



Sektörel Bakış

Ocak 2018

kpmg.com.tr



İçindekiler

Bankacılık	5
Endüstriyel Üretim.....	27
Enerji.....	49
İlaç	75
İnşaat.....	99
Otomotiv.....	129
Perakende.....	151
Telekomünikasyon	175

Önsöz

Küresel ekonomi, dünya ticaretinde korumacı reflexlerin artmasına rağmen 2017'yi başarılı bir performansla kapattı. ABD, AB ve Çin gibi dünya ekonomisine yön veren pek çok ülke ile birlikte, aralarında Türkiye'nin de olduğu gelişmekte olan ülkeler 2017'de ekonomide yükselen bir ivme tutturdu. Bu durum, henüz ilk günlerini yaşadığımız 2018 yılı için de beklentileri olumlu şekillendiriyor.

Türkiye ekonomisi ise 2017 yılını beklentilerin oldukça ötesinde güçlü bir şekilde tamamladı. Bunda 2016 sonlarından itibaren alınan tedbirlerin ve küresel ekonominin dayanıklılığının büyük etkisi oldu. Türkiye ekonomisinin lokomotifi sayılan sektörler de tüm bu hareketlilikten nasibini aldı; güçlü duruşlarını koruyarak büyümeye devam etti.

KPMG Türkiye olarak bu yıl ikincisini hazırladığımız Sektörel Bakış serisinde Bankacılık, Endüstriyel Üretim, Enerji, İlaç, İnşaat, Otomotiv, Perakende ve Telekomünikasyon sektörlerini mercek altına aldık. 2017 yılında sektörde görülen temel eğilimlerin, dünya ve Türkiye pazarına ait temel büyüklüklerin, sektör oyuncularına yönelik değerlendirmelerin, sektörde beklenen teknolojik gelişmelerin ve sektörün güncel durum analizinin yer aldığı çalışmamızda, her sektöre yönelik 2018 beklentilerimize de yer veriyoruz.

Çalışmamızın ülke ekonomisinin tüm tarafları için faydalı olmasını umuyoruz.



Bankacılık

Sektörel Bakış

2018

—

kpmg.com.tr



Dünyada ve Türkiye’de eğilimler

Dünya ekonomisi 2017’de, 2010’dan bu yana en güçlü büyümeyi gösterdi. Gelişmiş ekonomilerin iyileşen iş gücü piyasası ve destekleyici makroekonomik politikalardan faydalanması, birçok büyük emtia üreticisi ülkedeki ve Çin’deki ekonomik toparlanma, gelişmekte olan ekonomilerdeki büyümenin 4 yılın en yüksek seviyesine geri döndüğünü ortaya koyuyor.

2017 yılına dünya genelinde belirsizliklerin hüküm sürdüğü bir atmosferde girilmişti. Geçtiğimiz yıl, bir yanda hızlı teknolojik değişimler bir yanda siyasi dalgalanmalar yaşanırken, gelişmekte olan ülke pazarları ve gelişmiş ülkeler zorlu bir dönemden geçti. Bu temkinli giriş sonrasında 2017’nin geri kalanında yakalanan büyüme oranları, 2018 öngörülerini de olumlu etkiliyor.

Büyüme tahminlerimiz

	2017 (yılsonu)	2018	2019
Küresel	%3,1	%3,2	%3
Euro Bölgesi	%2,2	%1,8	%1,4
ABD	%2,1	%2,5	%2,2

ABD’de ülke ekonomisi yılın 3’üncü çeyreğinde Harvey ve Irma kasırgalarına rağmen yüzde 3 büyüyerek beklentilerin üzerinde bir performans gösterdi. Ülkenin en büyük 6 bankasının 5’i

karlı bilançolar açıkladı. ABD bankaları işletme ve gayrimenkul kredi taleplerindeki azalmaya karşılık, işletmelere yönelik kredi standartlarını 3’üncü çeyrekte biraz daha esnetti. Ancak ticari gayrimenkuller için kredi standartlarında değişiklik olmadı.

2017 Ekim sonu verilerine göre Euro Bölgesi’nin ekonomik büyüme oranını yüzde 2,2 olarak tahmin ediyoruz. Ekonomik büyümede önemli rolü olan Avrupa bankacılık sektöründe, euro mevduatı ve krediler büyüdü. Euro mevduatları 2007’de yüzde 47,3 iken, 2017’de yüzde 51,3’e çıktı. Ancak bu olumlu verilerin yanı sıra karlılıkla ilgili sorun hala devam ediyor ve biriken sorunlu krediler ile riskli bir dönemden geçiliyor.

Çin ekonomisinin ise, 2017 yılını yüzde 7’lik bir büyüme ile kapamasını bekliyoruz. Dünyanın en büyük 10 bankası arasında 5 Çin bankasının olması bu alandaki iddiayı ortaya koyuyor ve Çin bankalarının dünyaya yayılım politikaları sürüyor. Çinli Legend Holding, Banque Internationale a Luxembourg’un (BIL) yüzde 90 hissesini 1,48 milyar euro karşılığında satın aldı. Bu, Çinli bir şirketin Avrupa’da mevduat toplama yetkisine sahip bir banka satın almak için bugüne kadar gerçekleştirdiği en büyük işlem oldu. Ayrıca Çin merkezli dünyanın 7’nci en büyük bankası Bank of China’nın, 300 milyon dolar karşılığı TL sermayeyle Türkiye’de faaliyet izni aldığını da belirtmek gerekiyor.

Türkiye’de ise 2017, ekonomik büyüme anlamında 2016’dan daha canlı bir yıl oldu. Bankacılık sektörü kredi artışını sürdürecektir kapasiteye sahip bir görünüm sergiledi. Beklenen düşük faiz oranlarına ulaşmak için ise hala zaman var gibi görünüyor. Bankaların karlılık oranları, yüksek faiz seviyesi nedeniyle tartışmalı bir konu olarak gündemdeki yerini koruyor. Bankacılık sektörünün karı yılın 9 ayında 37 milyar TL’yi aştı. 2016’yı 37,5 milyar TL karla kapatan bankacılık sektörünün, 2017 yılında 50 milyar TL seviyesinde bir karlılık yakalayacağını öngörüyoruz.

Türkiye Pazarı





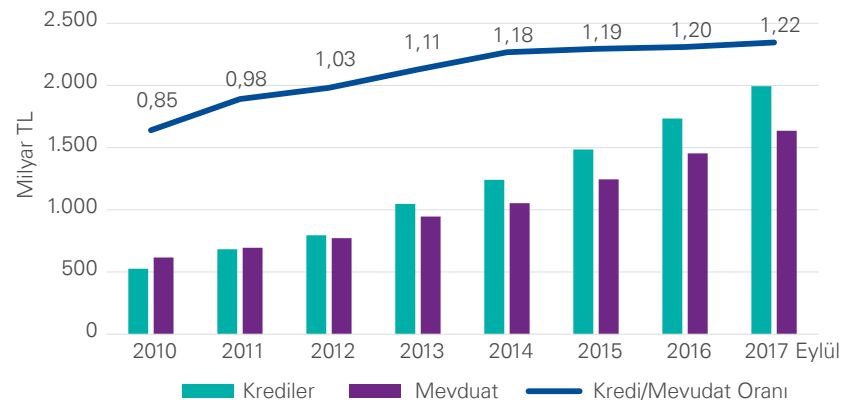
Bankacılık bilançosu

Sektörün aktif büyüklüğü 2017 yılı 3'üncü çeyreği itibariyle 3.054 milyar TL olarak gerçekleşti. 2016 yılı Aralık ayındaki verilere göre 2.731 milyar olan aktif büyüklük, 2017 yılında yüzde 11,8 artış gösterdi. Eylül 2017 döneminde en büyük aktif kalemi olan krediler 1.994 milyar TL, menkul değerler 376 milyar TL olarak hesaplandı. 2016 sonuna göre krediler yüzde 15, menkul değerler toplamı da yüzde 6,9 yükseliş göstermiş oldu. Krediler ise mevduat ve mevduat dışı kaynaklardan daha hızlı büyüdü. Sektör, öz kaynak artışı yoluyla kaynak üretimine devam etti. Son bir yıllık dönemde kredilerin yüzde 14'ü öz kaynak büyümesiyle finanse edildi. Bankaların kaynakları içinde, en büyük fon kaynağı durumunda olan mevduat, 2016 sonuna göre yüzde 12,5 artışla 1.635 milyar TL oldu.

