



Sektörel Bakış

Telekomünikasyon



2017

kpmg.com.tr

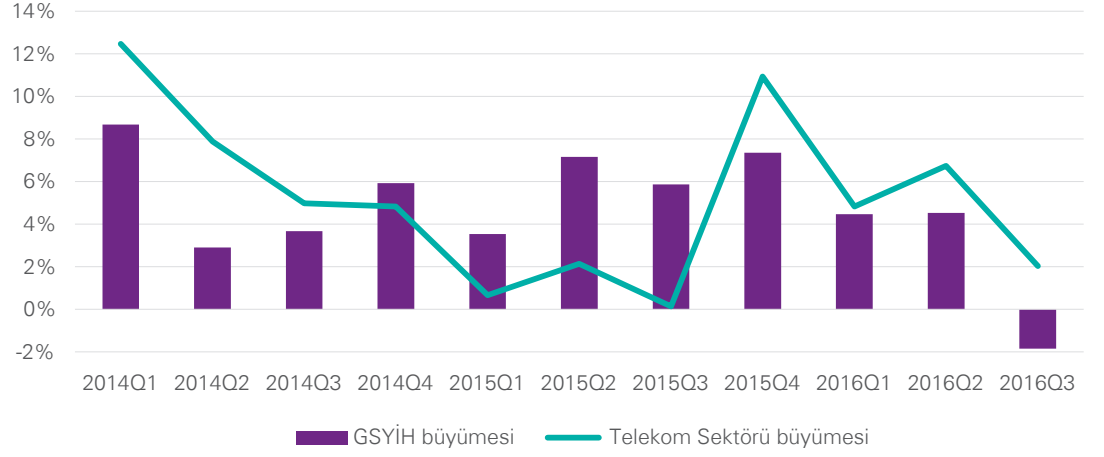
İçindekiler

Genel değerlendirme	4
Sektörün gelirleri	5
Elektronik haberleşme abone sayıları	6
İnternet kullanımı	6
Mobil iletişim pazarı abonelik payları	7
Sektörde dış ticaret	8
2017 beklentileri	9

Ülkemiz 2014'ün başından 2016 yılının 3. çeyreğine kadar düzenli bir büyüme trendi sergiledi, ancak sonrasında daralma kaydetti. Telekomünikasyon sektörünün ise aynı dönemde hiç daralmadığı dikkat çekiyor. Sadece 2016 yılı değerlendirildiğinde, sektörün büyümesinin her 3 çeyrekte de pozitif ve GSYİH büyümesinden fazla olması, sektörün gücünü gösteriyor. 2016 yılında ülkemizde üretilen hasılanın %2,4'ü telekomünikasyon sektöründen kaynaklandı.



Telekom Sektörü Hasılası ve GSYİH



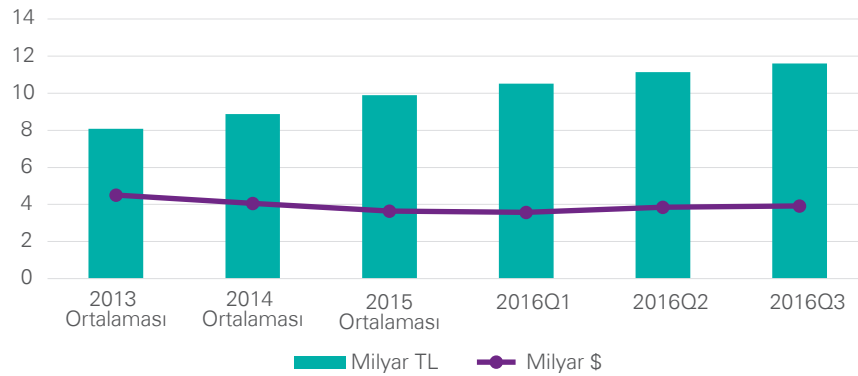
Kaynak: TÜİK, 2014-2016

1 Nisan 2016 tarihinden itibaren kullanılmaya başlanan 4.5G'nin abone sayısı yaklaşık 38 milyonu, yüksek hızlı interneti aktif olarak kullananların sayısı ise 13 milyon kişiyi aştı. Genişbant tarafında yaklaşık 10 milyonu sabit, 45 milyonu mobil abone sayısına ulaşıldı. Mobilde yüzde 30, sabit tarafta yüzde 20 artış yaşandı.

