin büyüklük ve gelir düzeylerine bağlı olarak; toplu erişim merkezlerinin kurulması, devletin sübvansese ettiği kampanyalar düzenlenmesi yada farklı nitelikteki bilgisayarların geliştirilmesi gibi farklı metodlar ayrı ayrı veya birlikte kullanılabilir. Brezilya, Hindistan ve Malezya gibi gelişmekte olan ülkeler, erişim sorunlarını ortadan kaldırmak amacıyla özellikle düşük maliyetli ve açık kaynak kodlu bilgisayar projelerini desteklemekte ve ortalama maliyeti 200-250 ABD doları olan bilgisayarlar, yüksek satış rakamlarına ulaşmaktadır. Diğer taraftan özellikle gelir düzeyi yüksek Avrupa ülkelerinde, standart özelliklerdeki kişisel bilgisayarlara olan talebin, devlet tarafından uygulanan vergi indirimi, katkı payı ödemesi gibi araçlarla artırılması yaklaşımı benimsenmektedir. Farklı metodlar kullanılsa da, devletlerin bilgi toplumu hedeflerine ulaşmak amacıyla bilgisayar sahipliğinin yaygınlaştırılmasına yönelik yoğun çalışmalar yürüttüğü ortadadır.

Kişisel bilgisayara erişim imkanına sahip olamamak, sayısal uçurum kavramı içerisinde değerlendirilmektedir. “Yeşil Makina” olarak adlandırılan ve makina başına 100 ABD dolarına mal olması öngörülen “Her Çocuğa Bir Dizüstü Bilgisayar” projesi, özellikle sayısal uçurumun kapatılması amacıyla geliştirilmektedir.¹ Ticari yönü bulunmayan bu proje, ilgili devlet tarafından maliyetin üstlenilmesi ve öğrencilere bu bilgisayarların dağıtılması şeklinde

¹ Daha fazla bilgi için <http://www.laptop.org/>

yürütülmektedir.² Ayrıca, AMD tarafından geliştirilen PIC (Personal Internet Communicator) isimli ürün özellikle internet erişimi sağlayan ve temel programların kullanımına imkan veren bir cihaz olarak öğrenciler başta olmak üzere alt seviye kullanıcıları hedeflemektedir.³ Bu ürün ülkemizde de 2005 yılı içinde “minicom” markasıyla yaklaşık 500 YTL’den satışa sunulmuştur. Sayısal uçurumun önlenmesi amacıyla, bu iki girişimden başka Jhai PC⁴ ve SolarLite PC⁵ gibi girişimler de mevcuttur.

Hareket halinde kullanım, internete erişimde kablosuz teknolojilerin sağladığı imkanlar ve artan pil ömrü gibi sebeplerden dolayı taşınabilir bilgisayarlar, masaüstü bilgisayarlara göre daha fazla tercih edilmektedir. Son yıllarda, artan teknolojik kapasiteleri ile mobil iletişim cihazları da ön plana çıkmaya başlamıştır. Özellikle mobil iletişimin daha gelişmiş ve yaygın olduğu ülkelerde mobil cihazların, bilgiye erişim ve çeşitli hizmetleri kullanmada oldukça önemli bir yer tutacağı ifade edilmektedir. Ülkemizde 2005 sonu itibariyle yaklaşık 44 milyon cep telefonu abonesi bulunmaktadır. Bu oranın kişisel bilgisayar sahipliği ile kıyaslandığında çok yüksek olduğu ve nüfusun yaklaşık yarısının aktif olarak mobil iletişimden yararlandığı dikkate alındığında, mobil cihazların ülkemizin bilgi toplumuna dönüşümünde sahip olacağı vazgeçilmez yer göz ardı edilmemelidir.

Tablo 1 – Kullanılan Bilgisayar Sayısı Gelişimi– 1000 Kişi Başına (1990-2010)

	1990	1995	2000	2005	2010
ABD	192	321	628	778	932
Batı Avrupa	69	158	330	543	755
Asya-Pasifik	4.8	14.6	39	75	118
Dünya Geneli	18.6	40	87	140	201

Kaynak: Computer Industry Almanac, 2005

Yapılan bir araştırmaya göre 2004 sonu itibariyle dünya genelinde kullanımda olan yaklaşık 820 milyon kişisel bilgisayar mevcuttur.⁶ Bu sayının yaklaşık dörtte üçü toplam 15 gelişmiş ülkede yer alırken, sadece ABD’de 220 bin kişisel bilgisayar bulunmaktadır. Dizüstü bilgisayarlar toplam kullanımda olan kişisel bilgisayarlar içerisinde dörtte birlik bir pay almaktadır. Aynı çalışmaya göre, kişisel bilgisayar sayısı 2007’de 1 milyara ulaşacaktır.

² Proje kapsamındaki bilgisayarın özellikleri ve Türkiye’nin ihtiyaç ve şartlarına uygunluğu ile böyle bir projenin gerçekleşmesi durumunda kamunun yapması gerekenler konusunda ayrıca bir çalışma yapılmasına ihtiyaç vardır.

³ Daha fazla bilgi için http://50x15.amd.com/en-us/sol_tech_pic.aspx

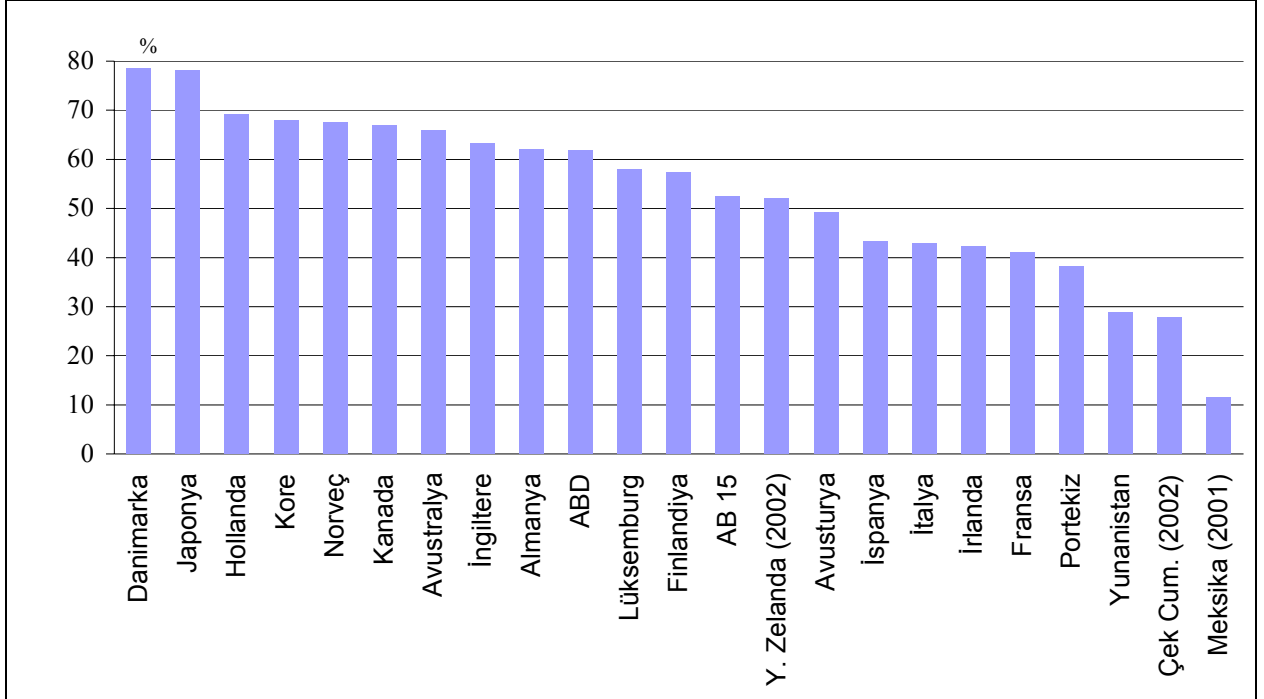
⁴ Daha fazla bilgi için http://www.jhai.org/jhai_remoteIT.htm

⁵ Daha fazla bilgi için <http://www.solarlite.org>

⁶ Computer Industry Almanac, Mart 2005, <http://www.c-i-a.com>

OECD ülkelerinde 2003 yılında hanelerdeki bilgisayar penetrasyonu aşağıdaki grafikte gösterilmiştir:

Şekil 1 – OECD Ülkelerinde Hanelerde Bilgisayar Penetrasyonu – Yüzde (2003)



Kaynak: OECD Communications Outlook, 2003

Türkiye’de Bilgisayar Sahipliği

Bilgisayar sahipliği de dahil olmak üzere, bilgi ve iletişim teknolojilerine yönelik resmi veriler Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2004 yılından itibaren üretilmeye başlanmıştır. 2004 ve 2005 yıllarına yönelik olarak açıklanan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırma sonuçları yanında, iş yerlerine yönelik olarak TÜİK tarafından yürütülen araştırmanın da 2006 yılı Nisan ayından açıklanması beklenmektedir. TÜİK’in Kasım 2005’te açıkladığı “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması 2005 Sonuçları”na göre; Türkiye’deki evlerin yüzde 97.74’ünde televizyon, yüzde 72.62’sinde cep telefonu bulunurken, bilgisayarın (kişisel, taşınabilir ve el bilgisayarı) evlere girme oranı yüzde 12.89’da kalmaktadır. Aynı gösterge Ekim 2004’te açıklanan araştırma sonuçlarına göre yüzde 10,95 düzeyindedir. Bu verilere göre, hanelerdeki bilgisayar sahipliği Haziran 2004-Haziran 2005 arasındaki 1 yıllık dönemde yüzde 17,7’lik bir artış göstermiştir.

Tablo 2 –Hanelerin Bilgisayar ve İnternet Sahipliği (2004-2005)

	2004	2005	Artış (%)
Hanelerin Bilgisayar Sahipliği	10,95	12,89	17,7
<i>Kişisel Bilgisayar</i>	<i>9,98</i>	<i>11,62</i>	<i>16,4</i>
<i>Taşınabilir Bilgisayar</i>	<i>0,85</i>	<i>1,13</i>	<i>32,9</i>
<i>El Bilgisayarı</i>	<i>0,13</i>	<i>0,14</i>	<i>7,6</i>
Hanelerin İnternet Sahipliği	7,02	8,66	23,4
Türkiye Nüfusu (Milyon)	71.608.500	72.519.500	1,3
Hane Sayısı (Milyon)	17.465.488	18.129.875	3,8

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı 2004 ve 2005 Araştırmaları

Tablo 2’de görüldüğü üzere, taşınabilir bilgisayar sayısındaki artış dikkat çekicidir. Önümüzdeki yıllarda; düşen fiyatlar, sağladığı mobilite ve kablosuz erişim imkanları dolayısıyla taşınabilir bilgisayar sayısının daha da artması beklenmektedir.