Temel büyüklükler

Mevduat faizlerinde artış gerçekleşmesine rağmen bankacılık sektöründe krediler, mevduattan hızlı artmaya devam ediyor. Bu durum kredi mevduat oranının da yüksek olması sonucunu getiriyor. 2016 yılında yüzde 1,2 düzeyine yerleşen kredi mevduat oranı 2017'de de bu seviyede kaldı. Bankacılık sektöründe risk faktörlerinden biri olan bu oranın, 2018 yılında da bu düzeyde seyredeceğini öngörüyoruz.

Mevduatın krediye dönüşüm oranı (%)

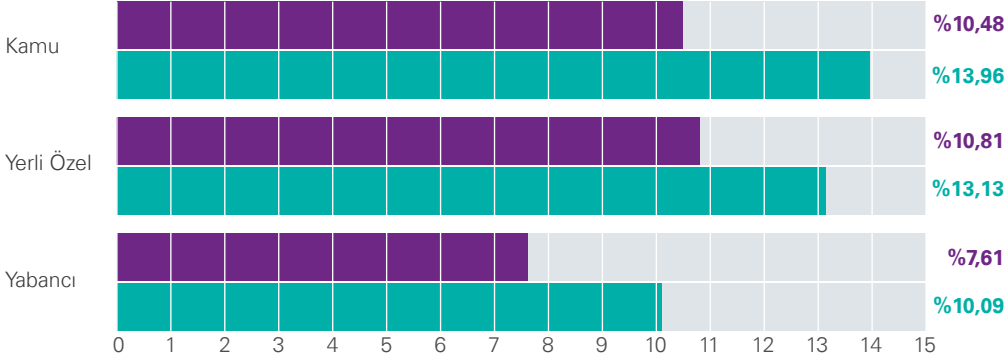


Kaynak: BDDK

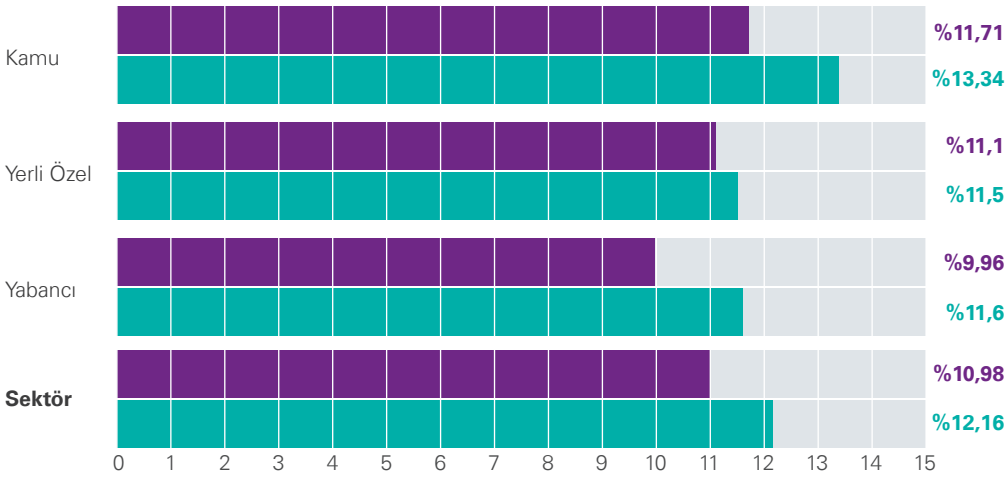
Karlılık

BDDK Eylül 2017 verilerine göre bankacılık sektörünün dönem net karı 37.180 milyon TL'ye yükseldi, sermaye yeterliliği standart oranı da yüzde 17,2 seviyesinde gerçekleşti. Bankacılık sektörünün hem öz kaynak hem de aktif karlılığı geçen yılın aynı dönemine göre kamu, yerli özel ve yabancı banka gruplarının hepsinde artış gösterdi. Bu artışta ekonomi yönetimi ve düzenleyici kurumların bankaların üzerindeki yükleri hafifletmesi ve hükümetin büyümeyi destekleyici yönde aldığı teşvik paketlerinin etkili olduğunu söyleyebiliriz.

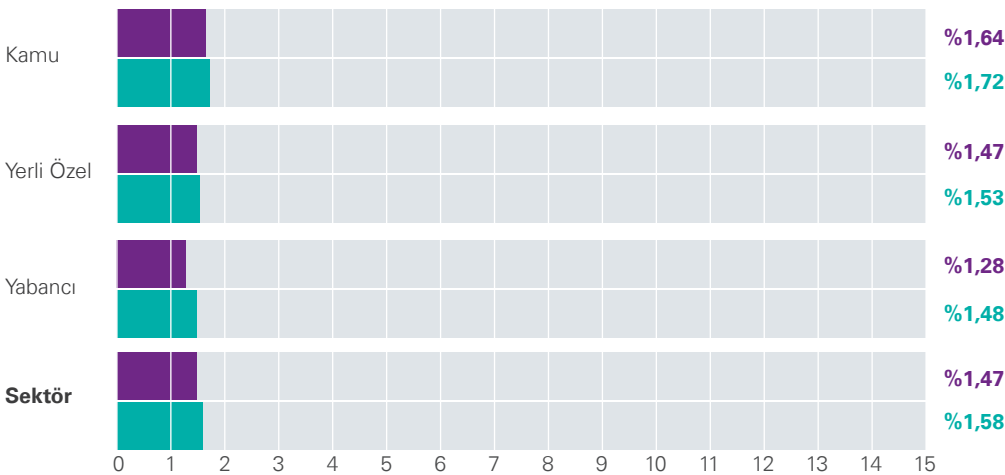
Dönem karı (Eylül 2016 - Eylül 2017)



Özkaynak karlılığı (Eylül 2016 - Eylül 2017)



Aktif karlılık (Eylül 2016 - Eylül 2017)



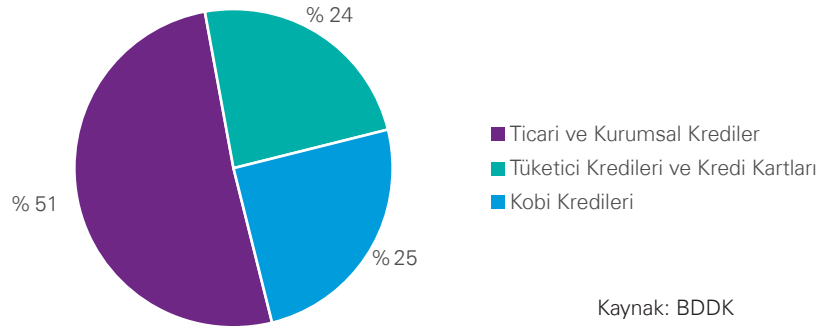
Kaynak: BDDK

■ 2016 ■ 2017

Krediler

Bankacılık sektörünün sağladığı kredilerin Eylül 2017 döneminde toplam tutarı 1.994 milyar TL oldu. Bu toplamın 1.356 milyar TL'si Türk Lirası kredilerden, 638 milyar TL'si döviz kredilerinden oluştu. Aynı dönemde ticari ve kurumsal krediler 1.022 milyar TL, KOBİ kredileri 498 milyar TL ve tüketici kredileri ve kredi kartları 474 milyar TL olarak gerçekleşti. 2016 yılına oranlandığında, ticari ve kurumsal kredi hacmi yüzde 14, KOBİ kredileri hacmi yüzde 18, tüketici kredileri ve kredi kartları hacmi ise yüzde 12 arttı.