Sektörün gelirleri

2013'ten başlayarak 2016'nın 3. çeyreğine kadar geçen dönemde telekomünikasyon sektörü gelirleri TL bazında düzenli bir artış gösterdi. Burada en dikkat çekici olan, ülkemiz GSYİH'nin %1,8 daraldığı 2016 yılı 3. çeyreğinde dahi sektör gelirlerinin artışa devam etmesi.

Sektörün gelirleri



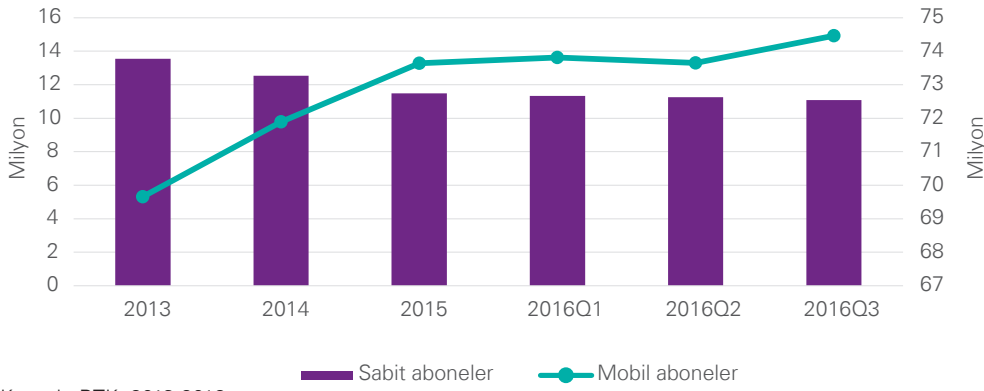
Kaynak: BTK, 2013-2016

Elektronik haberleşme abone sayıları

BTK verilerine göre 2016 yılı Eylül sonu itibariyle elektronik haberleşme alanında sabit abone sayısı 11 milyon iken mobil abone sayısı 74 milyonu aştı. Genel olarak mobil hatların yaygınlaşması ve karşılığında sabit hatların düşüşü son 3 yıldır devam ediyor. 2016'nın başından 3. çeyreğin sonuna kadarki 9 aylık dönemde sabit abone sayısı 410 bin kişi azalırken, mobil abone sayısı 820 bin kişi arttı.

Toplam mobil abone sayısını tetikleyen ana faktör, 2016'nın 3. çeyreği itibariyle 74 milyon mobil abonenin 69 milyonunu oluşturan cep telefonu kullanıcılarıdır. Yeni gelişen akıllı teknolojiler sayesinde ev ve ofislerdeki cihazlara uzaktan erişim ve kontrole imkan tanıyan M2M abone sayısı 4 milyona yaklaştı.

Elektronik haberleşme abone sayıları

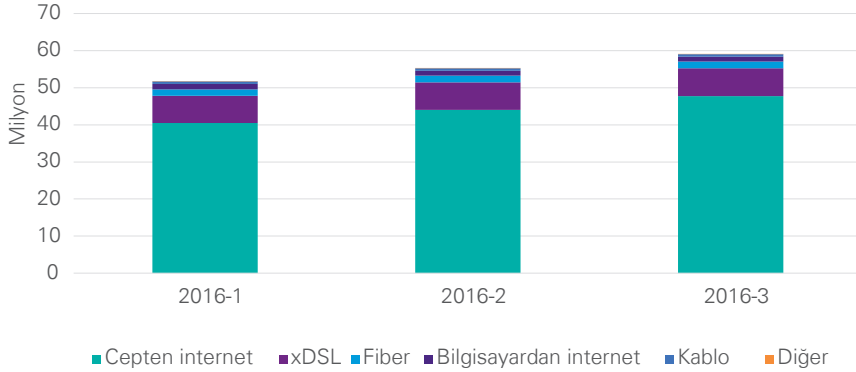


Kaynak: BTK, 2013-2016

İnternet kullanımı

2016 yılı üçüncü çeyreği itibariyle ülkemizde internet erişimine sahip 59 milyon abone bulunuyor. Abonelerin internete erişimde öncelikli tercihi %80'i aşan oranıyla "cepten internet" oldu. Cepten interneti %13 ile DSL teknolojisi ve %3 ile fiber internet izliyor. Kalan %3'e yakın abone de mobil bilgisayardan internet ile kablo internet arasında dağılıyor.