Ülkemizdeki bilgisayar satışları konusunda farklı bilgiler mevcuttur. Bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin yaptığı açıklamalarda, 2005 yılı içerisinde yaklaşık 2 milyon adet bilgisayarın satıldığı ifade edilirken ⁷, pazar araştırma şirketlerinin yaptığı çalışmalarda satış rakamlarının daha düşük olduğu görülmektedir. Farklı kaynaklardan derlenen verilerle hazırlanan aşağıdaki tablo, ülkemizdeki bilgisayar satışlarının gelişimini göstermektedir:

Tablo 3 – Türkiye’de Bilgisayar Satışları (2003-2007)

	2003	2004	2005 (T)	2006 (T)	2007 (T)
Yıllık Kişisel Bilgisayar Satışı (Adet)	641.000	931.000	1.577.000	2.035.000	2.612.000
Yıllık Artış Oranı (%)	-	45,2	69,4	29,0	28,4
Masaüstü Satışları (Adet)	503.000	710.000	1.007.000	1.350.000	1.800.000
<i>Kişisel bilgisayar satışı içindeki oranı (%)</i>	<i>78,5</i>	<i>76,3</i>	<i>63,9</i>	<i>66,3</i>	<i>68,9</i>
Dizüstü Satışları (Adet)	138.000	221.000	570.000	685.000	812.000
<i>Kişisel bilgisayar satışı içindeki oranı (%)</i>	<i>21,5</i>	<i>23,7</i>	<i>36,1</i>	<i>33,7</i>	<i>31,1</i>
Kişisel Bilgisayar Pazarı Büyüklüğü (M \$)	645	871	1.121,3	1.386	1.637

Kaynak: DPT, Sektör Firmaları

Türkiye’de mevcut kurulu bilgisayar adedi hakkında da farklı rakamlar mevcuttur. Ancak, ev, iş yeri ve toplamda kurulu bilgisayar adedi ve bin kişi başına düşen bilgisayar sayısı bakımından Türkiye dünya geneli ile kıyaslandığında oldukça gerilerde kalmaktadır. Aşağıda bu göstergelere ilişkin tablo sunulmuştur:

⁷ 2006 BT Almanağı, IT Business Weekly, Ocak 2006

Tablo 4 – Kurulu Bilgisayar Kapasitesi ve Bin Kişi Başına Bilgisayar Sayısı (2005)

	Toplam			İş Yeri			Ev		
	Kurulu PC (M)	Nüfus (M)	Bin Kişiyeye Düşen PC	Kurulu PC (M)	Çalışan Sayısı (M)	Bin Çalışanaya Düşen PC	Kurulu PC (M)	Hanehalkı (M)	Bin Kişiyeye Düşen PC
Dünya Geneli	716.2	6,323.4	113	402.8	2,806.8	144	313.4	1,540.5	203
A.B.D	230.8	294.1	785	125.3	139.1	901	105.5	111.6	946
Brezilya	18.5	179.1	103	10.3	75.5	137	8.2	52.5	156
Meksika	10.9	104.6	104	5.7	32.2	176	5.2	22.2	234
Fransa	24.1	60.1	401	11.2	25.0	449	12.9	23.4	551
Almanya	35.9	82.5	435	16.8	38.2	439	19.1	35.9	532
İtalya	14.4	58.2	247	8.2	24.4	337	6.2	20.1	308
Portekiz	1.9	10.4	185	1.1	4.6	241	0.8	3.3	246
İspanya	9.2	40.9	224	5.2	17.2	303	4.0	12.5	319
İngiltere	32.0	59.8	535	16.7	28.3	591	15.2	23.7	641
Çek Cumhuriyeti	2.0	10.2	201	1.4	4.7	306	0.6	4.1	152
Macaristan	1.5	10.0	150	1.1	3.9	280	0.4	3.7	109
Polonya	5.3	38.5	137	3.6	12.8	284	1.6	12.4	131
Rusya	13.9	142.9	98	10.8	65.0	166	3.2	51.1	62
İsrail	2.8	6.8	413	2.0	2.4	852	0.8	1.8	412
Güney Afrika	5.2	46.7	112	4.0	12.4	322	1.2	10.0	125
Türkiye *	2.9	72.5	40	2.1	21.1	100	0.8	13.9	55

Kaynak: Gartner

(*) Türkiye için nüfus verisi değiştirilerek hesaplama yapılmıştır.

Ülkemizdeki bilgisayar satışlarında, özellikle son beş yılda artış yaşanmaktadır. Bireysel talebi karşılamak için uygun vade ve ödeme koşullu kampanyaların yanı sıra, Milli Eğitim Bakanlığı'nın düzenlemiş kampanya benzeri toplu alıma yönelik uygulamalarda da artış görülmektedir. Örneğin, Ocak 2006'da Microsoft, Intel ve Türk Telekom tarafından duyurusu yapılan "İlk Bilgisayarım" kampanyası ile özellikle bilgisayarı yeni kullanmaya başlayacak kesimler hedeflenmekte ve hanelerdeki bilgisayar sahipliğinin artırılması öngörülmektedir.⁸ Kampanya detaylarının 2006 yılı ortalarında belli olacağı ifade edilmektedir.

⁸ Daha fazla bilgi için <http://www.microsoft.com/turkiye/haberler/default.msp>

BİLGİSAYAR SAHİPLİĞİNİN ARTIRILMASINDA DÜNYA ÖRNEKLERİ

Ülkeler bilgisayar sahipliğini artırmak amacıyla çeşitli programlar uygulamışlardır. Bu programların devlet tarafından yürütülen kampanyalar ve özel sektör tarafından yürütülen kampanyalar olmak üzere ikiye ayrıldığı görülmektedir.

I. Devlet Tarafından Yürütülen Kampanyalar ⁹

Devlet tarafından uygulanan kampanyalar hedef aldığı gruba yönelik yapılan çalışmalara göre tanımlanmıştır. Bu programlar şu şekilde sınıflandırılabilir:

- i. Tanıtım kampanyaları ve promosyonlar
- ii. Hedef gruba özgü ortaklarla birlikte çalışarak yürütülen kampanyalar
- iii. Devlet teşvikli kampanyalar

i. Tanıtım Kampanyaları ve Promosyonlar

Tanıtım kampanyaları ve promosyonların asıl amacı bilgisayar sahipliği konusunda toplumu bilinçlendirmektir. Özel sektörün yapmış olduğu etkili ve başarılı bilgisayar kampanyaları ön plana çıkarıldığı takdirde bu bilinçlendirme çalışmaları amacına daha kolay ulaşmaktadır. Devletin, bilgisayar penetrasyon oranını artırmak için yapılan bu tür çalışmalardaki mali katkısı çok düşük olmasına rağmen, bu projeler tüketicileri bilgisayar alımına teşvik etmekte ve şirketleri özel kampanyalar yapma konusunda tetiklemektedir.

Fransa

Fransız Hükümetinin farkındalığı artırmak için pazarlama kampanyaları yürüterek desteklediği, Vivendi Şirketinin “Çalışanlar İçin Bilgisayar Kampanyası” bu konuda iyi bir örnektir. Bunun dışında Fransız Hükümeti bilgisayar sahipliğini artırmak için büyük çaplı bir kampanya düzenlemiştir. Bu kampanya çerçevesinde 4 milyon broşür dağıtılmıştır. Bu broşürlerde kampanya için tasarlanmış logonun yanında, başlangıç seviyesindekilerin hangi konfigürasyondaki bilgisayara sahip olması gerektiği gibi bilgiler bulunmaktadır.

⁹ Bu bölümde “Enabling the Worldwide Information Society–Assessing The Impact of Government Assisted PC Programs” makalesinden yararlanılmıştır, Intel, White Paper 2005. Intel’in konuya ilişkin internet adresinden daha fazla bilgiye ulaşılabilir: <http://www.intel.com/business/bss/industry/government/gapp.htm>

ii. Hedef Gruba Özgü Ortaklarla Birlikte Çalışarak Yürütülen Kampanyalar

Bu model bilgisayar sahipliği konusunda spesifik bir gruba en fazla faydayı sağlayan modeldir. Model, toplamda bilgisayar penetrasyon oranı yüksek, ancak belli bir kesime ait bilgisayar penetrasyon oranı düşük ülkeler için uygundur. Bu modelde devlet bilgisayar penetrasyon oranını artırmak istediği hedef bir grup belirler. Daha sonra bu grup ile yakından ilişkili kuruluşlar ile işbirliğine girilerek projeler geliştirilir. Hükümetlerin bu örgütlerle birlikte çalışmalarını sayesinde potansiyel bilgisayar kullanıcıları bilgisayar yeteneklerini geliştirmeleri için teşvik edilmiş olacak ve böylece devletin küçük çaplı finansal desteğiyle bilgisayara olan talep artacaktır.

Almanya

Alman Hükümetinin, Alman Kadınlar Derneği ile ortak yürüttükleri bir projede 3 yıllık bir süre içerisinde 100.000'den fazla kadına temel internet eğitimi alma olanağı sağlanmıştır. Bu eğitimle, kadınlar bilgisayar sahipliği konusunda bilinçlendirilmiş ve hanehalkı bilgisayar penetrasyon oranını artırmaya katkı sağlanmıştır.

Fransa

Bu model için bir diğer örnek ise Fransız Hükümetinin düzenlediği “Öğrenciler İçin Bilgisayar Kampanyası”dır. Bu kampanya Fransız Eğitim Bakanlığı'nın üniversiteler, bilgisayar üreticisi firmalar, bankalar ve internet servis sağlayıcıları ile ortak çalışmalarını sonucu düzenlenmiştir. Öğrenciler bu kampanya ile standart konfigürasyonlara sahip dizüstü bilgisayarları çok uygun fiyatlarla alabilmiştir. Fransa'da 80 üniversitenin işbirliği sayesinde 2.2 milyon öğrenci bilgisayar sahibi olmuştur. Bunun yanında üniversiteler ve öğrenci yurtlarına genişbant internet erişimi sağlanmıştır.

iii. Devlet Teşvikli Kampanyalar

Bu modelde devletler bilgisayar ve çevre birimleri alımlarında vergi muafiyeti, mali yardım gibi finansal teşvikler sunarak kampanyalar düzenler. Devlet mümkün olduğunca geniş bir hedef kitle belirleyerek sadece bu hedef kitleye özel cazip teklifler sunar.