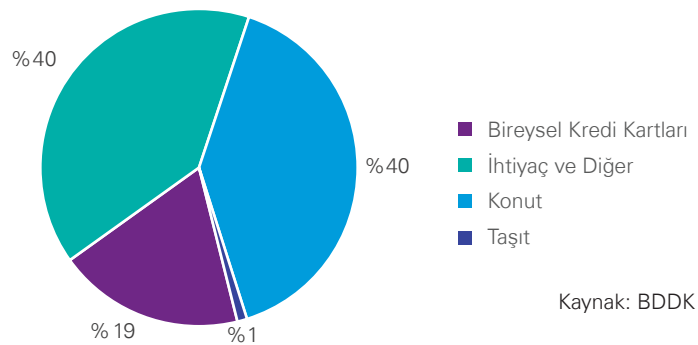
Kredilerin dağılımı (%)



KOBİ kredileri hacmi incelendiğinde, 2017 Eylül ayı itibarıyla en fazla krediyi 207 milyar TL ile orta büyüklükteki işletmelerin kullandığı görülüyor. Orta büyüklükteki işletmelerin kullandığı kredi 2016 yılına göre yüzde 21 artış gösterdi. Küçük işletmelerin aldığı kredi miktarı 163 milyar TL, mikro işletmelerin aldığı kredi ise 127 milyar TL olarak gerçekleşti.

2017 yılı Eylül ayı itibarıyla, 2016 yılına oranla yüzde 12'lik bir artış gösteren 474 milyar TL'lik bireysel kredilerin yüzde 40'ı ihtiyaç kredilerinden oluştu. Bireysel krediler içerisinde, konut kredisinin payı yüzde 40, kredi kartlarının payı yüzde 19, taşıt kredilerinin payı ise yüzde 1 oldu.

Bireysel kredilerin dağılımı



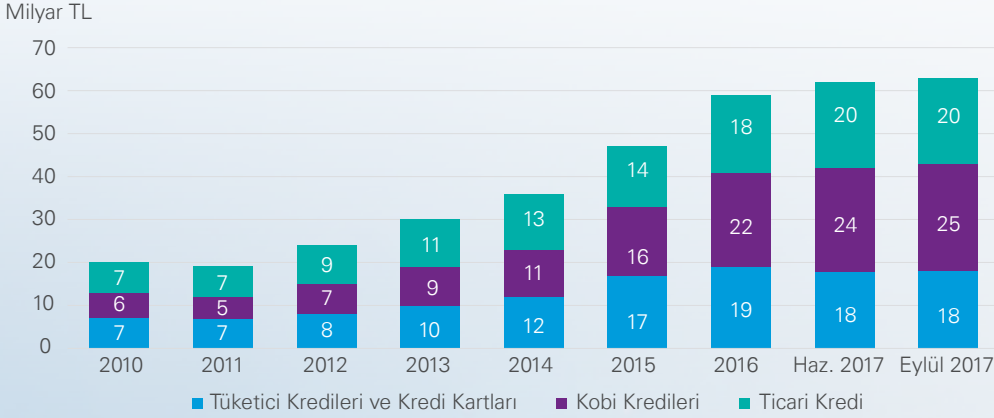
Bankalar; ulaştırma, denizcilik ve haberleşme alanında faaliyet gösteren firmalara Ağustos sonu itibarıyla 127 milyar TL'lik kredi desteği sağladı. Bu alandaki kredi büyümesi geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 26,3 düzeyinde gerçekleşti.

Takipteki krediler

2016 yılı sonunda takipteki kredi miktarı 59 milyar TL seviyesine ulaşmıştı. 2017 üçüncü çeyrek sonuçlarına göre bu rakam 63 milyar TL olarak gerçekleşti. 2016 yılında oluşan yüzde 3,24'lük dönüşüm oranı, takipteki kredilerin 2010 yılından itibaren ulaştığı en yüksek seviyeyi temsil ediyordu. Eylül 2017 itibariyle bu oran yüzde 3,05'e düştü. 2017 yılında takibe düşen kredilerde yoğunluk 25 milyar TL ile KOBİ kredilerinde gerçekleşti. KOBİ kredileri takibe düşme oranı 2016 yılına göre yüzde 13 artış gösterdi. Tüketici kredilerindeki takibe düşme oranı 2016 yılına oranla yüzde 5 azalarak 18 milyar TL olarak gerçekleşti. Ticari kredi takibe düşüş oranı

ise yüzde 11 oranında artarak 20 milyar TL olarak gerçekleşti. Sektörel krediler içerisindeki takibe dönüşüm oranları; toptan ticaret ve komisyonculukta yüzde 4,5, inşaat sektöründe yüzde 3,5 ve tarım sektöründe yüzde 2,7 olarak gerçekleşti.

Esasen BDDK'nın Aralık 2016'da bankaların bazı kredilerinin ve alacaklarının genel karşılık oranlarını düşürerek, bunların 31 Aralık 2017 tarihine kadar yeniden yapılandırılmasına imkan tanıdığı düzenlemesi de dikkate alındığında Türkiye'de sorunlu kredilere sebep olan etkenlere karşı bir takım önlemler alındığını söyleyebiliriz.



Kaynak: BDDK

Sermaye yeterlilik oranı

Türk bankacılık sektörünün sermaye yeterlilik oranı 2016 sonu verileriyle kıyaslandığında yüzde 10 artarak Eylül 2017 döneminde yüzde 17,2 olarak gerçekleşti. Yabancı bankalar grubu sermaye yeterlilik oranı yüzde 18,6 ile sektör ortalamasının üzerinde gerçekleşti.

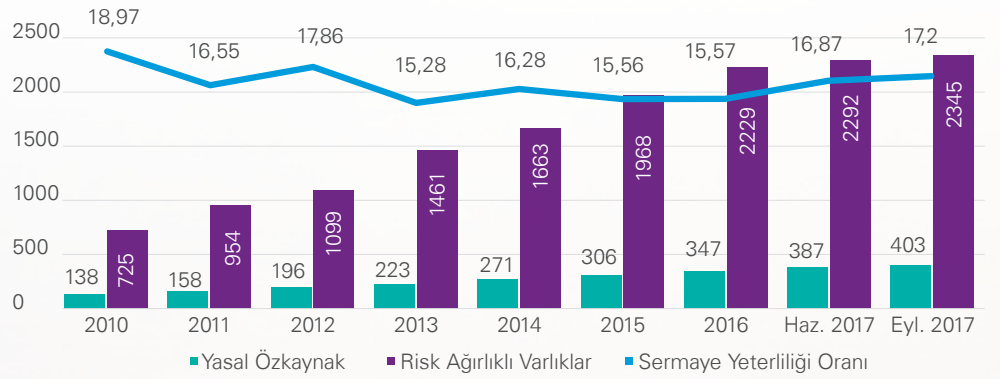
Fonksiyon gruplarına göre sermaye yeterlilik oranları

Mevduat % 16,7

Katılım Bankaları % 17,2

Kalkınma ve Yatırım Bankaları % 24,4

Sermaye yeterliliği oranının gelişimi (milyar TL)