İnternet abone sayıları

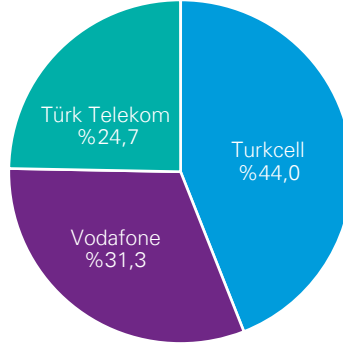


Kaynak: BTK, 2013-2016

Mobil iletişim pazarı abonelik payları

Ülkemizde faaliyet gösteren 3 mobil operatörün 2016 yılı üçüncü çeyreği sonu itibarıyla pazar paylarına bakıldığında; Turkcell pazarın %44'üne sahipken bunu sırasıyla Vodafone ve Türk Telekom takip ediyor.

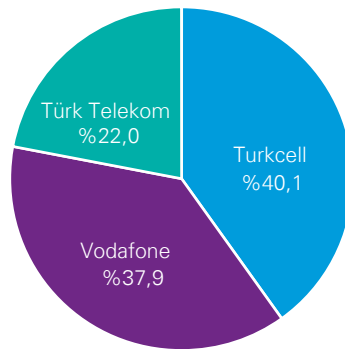
Abone sayısına göre pazar payları



Kaynak: BTK, 2016Q3

Turkcell gelirlere göre de lider olmasına rağmen, rakipleri ile arasındaki fark gelir bazında daha düşük. Abone sayılarını baz alan pazar payı analizine göre, Turkcell ve Vodafone arasındaki %12,7 fark gelire göre incelendiğinde %2,2'ye düşüyor.

Gelire göre pazar payları



Kaynak: BTK, 2016Q3

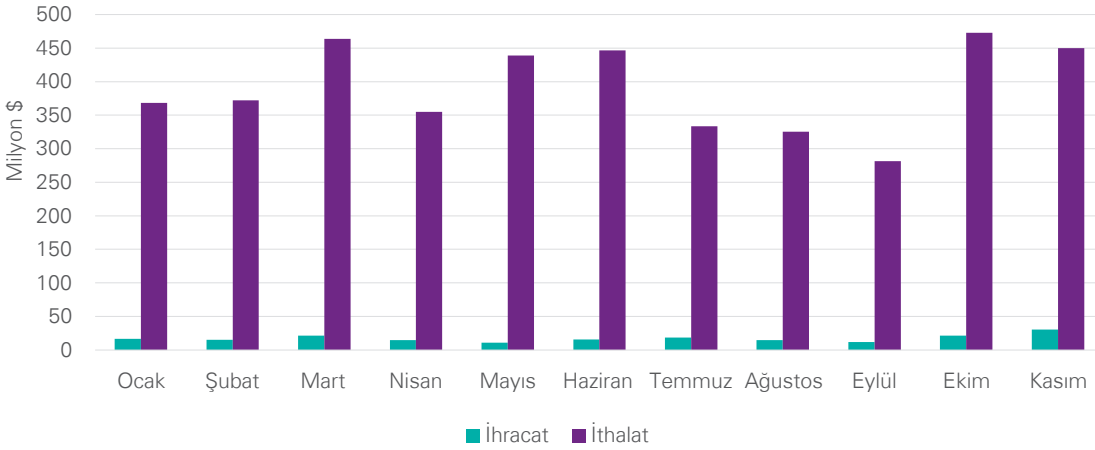
Sektörde dış ticaret

Ülkemiz, telekomünikasyon ürünleri dış ticaretinde açık veriyor, sektörün ithalatı ihracatının oldukça üzerinde yer alıyor. (Sektörün kullandığı ürünlerin yoğunlaştığı GTİP kodu 85: Elektrikli makine ve cihazlar kodu altında bulunan 85.17: Ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar olarak incelenmiştir. İlgili GTİP kodu altında sabit telefonlar, cep telefonları, baz istasyonları, telsiz ve telgraf cihazları bulunuyor.)