İtalya

İtalyan Hükümeti gençleri internet bağlantılı bilgisayar almaları konusunda teşvik etmek için Yenilikçilik ve Teknoloji Bakanlığı'nın desteği ile "İnternet ile Uç" kampanyası düzenlemiştir.¹⁰ Bu kampanyaya göre 16 yaşındaki bir genç internet bağlantılı bilgisayar almaya karar verdiğinde, bunun 175 Avro'su Devlet tarafından karşılanmaktadır. Üstelik bu kampanya dahilinde 16 yaşındaki gençler 18 Avro karşılığında bilgisayar kurslarına katılabilmekte ve tüm Avrupa'da geçerli ECDL Sertifikasına sahip olabilmektedir. Bu sayede 16 yaşındaki gençlere ve ailelerine 340 Avro'nun üzerinde mali fayda sağlanmaktadır. Bunun yanında düşük gelir seviyesindeki ailelere ekstra 150 Avro yardım yapılmaktadır. Bu kampanya 2003 yılında yürürlüğe giren bir kanunla başlamış ve halen devam etmektedir. 2003 yılında bu kampanyadan faydalanarak internet bağlantılı bilgisayar sahibi olan gençlerin sayısı 40.218, Bilgisayar Sertifikası alanların sayısı ise 11.000'dir. 2004 yılında bu kampanyadan faydalanarak bilgisayar sahibi olan gençlerin sayısı ise 54.421'dir.

Brezilya

Bir diğer örnek ise Brezilya Hükümetinin başlattığı "PC Conectado / İnternet Bağlantılı Bilgisayar" kampanyasıdır. Bu kampanya ile devlet bilgisayar başına 150 Dolar vergi indirimi uygulamıştır. Hükümet bu teşvikle birlikte bilgisayar fiyatlarının 509 Dolar veya daha ucuz olacağını öngörmektedir. Bu kampanya dışındaki aynı özelliklere sahip bilgisayarların fiyatı ise kampanya dahilindeki bilgisayarların fiyatının iki katı civarındadır. Tüketiciler bu bilgisayarlara 24 ay vadede, aylık 18 ile 21,80 Dolar arasındaki ödemelerle sahip olabilmektedir. Böylece gelecek üç yılda 5 milyondan daha fazla bilgisayarın ülke ekonomisine kazandırılması öngörülmektedir. Bu kampanya tasarlanırken Microsoft da bu kampanyaya dahil olmak istemiş, ancak Windows XP işletim sistemi için istenilen fiyat Hükümet tarafından kabul edilmemiştir. Bunun üzerine Microsoft firması çok daha ucuz olan Windows XPSE (*XP Starter Edition*)¹¹ işletim sistemini önermiş ancak bu işletim sisteminin özellikleri de sınırlandırılmış bulunduğu için kabul görmemiştir. Bu sebeple işletim sistemi olarak Linux kullanılmasına karar verilmiştir. Bu kampanyanın sürdürülebilirliği Brezilya Hükümetinin uyguladığı vergi teşviğinin devamına bağlıdır.

¹⁰ Daha fazla bilgi için http://www.innovazione.gov.it/eng/struttura/dipartimento/progetti_eng.shtml

¹¹ Daha fazla bilgi için <http://www.microsoft.com/presspass/newsroom/winxp/08-10WinXPStarterFS.msp>

Filipinler

Devlet teşvikli kampanyalardan bir diğeri Filipinler’de uygulanmıştır. Filipinler 80 milyonun üzerinde nüfusu olan bir ülkedir. Ülkede okuryazarlık oranı %94 olmasına rağmen halkın %40’ı yoksulluk sınırının altında ve hanelerin ancak %3 veya %4’ü bilgisayar erişimine sahiptir. 2003 yılının Eylül ayında Başbakan Arroyo “Kişisel Bilgisayarım Programı” isimli bir kampanya başlatmıştır. Ancak Hükümetin bu kampanya için ayrılan bütçenin büyük bir kısmını diğer projelere kaydırması sonucu proje beklenen faydayı sağlayamamıştır.

II. Özel Sektör Tarafından Uygulanan Kampanyalar

Bilgisayar sahipliğinin artırılması için devlet dışında özel sektörün de uyguladığı kampanyalar bulunmaktadır. Bu kampanyalar her ne kadar özel sektör tarafından tasarlanmış olsa da devlet, bu kampanyalarda piyasayı düzenleyici ve denetleyici bir rol üstlenebilmekte veya bu kampanyalara temel hazırlayacak yasal düzenlemeler yapabilmektedir. Üstelik bu kampanyalara ne kadar çok devlet desteği sağlanırsa kampanyaların başarısı o kadar artmaktadır. Bu kampanyalar özel sektörün katılımına göre iki grupta incelenebilir: Birinci grup arz tarafında yer alan bilgisayar üreticileri veya tedarikçileri iken, ikinci grup çalışanlarının evde de bilgisayar kullanmalarını amaçlayan özel sektör şirketleridir.

i. Bilgisayar Firmalarının Düzenlediği Kampanyalar ¹²

Bu kampanyalar Intel ve Microsoft gibi dünya lideri bilgi teknolojisi firmaları tarafından tasarlanabildiği gibi, çok küçük yerel bilgisayar sağlayıcı firmaların bir araya gelerek oluşturdukları konsorsiyumlar tarafından da tasarlanabilmektedir. Bu kampanyalar özel sektör tarafından organize edilmekte ve genellikle devlet tarafından desteklenmektedir. Bu da, kampanyaya olan güveni artırarak katılımı yüksek seviyelere çıkarmaktadır. Dünyada bilgisayar üreticilerinin veya tedarikçilerinin bilgisayar sahipliği ile ilgili düzenlediği bir çok kampanya vardır. Bunlardan bazıları aşağıda özetlenmiştir:

¹² Kamboçya, Laos, Birmanya, Güney Kore, Tayland, Arjantin, Şili, Meksika örneklerinde “Affordable PC Programs Help Drive PC Penetration in Emerging Markets” makalesinden faydalanılmıştır, Gartner, 20 Aralık 2005

Güney Kore

Devlet bu kampanyada koordinatör ve denetleyici bir rol üstlenmiştir. Güney Kore Hükümeti, çok sayıda küçük yerel bilgisayar üreticisini bir araya toplayarak, piyasaya düşük maliyetli tek tip bilgisayar sürmelerini sağlamıştır. Ancak, bu kampanya iki sebepten dolayı başarısız olmuştur. Birincisi, Güney Kore’de Samsung, TriGem gibi çok güçlü yerel bilgisayar üreticileri olduğu için piyasa, markasız bilgisayar alma riskini göze alamamıştır. İkinci sebep ise, kampanyalar iyi denetlenmediği için küçük bilgisayar üreticilerinin verdikleri bilgisayarların özellikleri ile daha önceden vaat ettikleri özellikler arasında tutarsızlıkların olmasıdır. Bu proje istenilen şekilde yürütülememiş, ancak sonuç olarak piyasadaki rekabeti artırarak bilgisayar fiyatlarının düşmesini sağlamıştır.

Kamboçya, Laos ve Birmanya

Intel firması bu ülkelerdeki yerel bilgisayar satıcılarıyla tek tip konfigürasyona sahip ucuz bilgisayar üretmek için birlikte çalışmışlardır. Böylece yerel bilgisayar satıcıları bilgisayar parçalarını daha ucuza temin edip, daha ucuza satabilme imkanına kavuşmuştur. Bu da, piyasadaki rekabeti artırarak bilgisayar fiyatlarının düşmesini sağlamıştır. Gartner’ın araştırmasına göre, proje kısmen başarılı olarak nitelendirilmektedir.

Tayland

Güney Kore örneğine benzer bir kampanya Tayland’da da düzenlenmiştir. Mayıs 2003 tarihinde Bilgi ve İletişim ve Teknolojileri Bakanlığı tarafından “Halk Bilgisayarı” kampanyası başlatılmıştır. Bu kampanyanın başarısı; doğru fiyatın yakalanmış olması (birçok küçük yerel bilgisayar sağlayıcısını birleştirerek), satış ve destek hizmetinin ülkenin doğru bölgelerinde verilmesi, basit ve etkili finansal teklifler sunulması ve düşük fiyatlı internet bağlantısı sağlanması gibi etkenlerden kaynaklanmaktadır. Bu kampanyanın başarısının en büyük göstergesi, kampanyaya katılmayan bilgisayar tedarikçisi firmaların da benzer tekliflerle bilgisayar satmaya başlaması olmuştur. Bu da bilgisayar satışlarını oldukça artırmıştır. Kampanyanın başarısı sonunda Microsoft firması gelişmekte olan piyasalara daha fazla önem vermiş ve Windows XPSE işletim sistemini geliştirmeye başlamıştır.

Arjantin

Bilgisayar üreticileri tarafından organize edilen bir diğer kampanya ise Arjantin'deki "İlk Bilgisayarım" kampanyasıdır. Bu kampanya Intel tarafından tasarlanmış ve Devlet tarafından başlatılmıştır. Microsoft firması da bu kampanyaya destek sağlamıştır. Bu programla çeşitli bankalarda toplam 2 milyar Dolar tutarında "finansal paket" oluşturulmuştur. Bu para, kampanyaya başvuranlar arasındaki nitelikli bilgisayar kullanıcıları için kullanılmaktadır. Kampanya çok kısa bir süre önce başlamasına rağmen başarısını ispatlamıştır. 2005 yılının üçüncü çeyreğinde satılan masaüstü bilgisayarların %10'unun (27.976 adet) bu kampanya dahilinde satıldığı tahmin edilmektedir.¹³

Şili

Şili Hükümeti de Arjantin Hükümeti'nin "İlk Bilgisayarım" kampanyasından esinlenerek Ağustos 2005'in sonlarında, Intel'in desteğinde kendi "İlk Bilgisayarım" kampanyasını başlatmıştır. Windows XPSE işletim sistemine sahip bilgisayarların fiyatları 465 Dolar olarak belirlenmiş, ödemeler ise aylık 18 Dolar'dan 36 ay vadelenmiştir. Fiyatlar, bu kampanyaya göre yüksek seviyelerde kalmış olmasına karşın satılan bilgisayar oranı oldukça yüksek olmuştur. Gartner'ın raporuna göre bu kampanya dahilinde 2005 yılının üçüncü çeyreğinde 20.000 bilgisayar satılmıştır. Bu da, ülkedeki masaüstü bilgisayar satış miktarının %10'una tekabül etmektedir.