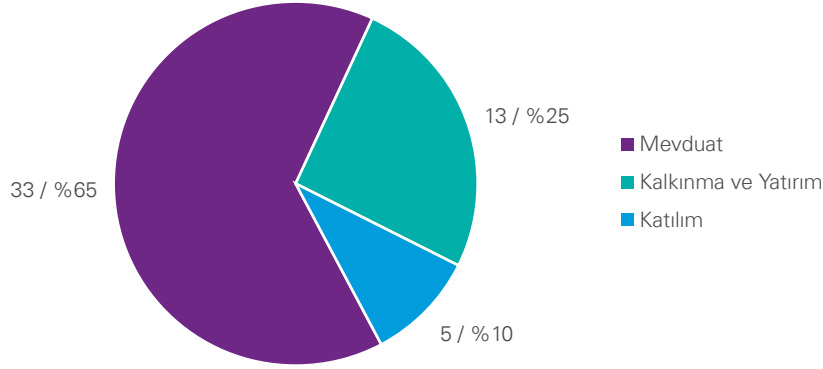
Kredi garanti fonu

2017'nin ilk çeyreğinde bankaların KOBİ'ler arasında artan ödeme sorunları nedeniyle kredi vermek konusunda çekimser davrandığını söylemek yanlış olmaz. Bankaların bu çekimserliklerini aşmasında, Mart 2017 itibarıyla Kredi Garanti Kurumlarına sağlanan Hazine Desteğinin 2 milyar liradan 25 milyar liraya çıkarılması ve böylelikle teminatlandırmada esneklik sağlanması kritik bir önem taşıyor. KGF verileri de bu tabloyu destekler nitelikte. Eylül 2017 itibarıyla verilen Hazine destekli kredi sayısının Mart 2017'deki rakamları 3'e katladığı görülüyor. Ancak KGF'nin işlerliği ve verimliliği ancak kredi geri ödemeleri tamamlandığı zaman ölçülecek.

Rakamlarla Türkiye bankacılık sektörü

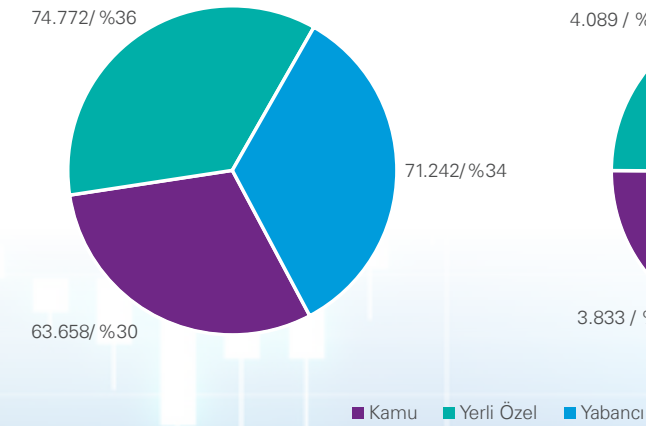
Türkiye bankacılık sektöründe Eylül 2017 itibariyle 51 banka faaliyet gösteriyor.

Banka sayıları (adet/%)

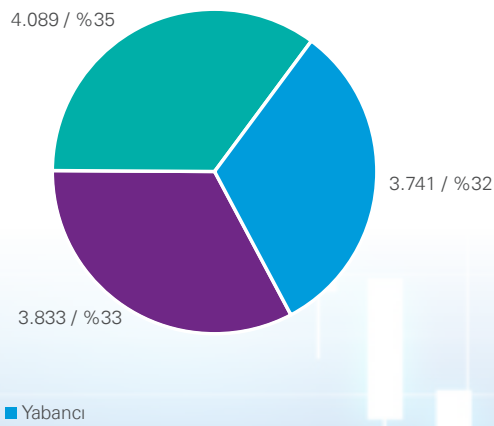


Mevduat bankaları ile kalkınma ve yatırım bankalarının toplam şube sayısı Eylül 2017 itibariyle 11.663 ve personel sayısı 209.672 kişidir. Bankacılık sektörünün bir önceki çeyreğe göre (Haziran 2017) şube sayısı 46 adet, personel sayısı 697 kişi azalmıştır. 2016 yıl sonu nüfus bilgisine göre 100 bin kişiye düşen çalışan sayısı 244, şube sayısı 13'tür. Avrupa Birliği'nde ise 2016 yılı itibariyle 100 bin kişiye düşen çalışan sayısı 549, şube sayısı 35'tir.

Personel sayısı (adet/%)



Şube sayıları (adet/%)



Kaynak: BDDK

Nov

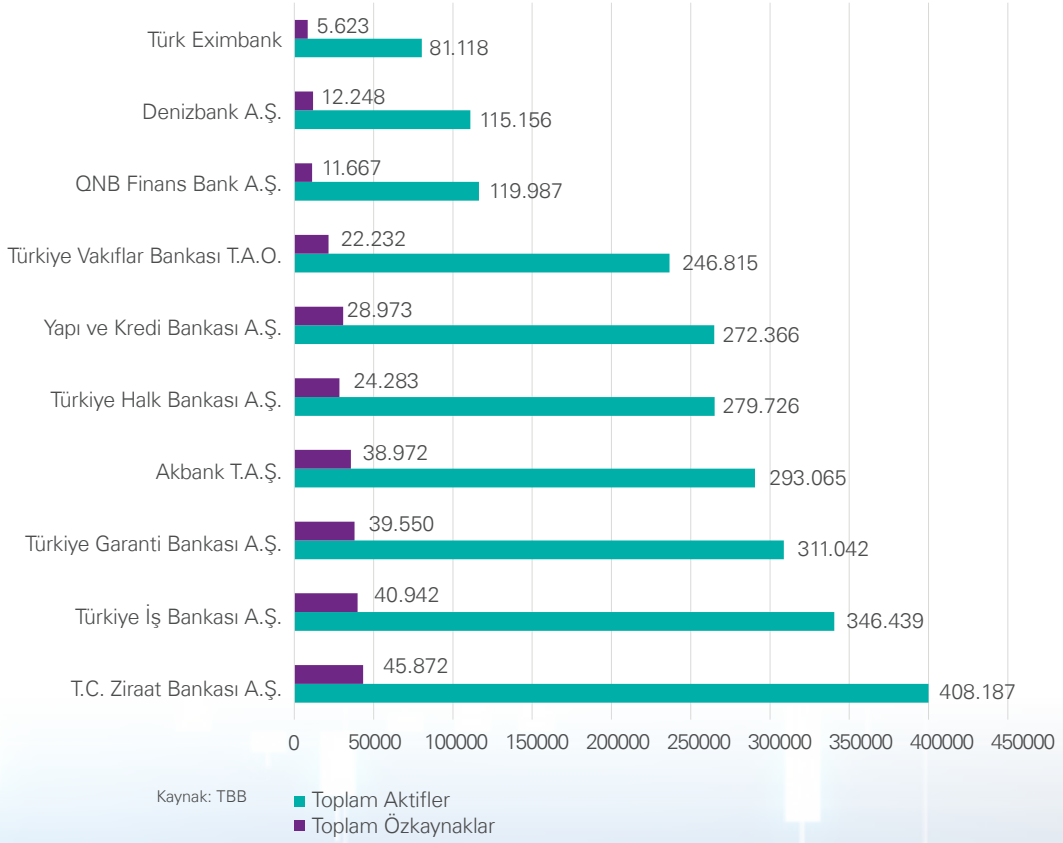
Dec

Jan

Önemli sektör oyuncularını

Türkiye'deki büyük ölçekli bankalar, Ziraat Bankası, Türkiye İş Bankası, Garanti Bankası, Akbank, Yapı ve Kredi Bankası, Türkiye Halk Bankası ve Türkiye Vakıflar Bankası olarak sıralanıyor. Bu listenin 3 bankasının kamu bankası olması, kamu bankalarının başarılarını ortaya koymak açısından son derece önemli. Orta ölçekli bankaları QNB Finansbank, Deniz Bank, Türk Ekonomi Bankası, ING Bank, Şekerbank, HSBC Bank ve Odeabank olarak sıralayabiliriz. Küçük ölçekli bankalarda sıralama ise şöyle: Fibabanka, BTMU, Intesa Sanpaolo, Turkland Bank, Burgan Bank, ICBC, Citibank, Arap Türk Bankası, Anadolu Bank, Deutsche Bank.