Verilere göre 2016'nın ilk 11 ayında 85.17 GTİP kodunda 191 milyon dolarlık ihracat gerçekleşirken, aynı dönemdeki ithalat tutarı 4,3 milyar dolardır. Kısaca 2016'nın ilk 11 ayında her ay 1 birim ihracat yapılırken 23 birim ithalat yapılmıştır.

Dış ticaretin detaylarına bakıldığında "cep telefonları" 58 milyon dolar ihracata karşılık 2,8 milyar dolar ithalat; kablosuz iletişim altyapısını sağlayarak telefon-verici ve verici-verici arası iletişimi sağlayan cihazların izlendiği 85.17.62 sınıfında ise 64 milyon dolar ihracata karşılık 1 milyar dolar ithalat gerçekleştirilmiştir.

Telekomünikasyon sektörü ürünleri dış ticareti



Kaynak: TÜİK, 2016

2017 beklentileri

OTT (Over the TOP) servis sağlayıcılar

OTT servis sağlayıcılar (Whatsapp, Skype gibi), internet üzerinden içerik dağıtımının yeni ve büyüyen pazarı durumunda. Birçok servis sağlayıcı son derece yaygınlaşan internet kullanımı ve artan internet bağlantı yöntemlerini göz önünde bulundurarak OTT içerik dağıtımına yönelmeye başladı. Telekomünikasyon şirketleri bu tehdidin etkisini azaltmak için kendi içerik, mesajlaşma ve sosyal medya uygulamalarını çıkarıyor veya mevcut OTT firmalarıyla işbirliği yapıyor (Örn: Turkcell Bip, Vodafone Spotify işbirliği). Ayrıca gelir kaybı riskini ortadan kaldırmak için operatörlerin sadece farklı servisler içeren paketler çıkarması değil aynı zamanda müşteri deneyimlerini iyileştirmesi ve farklılaştırması gerektiği anlaşılıyor.

Büyük ve hızlı veri kullanımı

Son yıllarda sektörde özellikle suistimal önleme, trafik yönetimi ve enerji tasarrufu amacıyla büyük verinin kullanımı ve analiz edilmesi konusunda ciddi yatırımlar yapılıyor. Büyük veri, doğru analiz metotları ile yorumlandığında şirketlerin stratejik kararlarını doğru bir biçimde almasına, risklerini daha iyi yönetmesine ve inovasyon yapmasına imkan sağlayabiliyor. Örneğin, kullanılmaya başlanan akıllı sayaçlar ile %30'a varan tasarruf sağlanıyor. Telekomünikasyon operatörlerinin,

müşteri paketlerini yükseltebilmeleri veya aynı müşteriye farklı ürünler satılabilmelerinin yolu M2M (aygıttan ağıta iletişim) dünyasında büyük veri analiziyle müşterisine katma değerli hizmetler sunabilmelerine ve müşteri gözünde en önemli konularından biri olan veri güvenliğinin sağlanmasına bağlıdır. Omni-channel (çoklu-kanal) yaklaşımının benimsenmesiyle müşteriye ulaşılan kanalların sayısının artmasıyla yeni nesil müşteri deneyimini ve sadakati artırmak için büyük verinin işlenmesinde kullanılacak iş zekası çözümleri büyük önem taşıyor.

Dijital dönüşüm

Dijital dönüşüm yeni nesil müşteri deneyimi sağlamak amacıyla telekomünikasyon sektöründeki oyuncuların ajandalarında üst sıralarda yerini alıyor. Telekomünikasyon şirketleri için en önemli dijital dönüşüm alanları altyapılarını, BT sistemlerini ve kullanıcı arayüzlerini iyileştirmek olarak değerlendiriliyor. Dijital dönüşüm telekomünikasyon şirketleri için "dumb pipe" olmamak için en önemli alandır. Entegre, gelişmiş ve tüm yönleriyle gerçek bir müşteri deneyimi için operatörlerin dijital dönüşümü hızlı bir şekilde uyarlamaları gerekiyor. Örneğin; OTT'lerin operatörleri dumb pipe olmaya ittiği bir dönemde, Türk Telekom akıllı telefonlar üzerinden Tivibu hizmetini kendi müşterileri için tasarlayarak aslında mevcut olan bir hizmeti müşterilerine sunuyor. Türk Telekom bu yolda bir IPTV & OTT operatörünün gücünden yararlanıyor.