Meksika

Meksika Hükümeti "G7 Habitat" projesi kapsamında bilgisayar sahipliği ile ilgili bir kampanya yürütmüştür. Bu kampanya devlet, yerel bankalar, Microsoft ve Intel tarafından tasarlanmıştır. Kampanya, ihtiyaç kredisinin kapsamını genişleterek düşük gelir seviyesindeki ailelerin, sıfır faiz ve çok uzun vadelerle (aylık 1 Dolar) bilgisayar sahibi olmalarını amaçlamıştır. Ancak bilgisayar ömrünün (ortalama 4-5 yıl) ödeme süresine kıyasla kısa olması sebebiyle, bu bilgisayarların yenileri ile değiştirilebilmesini engellemiştir. Ödeme süresinin 4-5 yıl gibi bir süre olmasının bu problemi ortadan kaldıracağı anlaşılmıştır.

¹³ Gartner, Dünyada Bilgisayar Satış Oranları, 2005

Hindistan

8 Ocak 2005 tarihinde Hindistan'ın ilk düşük maliyetli bilgisayar kampanyası başlatılmıştır. Bu kampanya HCL Infosystems isimli bir bilgisayar firması tarafından tasarlanmıştır. Firma, ilk defa bilgisayar kullanacak kişiler için çok temel özelliklere sahip bilgisayarların fiyatını 225 Dolar'a indirmeyi başarmıştır. Bu kampanya ile bilgisayar kullanıcılarının sayısında ciddi bir artış gözlenmiş, internet ülkede daha hızlı yayılmaya başlamıştır. Bu kampanya ilk başladığında şirketin bilgisayar piyasasındaki satış oranı %3,7 iken 15 ay içerisinde bu oran %15'e çıkmıştır. Devlet de bu kampanyanın tanıtımına öncülük etmiştir. Hindistan Hükümeti'nin hedefi, 2010'a kadar ülkedeki bilgisayar sayısını 75 milyona, internet bağlantısı sayısını ise 45 milyona çıkarmaktır.¹⁴

Malezya

15 Mart 2004 yılında Malezya Hükümeti "PC Gemilang / Mükemmel Bilgisayar" isimli bir kampanya başlattı. Kampanyanın amacı ülkedeki bilgisayar ve internet penetrasyonunu artırmak ve özellikle kırsal alanda yaşayan vatandaşlara ucuz bilgisayar ve internet bağlantısı sunmak olarak tanımlanmıştır. Bu kampanya Intel, Microsoft, TM Net, Telekom Smart School ve Malezya Telekom tarafından tasarlanmış ve devlet tarafından uygulamaya konulmuştur. Kampanya 3 tip konfigürasyona sahip bilgisayarların yanında 30 saat dial-up internet aboneliği de sunmaktadır. Linux ve Windows işletim sisteminin beraber sunulduğu kampanyada, düşük fiyatlı olması dolayısıyla Linux'lu seçenek daha fazla satılmıştır. Bu projeye 200 bayi dahil olmuş, dağıtım, kurulum, satış sonrası hizmet gibi birçok sorun bu sayede çözülmüştür.¹⁵

ii. Çalışanlar İçin Bilgisayar Sahipliği Programı

Bu programlar işverenler tarafından tanımlanan hedef bir tüketici kitlesi için düzenlenen ve devlet tarafından desteklenen programlardır. Bu hedef kitle belirli bir şirketin çalışanları olabileceği gibi spesifik bir çalışan grubu da olabilmektedir. (Öğretmen, gazeteci, vb.)

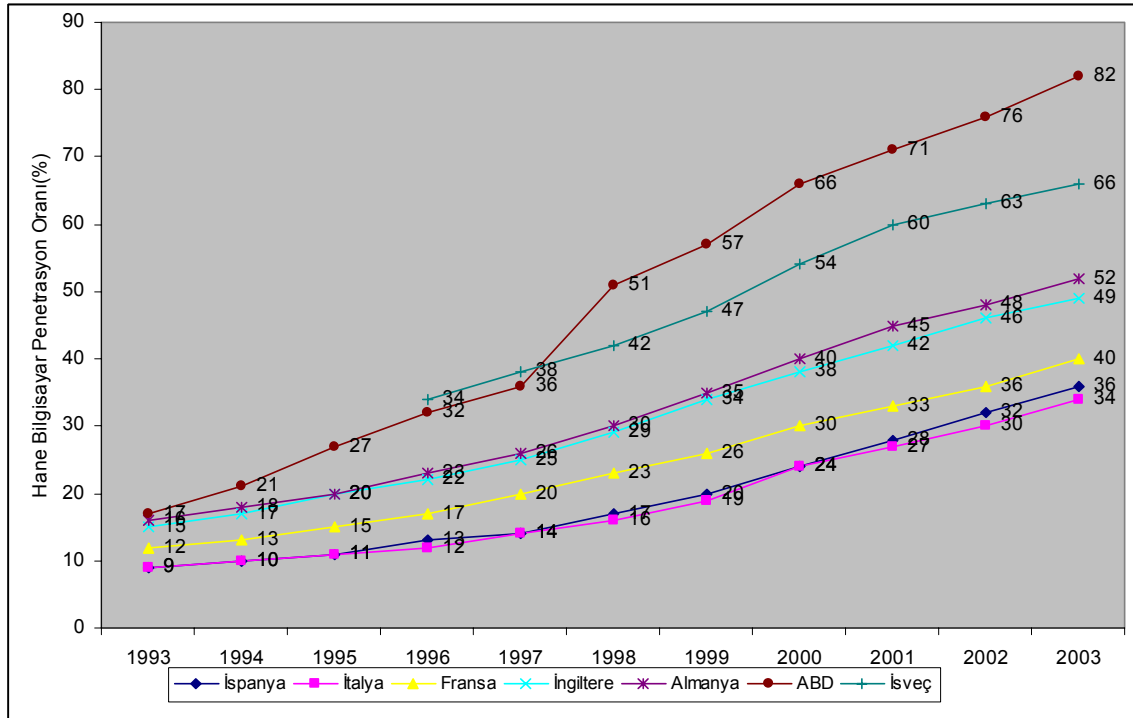
¹⁴ Daha fazla bilgi için http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/1/hi/world/south_asia/4735927.stm

¹⁵ Daha fazla bilgi için <http://www.pcgemilang.com.my/>

Bu programda, çalışanlar sadece çalıştıkları şirketin ürün veya hizmetlerinin alımında değil farklı ürün veya hizmetlerin alımında da indirimlerden faydalanabilmektedir. Bu projede dört ana paydaş bulunmaktadır: Tüketiciler, işverenler, tedarikçiler ve devlet. Tüketiciler, bu projeden faydalanan çalışanlardır. İşverenler, çalışanlarına bu indirimleri sağlayacak olan şirket veya kamu kurumlarıdır. Tedarikçiler, şirketin çalışanları için satın alacağı ürünleri sağlayan şirket ya da şirketlerdir. Devlet ise bu projede bilgisayar sahipliğini artırmak için kamu politikaları üreten bir rol üstlenmiştir.

Aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi bu düzenlemeyi temel alarak kampanyalar hazırlayan özellikle Avrupa’da birçok ülke bilgisayar sahipliği oranlarını oldukça artırmıştır.

Şekil 2 – Avrupa Ülkelerinde Bilgisayar Sahipliği – Yüzde (1993-2003)



Kaynak: Intel, Veronis Suhler US Internet Forecasts, Booz Allen Hamilton Analysis

“Çalışanlar İçin Bilgisayar Sahipliği Programı”nı temel alarak oldukça başarılı kampanyalar düzenleyen ülkeler arasında İsveç, İngiltere ve Norveç bulunmaktadır.

İsveç

İsveç evlerde bilgisayar penetrasyon oranı bakımından dünyada en ileri ülkedir. (2003 yılında %82) Bunun ana sebebi 1998 yılında yapılan “PC Vergi Reformu”dur. Bu reform ile “Çalışanlar İçin Bilgisayar Sahipliği Programı”nın altyapısı oluşturulmuştur. İlk grup bilgisayar alımları 1998 yılında gerçekleşmiştir ve yapılan bu ilk kampanya sayesinde 1997 ile 1998 yılları arasında evinde bilgisayarı olan çalışanların oranı %48’den %67’ye yükselmiştir. Bir sonraki kampanya hala devam etmektedir.

Şirketler bu kampanyalarda aktif bir rol almaktadır. Şirketler çalışanlarına evde kullanmaları için teklif edecekleri bilgisayarları satın alırken vergi teşviklerinden istifade etmektedirler. Aynı şekilde çalışanlar da bu bilgisayarları satın alırken vergi ödememektedirler. Ayrıca çalışanların borçları devlet garantisi altına alındığından, bu finansmanın hiçbir riski olmadığını gören bankalar projenin finansmanını karşılamakta istekli olmaktadır.

Çalışanlar bu bilgisayarlar için işverenlerine aylık ödemeler yapmaktadır. Bu ödemeler genellikle 3 yıllık bir sürede her ay çalışanların maaşlarından kesilerek yapılmaktadır. Çalışanların bu kampanyadan kazançları yerel vergi ve maaş seviyelerine bağlı olarak %28 ile %56 arasında değişmektedir. (İsveç’te gelir vergilerinin %50-60’ı yüksek seviyelerdedir.)

Mesleği ne olursa olsun sürekli bir işi olan herkes bu projeye dahil edilmiştir. Bu projeden yararlanacak çalışanlar, işi için evde bilgisayar bulunması gereken kişilerle de sınırlı değildir.

İsveç’teki “Çalışanlar İçin Bilgisayar Sahipliği Programı” ilgili taraflara faydaları şu şekilde özetlenebilir:

- Çalışanların kişisel bilgisayarları çok daha ucuza alma imkanına kavuşması,
- Şirketlerin bu projenin olumlu yan etkilerinden faydalanmaları (personelin yüksek bilgi teknolojisi okuryazarlığı, evde çalışma imkanı, bilgisayardaki indirim ekstra bir maaş artışı gibi algılandığından ücret artışı hususundaki talebin azalması, vb.),
- Bankaların bunu düşük riskli bir yatırım olarak gördükleri için finansmanını karşılamaları,
- Devletin bilgisayar sahipliğini ve bilgi teknolojisi okuryazarlığını artırmak gibi hedeflerini gerçekleştirmesi.

Kampanyanın içinde bilgisayar kullanmayan çalışanları da kapsamaması nedeniyle, bilgisayara yatırım yapmayı düşünmeyen büyük bir grup çalışan da bilgisayar alma fırsatına sahip olmuştur. Bu da teknolojiden uzak kesimle teknolojiyi yakından takip eden kesim arasındaki uçurumu ortadan kaldırmada önemli bir rol oynamıştır. Bu projenin çalışanlara sağladığı mali fayda oldukça büyüktür, çünkü İsveç'te gelir vergisi oranı %50-60, KDV oranı ise %23 tür.