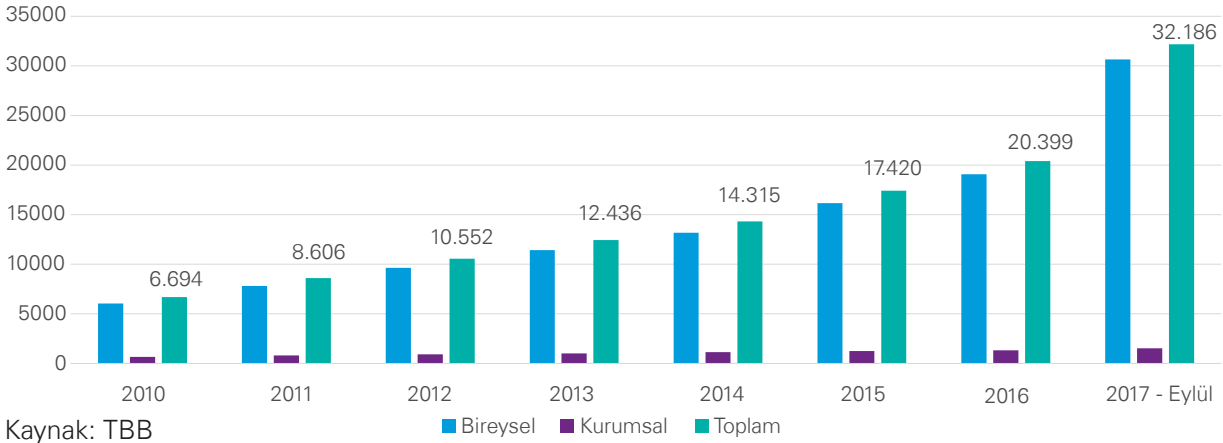
Aktif büyüklüklerine göre bankalar (milyon TL) - 30.09.2017 itibariyle



İnternet bankacılığı

Bankacılık sektörü müşterisine yenilikçi teknolojilerle kolaylık sunmayı sürdürürken, müşteriler de bu olanaktan verimli bir biçimde yararlanıyor. Türkiye Bankalar Birliği'nin raporlarına göre, internet bankacılığını kullanan aktif müşteri sayısı Eylül 2017 itibarıyla 32 milyon tekil kullanıcı seviyesine ulaştı. Bu rakam 2010 yılında 6,7 milyon seviyesinde gerçekleşmişti. Son 7 yılda internet bankacılığı kullanan aktif müşteri oranındaki artış yüzde 380'in üzerinde gerçekleşti.

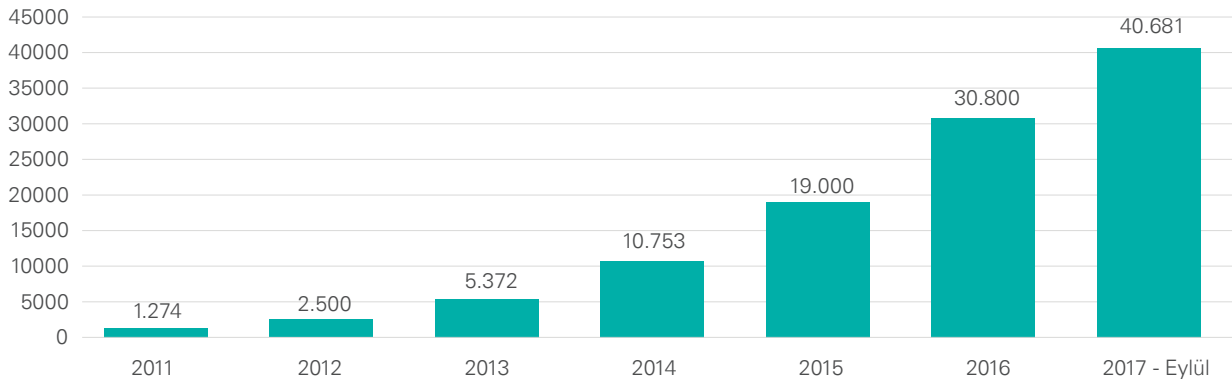
İnternet bankacılığını kullanan aktif müşteri sayısı (milyon)



Mobil bankacılık

Türkiye'de mobil bankacılık kullanım oranları ise 2011 yılından beri takip ediliyor. Mobil bankacılık yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam tekil müşteri sayısı Eylül 2017 itibarıyla 40 milyon 681 bin kişi olarak gerçekleşti. 2016 yılına kadar her sene yüzde 100'ü aşan artışlarla büyüyen mobil bankacılık penetrasyon oranı, 2017'de doygunluk düzeyine ulaşarak 2016 yılına göre yüzde 32 büyümeye gerçekleşti.

Mobil bankacılık yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış tekil müşteri sayısı (milyon)



Araştırmalarımıza göre Türkiye'de 18-34 yaş aralığındaki Y Kuşağı temsilcilerinin yüzde 93'ü bankacılık işlemleri ve ödemeler için mobil cihaz kullanıyor. Avrupa pazarında kimlik doğrulama metodu olarak biyometrik verilerin kullanımı artarken, Türkiye'de de biyometrik doğrulama yöntemlerine karşı duyulan güvenin oldukça yüksek olduğu görülüyor. Türk tüketicilerin yüzde 92'si kimlik doğrulama için biyometrik yöntemlerin kullanılmasını güvenli buluyor.

Bankacılık sektörü durum analizi

Türkiye bankacılık sektörü, kamu bankalarının altyapısı ve Türkiye'nin en büyük gruplarının yatırımlarıyla ekonomik temelleri sağlam sektörlerin başında geliyor. Yabancı grupların birbiri ardına yaptıkları yatırımlar, birleşme ve satın alma işlemlerinin sonrasında ise küresel ekonomik ve siyasi dalgalanmalara karşı bulunduğu yeri koruyabilen bir performans sergiliyor.

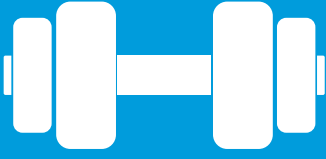
Hükümetin uyguladığı teşviklerin de olumlu etkisi ile ilk iki çeyrekte yüzde 5'in üzerinde büyüyen Türkiye ekonomisi, üçüncü çeyrekte baz etkisiyle yüzde 11'i aşan bir büyüme gösterdi.

2017 GSYH büyüme tahmini de, yüzde 4,7'den yüzde 5,5'a güncellendi. Büyüme beklentisindeki artış bankaların kredi notlarına olumlu etki edebilir.