Veri güvenliđi

Telekomünikasyon Şirketleri hızlı bir Şekilde dijital modellere ve bulut teknolojisine geğerken, siber güvenlik ile mőcadele etmek ve veri güvenliği ihlallerinden kaynaklı gelir ağığından korunmak için veri güvenliği tekniklerine yatırım yapmaya ihtiyaç duyuyor. Sosyal paylaŐım siteleri ile lokasyon bazlı ve reklam amaçlı kullanıcı verilerini toplayan uygulamaların yaygınlaşması nedeniyle telekomünikasyon operatörlerinin siber tehditler konusunda bilinçli olmaları gerekiyor. Bu da çoklu kanallara yőnelen operatörler için siber saldırılar gibi güvenlik risklerine maruz bırakarak yeni riskler oluŐturuyor. Dőnyada ve Tőrkiye'deki telekomünikasyon Şirketleri güvenli veri merkezleri kurarak veri güvenliği konusunda ciddi yatırımlar yapıyor veya bilgi güvenliği konusunda uzmanlaŐmıŐ Őirketler ile ortaklık kuruyor.

Altyapı yatırımları

Veri hacimlerindeki artış karŐısında verinin cihaza eriŐiminde yaŐanacak gecikmeleri önlemek amacıyla operatörler ađ kapasitelerini ve hızlarını artırmak amacıyla yatırım yapıyor.

4.5G teknolojisini tam anlamıyla kullanabilmek için mevcut fiber altyapının artırılması ve bakır kabloların yerini fiber kabloların alması gerekiyor. Telekomünikasyon Şirketleri fiber altyapı yatırımlarına hızla devam ediyor. Fiber altyapılarla ilgili bir diğer gündem maddesi de, Turkcell, Türksat, Vodafone gibi Şirketlerin gündeme getirdiği "ortak altyapı Őirketi" projesi. Bu proje ile hem hızlı bir Şekilde yatırımlar tamamlanabilecek hem de maliyet açısından ciddi tasarruflar sağlanabilecektir.

Tőrkiye'de mevcut altyapıların yenilenmesi ve yenilerinin oluŐturulması için özellikle fiber Őebeke yatırımı yapmak isteyen yeni nesil iŐletmecilerin desteklenmesi ve engellerin hızlı bir Şekilde aŐılması gerekiyor.

Detaylı bilgi için:

KPMG Türkiye
Kurumsal İletişim ve Pazarlama Bölümü
tr-fmmarkets@kpmg.com

İstanbul

Rüzgarlıbahçe Mh. Kavak Sk. No:29
Kavacık 34805 Beykoz / İstanbul / Türkiye
T: +90 216 681 9000

Ankara

The Paragon İş Merkezi Kızılırmak Mah. Ufuk
Üniversitesi Cad. 1445 Sok. No:2 Kat:13
Çukurambar 06550 Ankara / Türkiye
T: +90 312 491 7231

İzmir

Heris Tower, Akdeniz Mah. Şehit Fethi Bey
Cad. No:55 Kat:21 Alsancak 35210 İzmir /
Türkiye
T: +90 232 464 2045

kpmg.com.tr
kpmgvergi.com



Bu dokümanda yer alan bilgiler genel içeriklidir ve herhangi bir gerçek veya tüzel kişinin özel durumuna hitap etmemektedir. Doğru ve zamanında bilgi sağlamak için çalışmamıza rağmen, bilginin alındığı tarihte doğru olduğu veya gelecekte olmaya devam edeceği garantisizdir. Hiç kimse özel durumuna uygun bir uzman görüşü almaksızın, bu dokümanda yer alan bilgilere dayanarak hareket etmemelidir.

© 2017 Akis Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş., KPMG International Cooperative'in üyesi bir Türk şirkettir. Tüm hakları saklıdır. Türkiye'de basılmıştır.

KPMG adı ve KPMG logosu KPMG International Cooperative'in tescilli ticari markalarıdır.