İngiltere

İngiltere'de "Çalışanlar İçin Bilgisayar Sahipliği Programı" 1999 yılında başlatılmıştır. İngiltere Hükümeti 1999 yılında çıkardığı Finans Kanunu ile şirketlere, çalışanları için satın alacakları bilgisayarlarda vergi muafiyeti uygulama imkanı sağlamıştır. Çalışanlar da bu vergi muafiyetinden yararlanarak şirketlerinden bilgisayar satın alabilmektedirler.

Çalışanlar bu kampanyadan faydalanmak için işverenleri ile bir sözleşme yapar. Bu sözleşme uyarınca genellikle 3 yıllık bir süre için çalışanlar maaşlarının belli bir kısmından feragat ederek aldığı bilgisayarın taksitlerini ödemiş olur. İngiltere mevzuatına göre maaş fedakarlığı olgusu Vergi Kanunu dahilinde değil İş Kanunu kapsamında değerlendirilmektedir. Bu bağlamda çalışanların maaşlarından kesinti yapılmış olmayacak, çalışanlar daha düşük bir maaşla çalışmayı kabul etmiş olacaktırlar.

Her büyüklükteki kamu, özel, tüzel kuruluşların işverenleri bu kampanyaya katılarak vergi muafiyetinden yararlanabilmektedir. Kurumlar bu kampanya çerçevesinde satın aldıkları bilgisayarları isteyen tüm çalışanlarına satmak zorunda değildir. Kurumlar hangi grup çalışanlarına bu kampanya dahilinde bilgisayar satacağına kendileri karar vermektedir.

Kamu kurumları muhtemel bilgisayar sağlayıcılarını Devlet İhale Kurumu aracılığıyla ya da kendilerine özel bir ihale usulüyle belirleyebilir veya mevcut bilgi teknolojisi sağlayıcıları ile çalışabilirler. Kurumlar bu kampanya dahilinde alacakları her bilgisayar için en fazla 500 Sterlin kazançlı olacaktırlar, çünkü bu vergi muafiyeti, değeri en fazla 2500 Sterline kadar olan bilgisayar ve çevre birimleri için geçerlidir.

Bu kampanya sadece bilgisayar alımlarını değil, yazıcılar, tarayıcılar, modemler, diskler ve çevre birimlerini de kapsamaktadır.

Norveç

“Çalışanlar İçin Bilgisayar Sahipliği Programı”nı uygulayan bir diğer ülke ise Norveç’tir. Norveç bu programı 1997 yılından beri uygulamaktadır. Çalışanlar, maaşlarındaki belirli bir miktar kesinti karşılığında ister bilgisayar kiralayabilmekte, isterlerse satın alabilmektedirler. Bu program dahilinde herhangi bir marka kısıtlaması yoktur. Program Norveç’te çok başarılı olmuştur. Bunun ana sebebi ülkedeki yüksek vergi maliyetlerinden dolayı kampanya dahilindeki bilgisayarlar fiyatlarının piyasadaki perakende satış fiyatına göre yarı yarıya düşük olmasıdır.

Suudi Arabistan

İsveç, İngiltere ve Norveç dışında “Çalışanlar İçin Bilgisayar Sahipliği Programı”nı uygulayan bir diğer ülke ise Suudi Arabistan’dır.

Suudi Arabistan 2004 yılının Mart ayında İngiltere örneğindeki gibi “Evlere Bilgisayar Kampanyası” başlatmıştır. Bu kampanya sonunda gelecek beş yılda bilgisayar sahibi hane sayısının 1 milyon hane artırılması öngörülmektedir.

TÜRKİYEDE YÜRÜTÜLEN KAMPANYALAR

I. “Öğretmenlere Dizüstü Bilgisayar” Kampanyası

a) Genel Kapsam

Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından öğretmenlerin bilgi teknolojilerini öğrenmeleri, bu teknolojileri eğitime entegre edebilmeleri, dünyadaki gelişmelerden haberdar olabilmeleri ve öğrencilere bilgi teknolojileri konusunda rehberlik edebilmeleri için zaman ve mekan kısıtı olmaksızın bilgisayar ve internetten faydalanmalarını sağlamak amacıyla “Her Öğretmene Dizüstü Bilgisayar” kampanyası düzenlenmiştir. Kampanya 1 Nisan 2005 ile 1 Eylül 2005 tarihleri arasında uygulanmıştır.

Vakıfbank ile Milli Eğitim Bakanlığı arasında yapılan protokol çerçevesinde, öğretmenlerin bütçelerine uyabilecek iki farklı konfigürasyonun belirlenmesi ve kampanya kapsamında uygulanacak düşük vade farkı imkanı ile kefil ihtiyacı olmadan ve çek/senet imzalamadan kredilendirme imkanının tanınması kararlaştırılmıştır. Ödemeler için 12, 18, 24, 36 ve 48 aya kadar vade seçeneği sunulmuş ve tüm vadelerde aylık % 1,6 faiz oranı uygulanmıştır. Üst kredi limiti, dizüstü bilgisayarların KDV dahil ABD doları fiyatı ile sınırlı olmuş ve krediler aylık eşit taksitler şeklinde TL olarak kullanılmıştır. Vakıfbank şubelerine yapılan nihai kredi talebinde kredi başvurusunda talep edilen evraka ilave olarak, kişinin kampanya kapsamında tanımlanan gruba dahil olduğunu gösterir resmi belge istenmiştir. Bu kampanya dahilinde dosya, istihbarat ve haberleşme masrafı alınmamış ve hayat sigortası zorunluluğu da aranmamıştır.

Kampanyadan, Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı tüm öğretmenler, üniversitelerdeki tüm öğretim görevlileri, özel öğretim kurumlarındaki tüm öğretmenler, Milli Eğitim Bakanlığı merkez ve taşra teşkilatındaki genel idare, teknik ve yardımcı hizmetler grubundaki tüm personel ve bu dört gruptan emekli tüm öğretmen / akademik personel ile genel idare / teknik / yardımcı hizmetler personelinin faydalanması hedeflenmiş ve bu kişilere taksitli ihtiyaç kredisi kullanılması imkanı getirilmiştir.

b) Teknik Çalışma

Milli Eğitim Bakanlığı tarafından geliştirilen projede, protokolün imzalanmasını takiben Vakıfbank tarafından iki farklı konfigürasyon belirlenmiş ve teknik şartname hazırlanmıştır.

Tedarikçi firmalar, Vakıfbank tarafından düzenlenen açık eksiltme ihalesine davet edilmiştir. Milli Eğitim Bakanlığı temsilcilerinin de yer aldığı ihale komisyonu tarafından yürütülen ihale sonrası, iki farklı konfigürasyonu, iki farklı firma / iş ortaklığı kazanmıştır. İhaleyi kazanan firmalar ve konfigürasyonları şu şekildedir:

1. Konfigürasyon:

TNB Bilgisayar Sistemleri A.Ş. firmasınınca satışı gerçekleştirilen “Toshiba Satellite” marka ve model dizüstü bilgisayarın satış fiyatı **900 ABD doları + % 18 KDV (toplam 1062 ABD doları)** olmuştur.

Tablo 5 –Öğretmenlere Dizüstü Bilgisayar Kampanyası – 1. Konfigürasyon

İşlemci	Intel Centrino Mobile Technology – Pentium M Processor 725 1.60 Ghz (DOTHAN), 400 MHz FSB – 2 MB L2 Cache, INTEL 855 GME chipset
Hafıza	256 MB DDR RAM
Harddisk	40 GB S.M.A.R.T. Harddisk
Ekran	15” XGA TFT Ekran
Sürücüler	CD-RW / DVD-ROM
Ses sistemi	TOSHIBA Bass Enhanced Sound System, 16 bit stereo, SRS TRUSURROUND ses sistemi, Stereo hoparlörler
Ara birim	DC-in, External monitor, RJ-11 RJ-45, TV-out (s-video), External mikrofon, Kulaklık çıkışı, 3*USB 2.0
Klavye/Mouse	TR Klavye / Touch Pad mouse
PCMCIA	1*PC card type II
İletişim	Uluslararası 56K V.90 yax/modem, V92 ready 10/100 Base-TX Ethernet LAN
Kablosuz İletişim	Entegre Wireless LAN (b/g)
Pil	LI-ION
Boyut/Ağırlık	2.7 kg
İşletim Sistemi	MS WINDOWS XP HE (TR)
Beraberinde verilen aksesuar	Taşıma çantası
Garanti Süresi	3 yıl

Kaynak: Milli Eğitim Bakanlığı

2. Konfigürasyon:

Casper Bilgisayar Sistemleri A.Ş. - Data Teknik Bilgisayar Sistemleri Ticaret ve Sanayi A.Ş. - Sentim Bilişim Teknolojileri A.Ş. firmalarınca (üç firma iş ortaklığı oluşturmuştur) satışı gerçekleştirilen “Casper Prestige”, “Exper Active” ve “KRN Mobilus” marka ve model

dizüstü bilgisayarların (her üçünün de teknik özellikleri aynı olmak üzere) satış fiyatı, **734\$ + % 18 KDV (toplam 866 ABD doları)** olmuştur.

Tablo 6 –Öğretmenlere Dizüstü Bilgisayar Kampanyası – 2. Konfigürasyon

İşlemci	1.5 GHZ Intel Mobil Celeron İşlemci
RAM	256 MB RAM
Harddisk	40 GB HDD
Optik Sürücü 1	Combo CD (DVD / CD-RW)
Optik Sürücü 2	Yok
Ekran	15” LCD ekran
Modem	Entegre 56 Kbps Modem
Ethernet	Entegre 10/100
Disket Sürücü	Yok
Klavye	Türkçe Klavye
Mouse	Touchpad
İşletim Sistemi	MS Windows XP Home Türkçe
Wireless	Mini PCI slot üzerinde wireless ağ kartı
Diğer	Notebook çantası
Garanti Süresi	3 yıl

Kaynak: Milli Eğitim Bakanlığı

Vakıfbank ile ihaleyi kazanan firmalar arasında imzalanan protokol gereği, yukarıda belirtilen fiyatlar firmalarca garanti edilmiş olup, kampanya süresince dizüstü bilgisayarların fiyatının ABD doları bazında alıcı aleyhine değiştirilemeyeceği, kampanya ürününe alıcı tarafından yapılmak istenen “upgrade” için de fiyatların belirlenen fiyat listesinden farklı olamayacağı ve kampanya kapsamında alınan bilgisayarın azami 45 gün içinde müşterinin bildirdiği adrese yapılarak kurulumunun tamamlanacağı taahhüt altına alınmıştır.

c) Uygulama

Kampanyadan faydalanmak üzere istekliler Vakıfbank şubelerine başvuru yapmışlardır. Bilgisayar kampanyasının tanıtımı için medyaya yönelik reklam kampanyaları düzenlenmemiş ve Vakıfbank şubelerine kampanyayı açıklayan broşürler konulmuştur. Ayrıca, Milli Eğitim Bakanlığı'nın okullara yaptığı duyurular etkili olmuştur.