Ekim 2017'de kredi notları BB+ olarak teyit edilen bankalar; Ziraat Bankası, Türkiye Halk Bankası, Türkiye Vakıflar Bankası ve Ziraat Katılım Bankası oldu. Türkiye toplam bankacılık sektörü varlıklarının yaklaşık yüzde 30'unu kontrol eden bu 4 bankanın dışında, İş Bankası ve Akbank'ın notları "BB+" Garanti Bankası ve Yapı Kredi Bankası'nın notları da "BBB-" olarak güncellendi, görünümleri ise durağan olarak açıklandı.*



*Kaynak: Fitch Rating



Güçlü yönler

- İtibarlı yabancı sermayenin bankacılık sektöründeki yatırımları.
- Türk iş liderlerinin krizli dönemlere adaptasyon hızı ve kriz yönetme becerilerinin yüksekliği.
- Genç ve nitelikli iş gücünün sürekliliği.
- Teknolojik gelişmelere uyum ve teknolojinin finans sektöründe küresel standartlarda kullanılıyor olması.
- Yüksek likidite, aktif kalitesi, güçlü sermaye ve düşük kaldıraç oranı.
- Düşük penetrasyon oranı ve güçlü büyüme potansiyeli.



Fırsatlar

- Türkiye nüfusunun genç olması Türk bankacılık sektörünü yabancı sermaye için cazip kılıyor. Bu nedenle demografik görünüm, fırsatları da beraberinde getiriyor.
- Hükümetin sık sık revize ettiği ve birbiri ardına açıklanan stratejik planlarla desteklediği büyüme politikası yabancı sermaye için bir fırsat oluşturuyor.
- Yatırım teşvik planları önemli fırsatlar barındırıyor.
- Türk bankacılık sektörü teknolojiyi çok iyi kullanıyor ve yeni teknolojilerin hayata geçirilmesi konusunda hızlı davranıyor.
- Faize karşı tutum sergileyen ve bu nedenle parasını sistem dışında tutan bireyleri sisteme dahil eden katılım bankalarının gelişimi sektör açısından önemli bir fırsat barındırıyor.
- Gelişmekte olan ülke konumu nedeniyle henüz bankacılık sisteminden faydalanmamış büyük bir kesimin varlığı (bankacılık penetrasyon oranı) sektörün diğer fırsatları arasında yer alıyor.



Zayıf yönler

- Düşük yurtiçi tasarrufları.
- Yüksek meblağlı kısa dönemli dış borçlar ve az gelişmiş borç piyasası nedeniyle gergin fonlama pozisyonları.
- Gelişmiş ülkelere göre kişi başı milli gelirin düşük oluşu.
- Ticari kredilerin yüksek oluşu ve döviz hareketleriyle oluşan dolaylı kredi riskleri.
- Kaynak ve aracılık maliyetlerinin yüksek oluşu.
- Kayıt dışı ekonomik değerin yüksek oluşu.



Tehditler

- Türk bankalarının dış borçlarının yüksekliği sektörün en önemli sıkıntılarından biri, ancak sektörün döviz likiditesinin yabancı para cinsinden kısa vadeli borçlarını karşılamak için yeterli olduğunu da belirtmemiz gerekiyor.
- Döviz kurlarının siyasi dalgalanmalara yüksek hassasiyet göstermesi.
- Türkiye jeopolitik risklerinin uzun bir süredir yüksek seyretmesi.
- AB üyeliği ile ilgili sürecin tıkanmış olması.
- Özel sektörün yüksek döviz borcunun, 2017 yılında Türkiye'nin en kırılgan noktasını oluşturması. Özellikle TL'nin değer kaybının öz kaynak ihtiyacını artırması.
- İnşaat firmalarının kullandığı kredilerin, bankalar için yüksek riskli varlık kategorileri arasında yer alması.
- Tasarruf oranlarının tüm çabalara rağmen düşük seyir izlemesi.

UFRS 9

Bankacılık sektörünün 2017 yılı boyunca en önemli gündem konusu 1.1.2018’de yürürlüğe giren UFRS 9 Standardı oldu. Mevcut yönetmeliğe göre önemli değişiklikleri beraberinde getirecek olan bu yeni standardın muhasebe ve raporlama süreçlerinin yansira bankaların kredi tahsis ve takip süreçlerini de değiştirmesi bekleniyor. Yeni standardın kredi fiyatlamalarına da önemli etkisi olması muhtemel.

Hali hazırda tüm bankalar için standart oranlar üzerinden hesaplanan genel ve özel karşılıklar yeni düzenleme ile her bankanın geçmiş ve en güncel ampirik bilgileri ile geleceğe ilişkin beklentileri doğrultusunda hesaplanmasını gerektiriyor. Bankacılık sektöründe standardın ertelenmesine ilişkin tartışmalar olsa da konuya ilişkin olarak Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurulu tarafından henüz bir açıklama yapılmadı.





Teknoloji Yatırımları ve İnovasyon

Son dönemlerde bankaların gündeminde en çok yer alan konuların başında Fintech (finansal teknolojiler) ve blockchain (blok zinciri) geliyor. Kuruluşlar dijitalleşme yol haritasını çıkardıkça, bu yöndeki stratejiler belirleniyor. Bir yandan Avrupa Birliği'nde geçerli olan PSD2 (Payment Systems Directive 2)'nin olası yerel uyarlamaları tartışılırken, diğer yandan crowdfunding (kitlese fonlama) ve P2P Lending (eşler arası finansman) gibi farklı finansman ve fonlama modelleri ortaya çıkıyor. Fintech girişimleri, bankaların iş modelini tehdit ederken, bankalar da bu gelişmelere inovasyon ve yatırımlarla yanıt vermeye çalışıyor. Bazı bankalar bu kuruluşlarla işbirliği yöntemine giderken, bazıları ise

rekabetçi çözümler geliştirerek kendi kuruluşları, çözümlerini veya yeni fikirleri kendi bünyelerinde oluşturuyor.

Benzer şekilde blockchain teknolojisi; aracısız, şeffaf, anonim ve güvenli değer paylaşımı vaadini sunarken, aynı şekilde bankaların merkezi ve regüle edilen yapılarına karşı yıkıcı bir unsur oluşturuyor. Bankalar ve diğer finansal kuruluşlar ise bu olası yıkımla mücadele etmek için kendi özel blockchain çözümlerini geliştirme yönünde ilerliyor. Dijitalleşmeye yönelik regülasyonlar ise bu yol haritası için anahtar niteliğinde. Direkt bankacılık, dijital kimlik, siber güvenlik, kamu ilişkileri ve e-devlet ile entegrasyon ve mali suçlarla mücadele hususları ise bu yol haritasında kritik önem arz ediyor.

Bankacılık sektörü ve siber güvenlik

Siber tehditlerin ve saldırıların öncelikli hedef aldığı ve her zaman da alması beklenen sektör olarak, bankacılık sektörü siber güvenlik önlemlerinin de en sıkı olarak alınması gereken alan olarak görünüyor. Ulusal siber güvenlik politikaları ışığında siber olaylara müdahale merkezi (SOME) yapılarının kurulması, bunun yanında kurumsal ve sektörel SOME yapılanmalar, bu yönde bankacılık için önemli bir koordinasyon ve yanıt verme yeteneği olarak karşımıza çıkıyor.

Ek olarak, SWIFT sistemine yönelik küresel çaptaki saldırılar, bu konuda bir müşteri güvenliği programının (CSP) oluşturulmasıyla sonuçlandı. Kişisel verilerin korunması kanunu uyarınca bankalar da müşteri ve çalışan

verilerini koruma altına alma yönünde çalışmalar yürütüyorlar. Halihazırdaki regülasyonlar nedeniyle ise bankalar her yıl detaylı sızma testi çalışmaları gerçekleştiriyor. Fakat son dönemde bankalara yapılan saldırıların adedinin ve çeşitliliğinin artışı düşünüldüğünde, bu çalışmaların önemli ancak tek başına yeterli olmayacağı görülebilir. Bankalar da, diğer tüm kritik kuruluşlar gibi uçtan uca uzanan bir siber güvenlik çerçevesi inşa etme ve işletme yönünde yatırımlar yapıyor. Bankaların son dönemde en çok yatırım yaptığı konular arasında, güvenlik olay yönetimi, loglama ve izleme süreçleri, güvenlik operasyon merkezleri, siber istihbarat ve zafiyet yönetimi konuları geliyor.



Endüstriyel Üretim

Sektörel Bakış

2018

kpmg.com.tr



Dünyada ve Türkiye’de eğilimler

Dünya, kendine yetebilen ve kendini yönetebilen insansız akıllı fabrikaların yükseliş çağına girdi. Endüstri 4.0 endüstriyel üretim yaklaşımını tüm dünyada kökten değiştirecek bir dönemin başlaması anlamına geliyor.

Bu değişimi tetikleyen en önemli neden dijital teknolojiler olarak karşımıza çıkıyor. Dijital teknolojiler sonrasında akıllı robotlar, Büyük Veri, Nesnelerin İnterneti, 3D baskı, bulut gibi gelişmeler, Endüstri 4.0 olgusunun ortaya çıkmasının en önemli etkenleri olarak düşünülebilir.

Kendi kendine yetmesi planlanan dijital zekaya sahip fabrikalarda, büyük verinin doğru analiz edilmesiyle hayata geçirilen sistemler sayesinde, nesnelerin birbirleriyle ve insanlarla iletişim kurması Endüstri 4.0 işleyişinin temel mantığını oluşturuyor. Bu iletişimle oluşan mekanizma, merkezi olmayan kararların alınması sorununu ortadan kaldırıyor ve verimlilik artıyor. Üretim süreçlerinde elde edilen veri, bu verinin hızlı bir şekilde kaydedilmesi, işlenmesi ve analiz edilmesini gerektiriyor. Büyük veri, üretim ve hizmet işletmelerinde süreçleri optimize etme, kaynakları verimli kullanma, kaliteyi koruma ve artırma amacıyla kullanılacaktır.

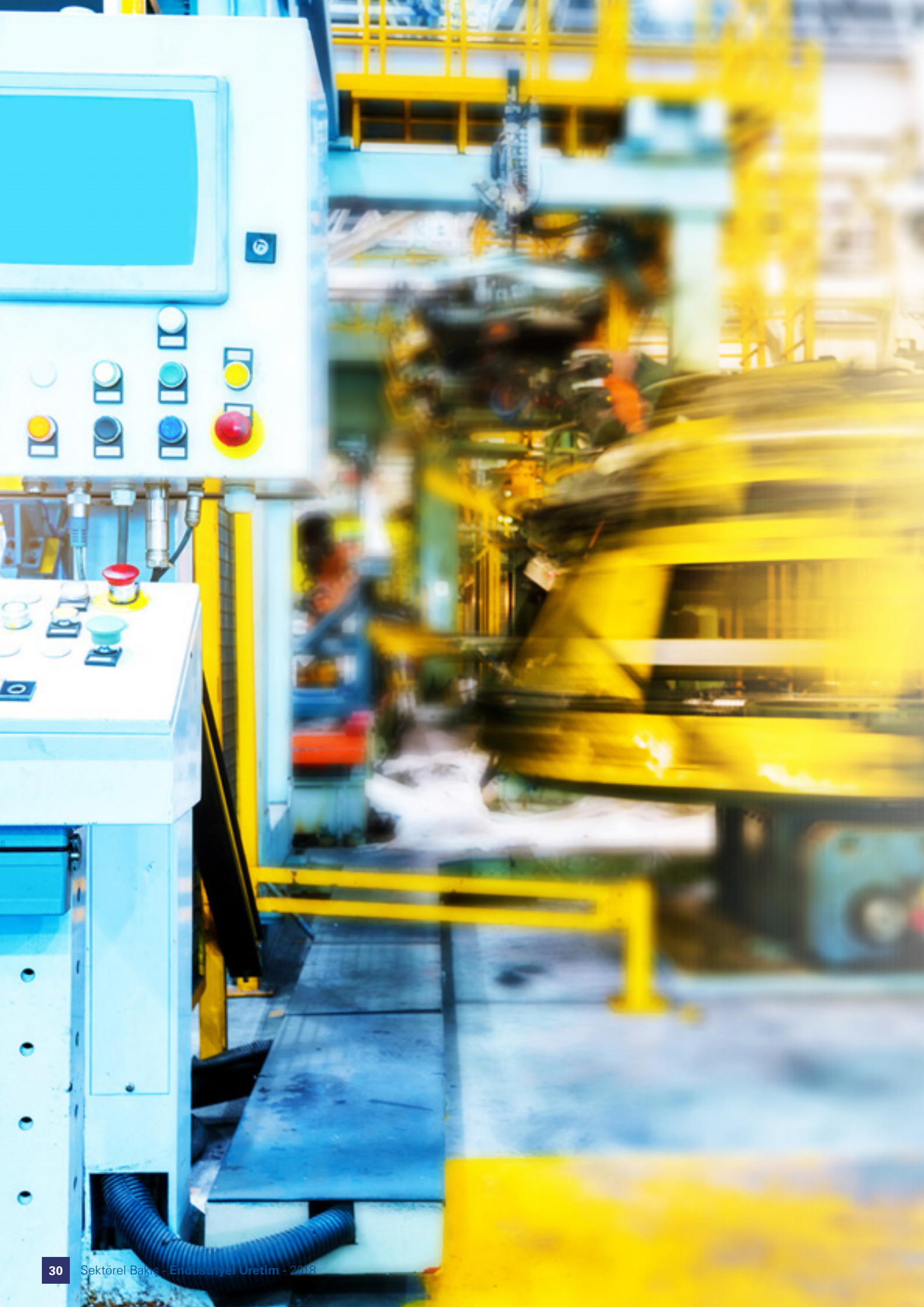
Endüstri 4.0’ı sadece bir teknolojik yatırım olarak görmek, konuyu küçümsemek anlamına geliyor. Endüstri 4.0, öncelikle geliştirilecek, uygulanacak ve sonrasında sonuçların değerlendirileceği bir projenin ötesinde değerlendirilmelidir.

Endüstri 4.0 döneminin en ilgi çekici başlığı robotlar ve yapay zeka olduğu için, tartışmalar da bu yönde gelişti. Büyük verinin yapay zeka

ile çalışan robot teknolojisine dönüşmesi sistemin hızını ve doğruluğunu artıracak bir gereklilik olarak öne çıkıyor. Basit anlatımıyla, fabrika içindeki makinelerin birbirine bilgi vermesi, ürünlerin kim tarafından ve ne zaman üretildiğinin otomatik olarak kaydedilmesi, robot-makinelerin sürekli ve insan çalışmasına uygun olmayan ortamlarda aynı verimlilikte çalışması hata olasılığını düşürecek. 2020 yılına gelindiğinde yapay zeka yaklaşık 1,8 milyon işi ortadan kaldırırken ortaya 2,3 milyon farklı yeni iş kolu çıkaracak olumlu bir sistem halini alacak.

Endüstriyel üretimde dijitalleşme ve teknolojiyle desteklenen agresif büyüme hedefleri de var. Özellikle Asyalı üreticiler, rekabetin koşullarını değiştiren bir büyüme motivasyonu, işgücü arbitrajı avantajlarını kullanarak hareket ediyor. Oluşan rekabetçi ortam Ar-Ge’ye yönelik yatırımların artmasını sağlayacak. Hız, kalite ve kar marjına öncelik veren inovasyon süreçlerinin hız kazanacağını öngörüyoruz. Küresel endüstriyel üretim alanının bir başka kritik başlığı tedarik zinciri süreçleri olarak öne çıkıyor. Tedarik zincirlerinin performansını ve barındırdığı riskleri sürekli değerlendirmek, maliyeti düşürmek, performansı artırmak, kırılmaları yönetmek ve hem sözleşmelerden hem de düzenleyici ortamdan doğan yükümlülüklerle uyum sağlamak bu başlığın çözümleri olarak sıralanıyor.