Satılan bilgisayarların kurulumu tamamlanıncaya kadar tüm süreç Vakıfbank tarafından izlenmiş ve kurulum sonrasında firmaya ödeme yapılmıştır. Kampanya satışlarının % 80'i ilk 2 ay içinde gerçekleşmiştir. Kampanya satışları ve ödeme şekillerine ilişkin ayrıntılı bilgi aşağıda, illere göre satış rakamları ise Ek - 2'de sunulmaktadır.

Tablo 7 –Öğretmenlere Dizüstü Bilgisayar Kampanyası – Satışlar

	Satış Adedi	Yüzde Dağılım
TOSHIBA (TNB)	80.075	% 95
SENTIM-DATATEKNİK-CASPER	3.894	% 5
TOPLAM	83.969	100

Kaynak: Vakıfbank

Tablo 8 –Öğretmenlere Dizüstü Bilgisayar Kampanyası – Ödeme Şekli

	Peşin	Kredi kartı taksitlendirme	Tüketici kredisi
TOSHIBA (TNB)	14.682	640	64.753
SENTIM- DATATEKNİK-CASPER	987	12	2.895
TOPLAM	15.669	652	67.648
Yüzde Dağılım	% 19	% 1	% 80

Kaynak: Vakıfbank

Diğer seçeneğe göre yaklaşık % 23 daha pahalı olmasına rağmen “Toshiba Satellite” ürününün satışı toplam satışların % 95’ini oluşturmaktadır. Ödeme şeklinde ise tüketici kredisi kullanımı ön plana çıkmaktadır. Kampanyada sağlanan uygun kredi koşulları ile daha pahalı olan alternatif çoğunlukla seçilmiştir. 15 Şubat 2006 tarihi itibariyle, tüketici kredisi kullanan 1.853 kişi, toplam 4.780 taksiti aksatmış durumdadır.

d) Kampanya Değerlendirmesi

- 1- Kampanyada Vakıfbank tarafından 3 aylık (tr.net) ücretsiz internet paketi sağlanmıştır. Bilgisayar kampanyasının başarıya ulaşmasında sağlanan kısa dönemli ücretsiz internet erişim paketleri önemli rol oynamaktadır.
- 2- Toshiba firmasının, Türkiye ana bayisini devre dışı bırakarak ihaleye bizzat katılması fiyatların düşmesinde etkili olmuştur. Bu kampanyanın uygulanması sırasında benzer kampanyalar başka bankalar tarafından düzenlenmiş, ancak fiyatlar istenilen seviyelere düşmemiş ve bu kampanyalarda başarı sağlanamamıştır.
- 3- Milli Eğitim Bakanlığı ile Maliye Bakanlığı arasında vergi indirimi sağlanması konusunda görüşmeler yapılmış, ancak olumlu bir sonuç elde edilememiştir. Eğer KDV’de bir indirim sağlanmış olsaydı, kampanyanın daha büyük ilgi göreceği ifade edilmektedir.
- 4- Kampanyanın belirli bir hedef kitleye yönelik düzenlenmiş olması başarıyı artırmıştır.

- 5- Öğretmenlere yönelik bu kampanyada, öğretmenlerin kendi yakınları adına veya üçüncü şahıslara devretmek üzere başvuru yaptıkları yönünde eleştiriler olmuştur. Özel bir tedbir öngörülmediği müddetçe, hedef kitlelere yönelik kampanyalarda, başkasının hakkından yararlanma her zaman olabilmektedir.
- 6- Kampanyada birden fazla markanın olması rekabeti artırdığından, bilgisayar alıcısı açısından olumlu bir ortam yaratılmış olmaktadır.

II. KOSGEB e-KOBİ Bilişim Kredisi Desteği

a) Genel Kapsam

Türkiye'deki KOBİ'lerin dünya ortalamalarına göre düşük olan bilgi ve iletişim altyapılarının güçlendirilerek dünya standartlarını yakalamaları, verimlilik, rekabet gücü, ekonomik güç, elektronik ticaret, ihracat ve işbirlikleri konularında ölçülebilir atılım yapmalarına yönelik teşvik edilmeleri ve rekabetçi e-KOBİ'LER haline getirilmeleri amacıyla, KOSGEB tarafından, Türk Telekom'un proje ortağı olarak yer aldığı "e-KOBİ Bilişim Kredisi Desteği Projesi" geliştirilmiştir. Bu projeden, KOSGEB tarafından saha taramasıyla takibe alınan ve KOSGEB veritabanında bulunan 51.000 KOBİ'nin yararlanması ve projenin 6 aylık bir süre zarfında uygulanması planlanmaktadır. Proje 2006 yılı içerisinde başlatılacaktır.

Türkiye'de KOBİ'lerin bilişim teknolojilerini ve e-Dönüşüm çerçevesinde internet tabanlı e- hizmet kullanımlarını artırmaya yönelik proje kapsamında:

- KOBİ'lerin Bilgisayar (Masaüstü veya Dizüstü), çeşitli donanım, çevre birimleri, ağ (LAN, WAN), güvenlik, UPS, yazılım ve eğitim ihtiyaçlarında kullanmak üzere anlaşma sağlanan bankadan sıfır faizli kredi kullanması,
- Kullanılan kredinin faiz tutarının KOSGEB tarafından ödenmesi,
- KOBİ'nin kullandığı kredinin anapara ödemesinin 24 ay olması,
- KOBİ'nin alımı yaptığı firmadan aldığı ürünlere yönelik eğitim alması,
- Ayrıca KOSGEB tarafından hazırlanan eğitim amaçlı yazılı ve sayısal dokümanlar aracılığıyla özellikle bilgisayar, internet ve e-ticaret konusunda KOBİ'lerin eğitilmesi amaçlanmaktadır.

Proje çalışmaları, 04.05.2004 tarih ve 2004/713 sayılı Bakanlar Kurulu'nun "Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin Geliştirilmesi ve Desteklenmesi Amacıyla KOSGEB Tarafından

Uygun Koşullarda Finansal Destek Sağlanması Hakkında Karar"ı çerçevesinde, KOSGEB İcra Komitesinin 2004-54'nolu Kararı ile başlamıştır.

b) Teknik Çalışma

Projenin tarafları KOSGEB, Ana Sponsorlar, Katalog Tedarikçileri, Banka ve Türk Telekomdur.

KOSGEB

İlk olarak 2004 yılında KOSGEB'in Yazılım Sektör Kurulunda fikir olarak ortaya atılan proje, ana hatları KOSGEB tarafından belirlenerek özel sektör desteğiyle hazırlanmıştır. Proje kapsamında uygulama ve izlemenin gerçekleştirileceği, KOSGEB tarafından sunumu yapılacak bir portalin oluşturulması ve portalde proje ile ilgili bilgilerin yanısıra KOBİ'ler için alımı yapılacak ürün ve hizmetler hakkında fiyat bilgilendirmesinin yapılması planlanmıştır.

Türk Telekom

Proje kapsamında KOBİ'lerin işyerlerine alacakları bilgisayarlarda internet bağlantısının olması amacıyla projeye Türk Telekom da dahil edilmiştir. Türk Telekom tarafından bağlantı ücreti alınmaksızın 1 ay ücretsiz ADSL hizmeti sağlanacak, KOBİ'nin 1 yıllık ADSL aboneliği olması halinde ise Türk Telekom tarafından modem cihazı da verilecektir.

Katalog Tedarikçileri

Projenin diğer önemli katılımcıları KOBİ'lerin yapacağı bilgi ve iletişim teknolojisi yatırımlarında arz tarafında olacak bayiler, projede kullanılan isimleriyle katalog tedarikçileridir. Bu tedarikçilerin belirlenmesi amacı ile tedarikçilerde aranan özelliklerin belirlendiği bir metin KOSGEB ve özel sektörün beraber çalışması ile hazırlanmış ve KOSGEB tarafından duyurulmuştur. Bu duyuruda yer alan katalog tedarikçisi seçim kriterleri kısaca şu şekildedir:

- Önerilecek katalog ürünlerinin tamamının üreticisi, yetkili dağıtıcısı veya kampanya amaçlı üreticisi tarafından yetkilendirilmiş tedarikçisi olmak,
- Donanım ürünleri için; ürünleri oluşturan parçaların yetkili dağıtıcılar tarafından sağlanmasını taahhüt etmek, marka tescili yaptırmış olmak, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı onaylı Garanti Belgesi'ne sahip olmak, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Satış Sonrası Hizmet Yeterlilik Belgesine sahip olmak, TSE İmalat Yeterlilik Belgesi veya

uluslararası geçerliliği olan eşdeğer belgeye sahip olmak, TES kalite uygunluğunu sağlamak, CE belgesine sahip olmak,

- 40.000 KOBİ'ye kısa süre içerisinde yeterli tedariki ve sonrasında desteği sağlamak amacıyla yıllık en az 10.000 PC üretimi, satışı ve kurulumunu yapmış olmak veya kapasite raporu ile belgelemek,
- 81 ilde kurulum yapabilecek bayi ve/veya servis ağına KOSGEB ve Türk Telekom tarafından onaylanmasına ve bu listenin KOSGEB tarafından yayınlanmasına izin vermek,
- Satış sonrası destek amaçlı çağrı merkezi hizmetini sunmak,
- Tüm ürünler için 2 yıl garanti ve ürünün teknik desteği konusunda minimum 3 yıl yedek parça garantisi vermek,
- Türkiye çapında 7 bölgenin her birinde en az bir adet yetkili Servis Ağı ve TSE Hizmet Yeri Yeterlilik Belgesine sahip olmak,
- Proje süresince bu kampanyanın etkisini azaltabilecek başka promosyonlar, kampanyalar ve bu kapsamda değerlendirilebilecek iletişimlerden uzak durmak,
- Proje kapsamında sunulan konfigürasyona yönelik fiyatlarını, proje dışında satışa dönüşen fiyatlarından düşük tutmak,
- Kampanya kapsamında KOSGEB tarafından belirtilen özelliklere sahip katalog ürünlerini teklif etmek.

Görüldüğü gibi projenin KOBİ'ler tarafından talep görmesi için belirlenen tedarikçi firmaların KOBİ'lere uygulayacakları fiyatları, piyasa için belirledikleri fiyatlardan mutlaka düşük tutmaları şartı konulmuştur. Bu duyuruya istinaden başvuruda bulunan tedarikçi adayları Türk Telekom ile KOSGEB tarafından oluşturulan komisyon tarafından bu kriterler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucunda aşağıdaki 5 tedarikçinin kriterleri karşıladığı tespit edilmiştir. Kampanya kapsamında bu tedarikçilerin dışında firma yer almayacaktır:

Casper, Beko, DataTeknik (Exper), Meteksan Infronic (Dell), ArıTech Penta Bilgisayar (SNC)

Katalog Tedarikçileri KOBİ'lere sundukları anahtar teslim çözümlerinin KOBİ'lere tanıtımından, uygun çözümün belirlenmesinden ve kurulumun tamamlanmasından sorumlu olacaklardır. Katalog tedarikçilerinin istedikleri takdirde kendi teknik servisleriyle kurulumu gerçekleştirebileceklerini göstermeleri için teknik servis kurulumları tamamlama ve eğitim verme kapasitelerini KOSGEB ve Türk Telekom tarafından oluşturulan komisyona sunmaları

istenmiştir. Ayrıca, seçilen tedarikçilerin uygulama sürecinde neden oldukları aksamlar ile ilgili olarak cezayı öngören ve tanımlayan şartlar da getirilmiştir.

Ana Sponsorlar

Kampanya kapsamında yer alan diğer katılımcı grubu, kampanyanın reklam ve tanıtımı için finansman sağlayacak olan firmalardan oluşmaktadır. Burada yer alan firmalar, kendi reklam bütçelerinin bir kısmını bu kampanyaya kaydıracaklar ve bir reklam ajansı aracılığıyla projenin her türlü reklam ve tanıtımını yaptıracaklardır. Ana sponsor firmaların seçimi için de KOSGEB tarafından bir duyuru yapılmış ve sponsor olacak firmalarda kısaca aşağıdaki kriterler aranmıştır:

- En az 130.000 YTL bütçe ile proje faaliyetlerini desteklemek,
- KOSGEB'in projenin ihtiyaçları ve sponsorların faaliyet alanları doğrultusunda duyduğu desteği sağlamak,
- Proje portalinin kurulması için gerekli ürün ve hizmetleri vermek,
- Proje kapsamında internet hizmetleri için gerekli ürün ve hizmetleri sağlamak,
- Lojistik destek sağlamak,
- Projenin duyuru, bilgilendirme, eğitim araçlarının hazırlanması ve basılmasında gerekli destekleri sağlamak,
- Giriş seviyesinde bilgisayar kullanımına yönelik, bilgisayar üzerinde çalışan eğitimleri sağlamak,
- Türkiye geneline ulaşabilecek çağrı merkezi ve bayi yapısına sahip olmak,
- Katalog Tedarikçisi olmamak, projedeki katalog tedarikçilerine pazarlama fonu sağlayabilmek,
- Türkiye'de faaliyetlerini düzenleyen kayıtlı bir şirket ya da hukuki izinleri alınarak açılmış ofisi olmak.

Başvuruda bulunan firmalar, Türk Telekom ve KOSGEB tarafından oluşturulan Komisyon tarafından incelenmiş, Türkiye veya diğer ülkelerde benzer proje deneyimine sahip olanların öncelikle tercih edildiği bu inceleme sonucunda, ana sponsorlar belirlenmiştir:

Microsoft, Intel, Yurtiçi Kargo, Cisco Systems

Banka

Proje kapsamındaki ilgili son taraf, KOBİ'lere krediyi sağlayacak olan ve teklif getiren üç kamu bankası arasında en düşük kredi faizi teklifini veren banka olacaktır.

c) Uygulama

Henüz uygulamaya geçmeyen projenin planlanan uygulama süreci, destekten faydalanmak isteyen KOBİ'nin bankaya başvurması ile başlayacaktır. KOSGEB tarafından KOBİ'ler teknik altyapılarına göre 4 kategoride ele alınmaktadır. KOBİ'ler projeden faydalanmak istedikleri anda portal üstünden yapılacak anket ile KOBİ'nin mevcut altyapısı ve buna paralel olarak daha önceden KOSGEB tarafından özellikleri belirlenmiş kategoriden hangisinde kapsandığı belirlenmiş olacaktır. A, B, C ve D olarak adlandırılan kategoriler için proje kapsamında kullanılacak sıfır faizli kredinin üst limiti sırasıyla 25.000 YTL, 15.000 YTL, 7.500 YTL ve 2.000 YTL'dir. KOBİ'ler ait oldukları kategorinin üst limitinden daha yüksek miktarda kredi çekmek isterlerse, kategorilerinin sağladığı üst limitten fazla olan kısım için istenecek faiz tutarı KOBİ'nin kendisi tarafından ödenecektir.

Projeden faydalanmak isteyen KOBİ bankaya kredi için başvuracak ve banka tarafından yapılacak kredibilite çalışması sonrasında başvurusu onaylanırsa, portalden ait olduğu kategori ve bu kategori üst limit bilgisini de edinerek en yakın bayiye yönlendirilecektir. Eğer KOBİ internet bağlantısına sahip değil veya internet kullanamıyor ise, portal üstünden başvurusunu yapmak üzere KOSGEB merkezlerine veya projede yer alan herhangi bir tedarikçinin bayisine başvuracaktır. KOBİ, ihtiyaçları doğrultusunda bayilerden teklifler alacak, uygun bulduğu teklifi veren bayii ile iletişime geçerek ürünlerin kurulumunu isteyecektir. KOBİ'nin istediği ürünlerin teslimi ve kurulumu tamamlandıktan sonra, bayi portal üzerinden veritabanına teslimatı kaydedecek, KOBİ'ye verilecek eğitimin de ardından KOSGEB Hizmet Merkezi tarafından kurulum yerinde görülerek onaylanacaktır. KOBİ portalden kaydedilen bilgilerle banka şubesine giderek kredi işlemlerini başlatacak ve banka portal üzerinden KOBİ'nin teklifini onaylayarak veritabanına işleyecektir. KOSGEB tarafından üçer aylık dönemlerde KOBİ'lere doldurtulan stratejik yol haritası planı ile desteklerin sonuçları ölçülmektedir. Sıfır faizli kredi desteğinin KOBİ'lere sağladığı kazancın da bu planlar ile ölçülmesi düşünülmektedir.

Projenin, Nisan 2006 içerisinde uygulamaya geçmesi beklenmektedir. Projenin bir başlangıç olacağı, ilk etapta sonra bankalar ve KOBİ'ler arasında benzer kampanyaların devam edebileceği düşünülmektedir.

d) Kampanya Değerlendirmesi

- 1- Kampanya ortağı Türk Telekom'un "ücretsiz internet ve kurulum" önerisi, Telekomünikasyon Kurumu tarafından, diğer internet servis sağlayıcıların tekliflerinin de alınması gerektiği için rekabete aykırı bulunmuş ve bu durum proje sürecini uzatmıştır. Bu tür kampanyalarda hem kampanyanın hayata geçirilebilmesinde süreci uzatan aksamaların olmaması, hem de internet erişiminde rekabetin sağlanması için ön hazırlıkların yapılması önemlidir.
- 2- Yurtdışı firmalar kampanyaya katılırken, anlaşmazlıklar halinde Türk yasalarına tabii olacakları konusuna itiraz edebilmektedirler.
- 3- Projeler veya kampanyalar tasarlanırken, bu projelerin hazırlanma süreci ve satış sonrası güncelleme, eğitim ve bakım gibi hizmetler göz önüne alınarak özel sektör desteğinin sağlanması ve özel sektör ile ilişkilerin belli bir çerçeveye oturtulması gerekmektedir.

III. Kamu Kurumlarınca Elemanlarına Dizüstü Bilgisayar Verilmesi

Tam olarak sahiplik sağlamamakla birlikte, özellikle kamu kurumlarında bilgisayar kullanımının artmasında karşılaşılan bir diğer uygulama, bazı kamu kurumları tarafından personeline görevlerinin bir gereği olarak taşınabilir bilgisayar verilmesidir. Bazı Teftiş Kurulları'nda da görülen bu uygulamanın iki örneği aşağıda özetlenmiştir:

Adalet Bakanlığı

Yargıda kaliteli hizmet sunmak amacıyla, tüm yargı birimlerini kapsayan otomasyonu ve dış birimlerle entegrasyonu sağlamak üzere geliştirilen Ulusal Yargı Ağı Projesi (UYAP) kullanıcılarından, Adalet Bakanlığı'nda görevli hakim ve Cumhuriyet savcılarının tümüne dizüstü bilgisayar verilmiştir. Bu kapsamda yaklaşık 9.000 dizüstü bilgisayar temin edilmiştir. Önceleri, hakimlerin çalışma odasına ve duruşma salonuna birer masaüstü bilgisayar, keşifler için ise ortak kullanımda olacak bir dizüstü bilgisayar verilmesi düşünülmese rağmen, üç bilgisayar yerine, hakime ve savcıya tek bir dizüstü bilgisayar verilerek hem kaynak tasarrufu sağlanmış hem de aynı bilgisayarın farklı yerlerde kullanımı imkanı getirilmiştir. Kişiyeye

zimmetli taşınabilir bilgisayarlar belli zamanlarda tayin zorunluluğu olan hakim ve savcıların tayinleri çıktığında bilgisayarlarını beraberlerinde götürmelerine imkan vermekte, ayrıca keşif mahallinde de hakim ve savcılar tarafından kullanılabilir. UYAP'ın VPN sertifikasıyla evden de sisteme bağlanarak çalışmayı mümkün kılan özelliği sayesinde, hakim veya savcının evinde de bu bilgisayarları kullanması mümkün olacaktır.

Maliye Bakanlığı

Maliye Bakanlığı bünyesinde Ankara, İstanbul ve İzmir grup başkanlıklarında çalışan muhasebat kontrolörleri ile illerde görev yapan muhasebe denetmenlerine, ofis dışında denetimlerini yapmaları esnasında bilgisayar kullanabilmelerini teminen dizüstü bilgisayarlar verilmiştir. Bazı üst düzey Bakanlık görevlilerine sağlanan dizüstü bilgisayarlar da dahil olmak üzere toplam 450 dizüstü bilgisayar kullanılmaktadır. 2001 yılında uygulamaya alınan Say2000i projesi ile denetim elemanlarının bu sisteme bağlanması, sistemden gerekli bilgileri almaları ve sisteme denetim sonuçlarını girmeleri için gittikleri bölgede bulunan saymanlıklardan dizüstü bilgisayarlar ile sisteme bağlanmaları mümkün olmaktadır.

BİLGİSAYAR SAHİPLİĞİNİN YAYGINLAŞTIRILMASINDAKİ ÖNCELİKLİ KONULAR VE ÖNERİLER

Önceki bölümlerde anlatılan dünya uygulamaları ve ülkemizdeki girişimler dikkate alınarak, bilgisayar sahipliğinin yaygınlaştırılmasında aşağıdaki öncelikli konular ve öneriler tesbit edilmiştir:

- 1- Kamunun bilgi toplumuna dönüşümde uygulayacağı projelerdeki temel amacı, vatandaşlar ve iş dünyasında bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkin bir biçimde kullanılması ve bu sayede ülkenin rekabet avantajı yakalamasıdır. Kamu, projelere finansal destek sağlasın veya sağlamasın, kamu kurumları veya ülke çapında düzenlenecek projelerin iyi tasarlanması ve kaynakların ülke menfaatlerine en uygun biçimde harcanması temel ilkedir. Bu tip büyük projelerin ülkeye orta ve uzun dönemde getireceği fayda ve maliyetler titizlikle incelenmelidir.
- 2- Bu çerçevede, bilgisayar sahipliğinin yaygınlaştırılması projelerinde; hedef kitlenin iyi tanımlanması, odaklı olunması, amaca hizmet edecek araçların (vergi indirimi, kredi, katkı payı, vb.) tesbit edilmesi, yerli üretici ve kaynaklardan etkin bir biçimde istifade edilmesi ve önceliğin geri dönüşümü yüksek kitlelere verilmesi gerekmektedir.
- 3- Kampanyanın hedef kitlesi olarak kendi personelini belirleyen kamu kurumlarının, personelinin ihtiyaçları, talepleri, coğrafi dağılımı, eğitim durumu ve ödeme gücü gibi konularda detaylı bir çalışma yapması gerekmektedir. Bu kapsamda, düzenlenecek kampanyalarda dizüstü bilgisayarların hangi durumlarda ve hangi çalışanlara yönelik olarak sunulacağı özel olarak incelenmelidir. Dizüstü bilgisayarlar bir yandan güncelleme, lisanssız yazılım kullanma, teknik uyumsuzluk gibi çeşitli sorunları beraberinde getirebileceği gibi, çalışanların iş dışında kullanımını da sağlayacağından bilgisayar kullanımı ve yaygınlığını olumlu yönde etkileyecektir.
- 4- Tedarikçileri kamu belirlesin veya belirlemesin, ihale şartnamelerinin etkin rekabeti tesis etmek üzere hazırlanması şarttır.
- 5- Uygulamayı zorlaştırmayacak uygun sayıda farklı alternatiflerin alıcılara sunulması katılımı artıracaktır.
- 6- Bilgisayar kampanyaları internet erişimini de dahil ederek uygulanmalıdır. Kampanyaların başarıya ulaşmasında internet servis sağlayıcıların (ISS) projeye dahil edilmesi ve ISS'lerin uygun koşullarda ve alternatifli (6 ay, 1 yıl, vb.) genişbant erişim imkanı sağlaması önemlidir.

- 7- Milli Eğitim Bakanlığı örneğinde olduğu gibi ihale ve genel uygulamayı bir başka kurumun/şirketin üstlenmesi durumunda, bu kurumla/şirkette yapılacak anlaşmalarda/protokollerde alıcıların haklarının korunması konusuna dikkat edilmelidir.
- 8- Kampanyayı düzenleyecek kamu kurumlarının, uygulama mekanizması, kampanya sonrası bakım ve destek hizmetleri ile eğitim üzerinde iyi planlama yapması gerekmektedir.
- 9- Eğer kampanyayı organize edecek kamu kurumu, bilgisayar teknolojisi, ihale süreci, tedarikçilerin özellikleri, anlaşma yönetimi gibi konularda kendini yeterli görmüyor ise başka bir kurum/şirket ile işbirliğine gitmelidir. Bu durumda, kampanyanın kamu tarafından desteklendiği, yürütülecek tanıtım faaliyetlerinde vurgulanarak kampanyaya katılım artırılmalıdır.
- 10- Bilgisayar kampanyaları konusunda kamu kurumları arasında işbirliği geliştirilmeli, uygulamalardan edinilen bilgiler paylaşılmalıdır.
- 11- Mümkün olduğu durumlarda, toplum alımların avantajını kullanmak üzere üretici firmanın bizzat ihalelere katılımı sağlanmalıdır.
- 12- Yürütülecek kampanyalarda, ihtiyaca ve talebe bağlı olarak, açık kaynak kodlu yazılımlar ve başta olmak üzere maliyet düşüşü sağlayacak her türlü olasılık ayrıntılı olarak araştırılmalıdır.
- 13- Özel sektörün, kendi çalışanlarını bilgisayar sahibi yapma yönündeki projelerine devlet desteği sağlanmalıdır. Bu kapsamda hangi tip projelerin (şirket büyüklüğü, çalışanın gelir düzeyi vb. kriterler) destekleneceği, vergi indirimi, mali destek vb. hangi araçların kullanılabilmesine yönelik usul ve esaslar ayrıca belirlenmelidir.
- 14- Maliye Bakanlığı tarafından kamuda veya özel sektörde bilgisayar sahipliğinin yaygınlaştırılması amacına yönelik kampanyalar için vergi indirimine imkan tanıyan düzenlemeler yapılmalıdır.
- 15- İkinci el bilgisayarların satışı ve kullanımına yönelik tedbirlerin alınması halinde, daha uygun fiyatla sunulacak olan ikinci el bilgisayarların, bilgisayar sahipliğini artıracığı ve ülke kaynaklarının etkin kullanımına katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Bu nedenle, ikinci el bilgisayar kullanımında en önemli problem olarak karşımıza çıkan güvenilirlik, satış, teknik destek ve lojistik problemlerini aşmak üzere, ikinci el bilgisayarların tekrar kullanıma alınmasına (*refurbishing*) yönelik özel sektöre çeşitli düzenlemeler getirilmelidir.

EK – 1: Çalışma Grubu Katılımcıları

NO	KURUM / KURULUŞ	ÜN VAN	AD-SOYAD
1	Milli Eğitim Bakanlığı - EĞİTEK	Daire Başkanı	Hasan Basri Ulaş
2	Türk Telekom	Uzman Yardımcısı	Özgür Çankaya
3	KOSGEB	Uzman Yardımcısı	Meltem Çetin
4	KOSGEB	Uzman	Canan Özturan
5	TBD	Yönetim Kurulu Üyesi	Deniz Şahin
6	TBD	Yönetim Kurulu Üyesi	Serdar Bilecen
7	Sağlık Bakanlığı	Çözümleyici	Şakir Koloğlu
8	Genel Kurmay Başkanlığı	Yüzbaşı	Melih Kaya
9	Maliye Bakanlığı	Grup Başkanı	Halil Mumcu
10	Milli Savunma Bakanlığı	Üsteğmen	Muhsin Bulut
11	Milli Savunma Bakanlığı	Avukat	Nezahat Akdeniz
12	Adalet Bakanlığı	Daire Başkan Yardımcısı	Muhittin Kırıcı
13	Emniyet Genel Müdürlüğü	Başkomiser	Şerif Gürpınar
14	TÜBİSAD	Ankara Temsilcisi	Ata Sait Bektimur
15	Diyanet İşleri Başkanlığı	Şube Müdürü	Zülfikar Er
16	TBV	Ankara Temsilcisi	Aydın Kolat
17	DPT	Uzman	Emin Sadık Aydın
18	DPT	Uzman Yardımcısı	Özlem Aşık
19	DPT	Uzman Yardımcısı	M. Yaşar Şaf

EK – 2: MEB Bilgisayar Kampanyasında İllere Göre Satışlar

İller	Peşin	Kredi Kartına Taksitlendirme	Tüketici Kredisi
01 ADANA	176	11	1148
02 ADIYAMAN	64		328
03 AFYON	139	12	504
04 AGRI	51		348
05 AMASYA	107		522
06 ANKARA	1364	141	6043
07 ANTALYA	355	24	1784
08 ARTVIN	37	1	385
09 AYDIN	165	12	951
10 BALIKESIR	283	6	1292
11 BILECIK	47		286
12 BINGOL	39		159
13 BITLIS	29	2	250
14 BOLU	78	2	448
15 BURDUR	58		148
16 BURSA	536	3	2499
17 CANAKKALE	149	3	766
18 CANKIRI	34	1	152
19 CORUM	151	8	367
20 DENIZLI	315	1	666
21 DIYARBAKIR	158		422
22 EDIRNE	123	2	710
23 ELAZIG	170	4	439
24 ERZINCAN	37		185
25 ERZURUM	176	9	973
26 ESKISEHIR	268	12	1036
27 GAZIANTEP	194	6	577
28 GIRESUN	65	3	473
29 GUMUSHANE	35	3	231
30 HAKKARI	22	2	194
31 HATAY	174	2	780
32 ISPARTA	78	2	243
33 ICEL	177	10	1145
34 ISTANBUL	3389	159	11106
35 IZMIR	977	42	5028
36 KARS	26	2	274
37 KASTAMONU	153	3	437
38 KAYSERI	310	5	859
39 KIRKLARELI	68	2	491
40 KIRSEHIR	29		170
41 KOCAELI	309	16	1348
42 KONYA	455		1578
43 KUTAHYA	175	2	616
44 MALATYA	119	6	569

45 MANISA	285	13	1469
46 KAHRAMANMARAS	150	3	515
47 MARDIN	67	6	440
48 MUĞLA	180	19	1034
49 MUS	31	1	329
50 NEVSEHIR	49	3	213
51 NIGDE	62	1	299
52 ORDU	135	1	790
53 RIZE	141	3	557
54 SAKARYA	229	2	765
55 SAMSUN	325	8	1559
56 SIIRT	40	1	171
57 SINOP	71	2	389
58 SIVAS	191	2	568
59 TEKIRDAG	161	4	851
60 TOKAT	168	5	869
61 TRABZON	239	3	1289
62 TUNCELI	10		58
63 SANLIURFA	85	2	545
64 USAK	132	7	354
65 VAN	180		885
66 YOZGAT	86		362
67 ZONGULDAK	178	9	930
68 AKSARAY	74	1	222
69 BAYBURT	26		140
70 KARAMAN	20		100
71 KIRIKKALE	51	3	330
72 BATMAN	36	9	181
73 SIRNAK	31	2	254
74 BARTIN	41	3	246
75 ARDAHAN	10		288
76 IGDİR	14	3	203
77 YALOVA	64		293
78 KARABUK	77	1	252
79 KILIS	17		63
80 OSMANIYE	50	2	407
81 DUZCE	99	4	498
Toplam	15669	652	67648