Tüm resmi değerlendirdiğimizde; endüstriyel üretim başarısının, doğru stratejilere, inovasyona, teknolojiye, tedarik zinciri süreçlerine ve tüm bu başlıkları uyum içinde yönetecek yetişmiş insan kaynağına bağlı olduğunu belirtmek gerekiyor.



Dünyada Endüstriyel Üretim Tahminleri

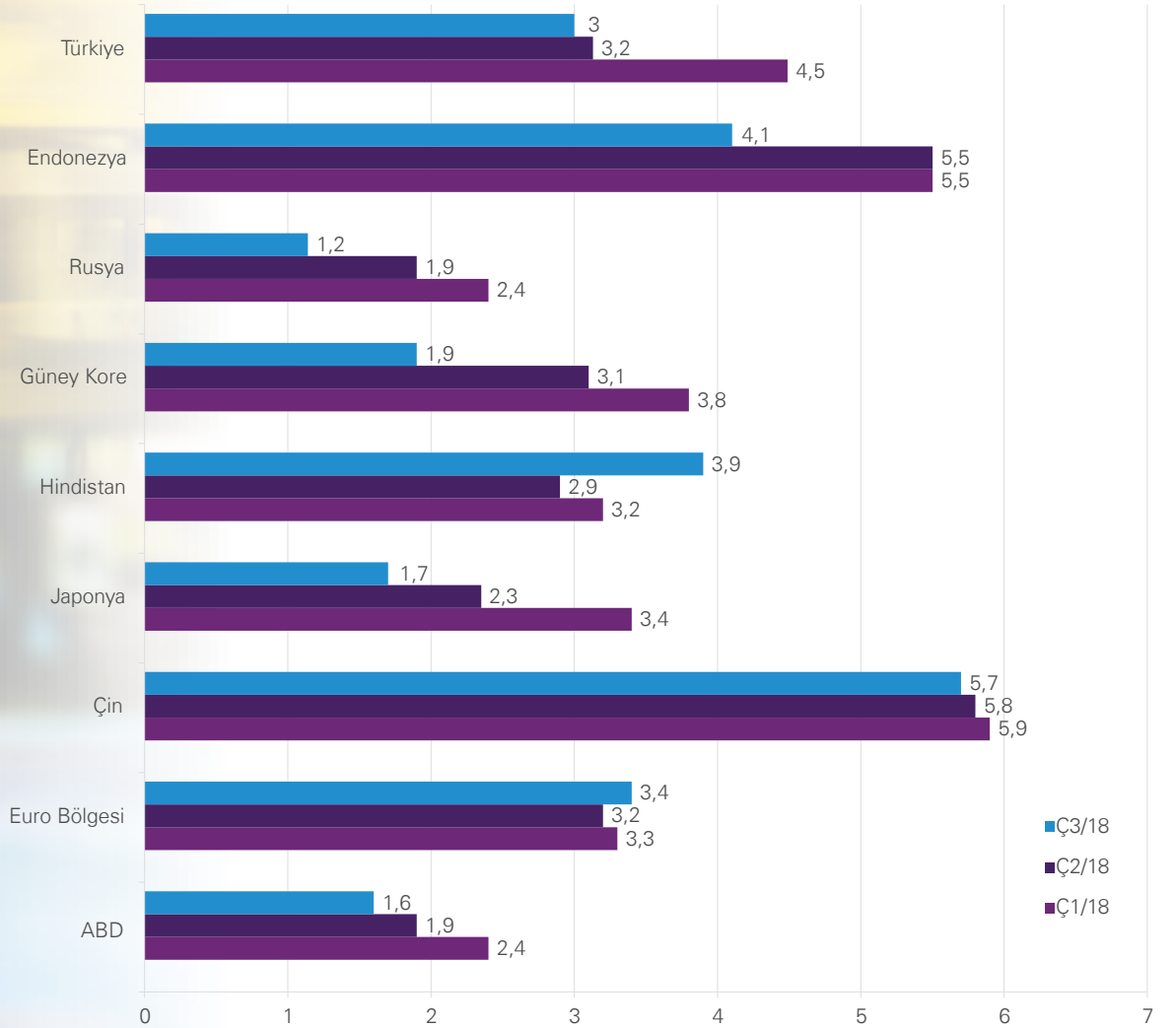
Endüstriyel üretim alanında ülkelerin 2018 büyüme tahminlerine göre, Asya pazarında Çin büyüme potansiyeli açısından öne çıkıyor. Kasım rakamları da dikkate alındığında Çin'in 2017'de yüzde 6'nın üzerinde büyüme gerçekleştirdiği, 2018'in ilk 3 çeyreğinde de küçük farklarla bu büyüme oranını koruyacağı öngörülüyor. Hindistan'ın üretim potansiyelinin 2017 4. çeyreğinde artması, 2018'in ilk iki çeyreğinde bir miktar düşerek, 2018 3. çeyrekte yine ivme kazanması bekleniyor. Güney Kore, 2017'yi iyi bir performansla kapatacak. Endonezya ise gelişmekte olan pazarların büyüme potansiyelini yansıtıyor. Endüstriyel üretim büyümesinin 2017 son çeyreğinde yüzde 6,5 oranını göreceği,

2018'de de biraz ivme kaybetse de büyümeyi sürdüreceği öngörülüyor.

Rusya, endüstriyel üretimde, ekonomideki sıkıntılı dönemle orantılı olarak küçük adımlar atabilir. 2017 son çeyreğinde, yüzde 2,7'lik büyüme beklenen endüstriyel üretim, 2018 boyunca da zayıf bir büyüme sürecinde olacak.

Gelişmiş pazarlara baktığımızda ise; ABD endüstriyel üretiminin 2018 yılında kademeli bir yavaşlama içine gireceği tahmin edilirken, Avrupa genelinin ise önümüzdeki 3 çeyrek boyunca yüzde 3 civarında istikrarlı bir büyüme potansiyeline sahip olacağı öngörülüyor.

Seçilmiş ülkelerde endüstriyel üretim büyüme oranları tahminleri



Kaynak: Tradingeconomics.com

Türkiye Pazarı





Türkiye’de Endüstriyel Üretim

Dünya endüstriyel üretim sektörünü etkileyen Endüstri 4.0 yaklaşımı, Türkiye’nin de öncelikli gündem maddesini oluşturuyor. Türkiye endüstriyel üretim sektörünün küresel başarısı, üretimde rekabet gücünü artırmak, sürdürülebilirlik, katma değeri yüksek ürün ve hizmet üretmekten geçiyor. Endüstri 4.0 yaklaşımının temeli de bu başlıklara dayanıyor.

Endüstri 4.0 konseptinin öncü firması olarak dikkat çeken Siemens’in Amberg fabrikası dijital fabrika konseptinin ilk başarı örneği kabul ediliyor. 10.000 m2’lik üretim alanında iş süreçlerinin yüzde 75’i makineler ve bilgisayarlarla yürütülüyor ve fabrikada 1000 farklı ürün, milyonda 12 hata oranıyla üretiliyor. Siemens’in çalışmaları, dijitalleşme başarısına bağlı olarak süreçlerin yüzde 25 ila 50 oranında kısılacağını, mühendislik giderlerinin yüzde 30’a kadar düşebileceğini ve yüzde 70’a varan oranlarda enerji tasarrufu yapılabileceğini kanıtıyor.

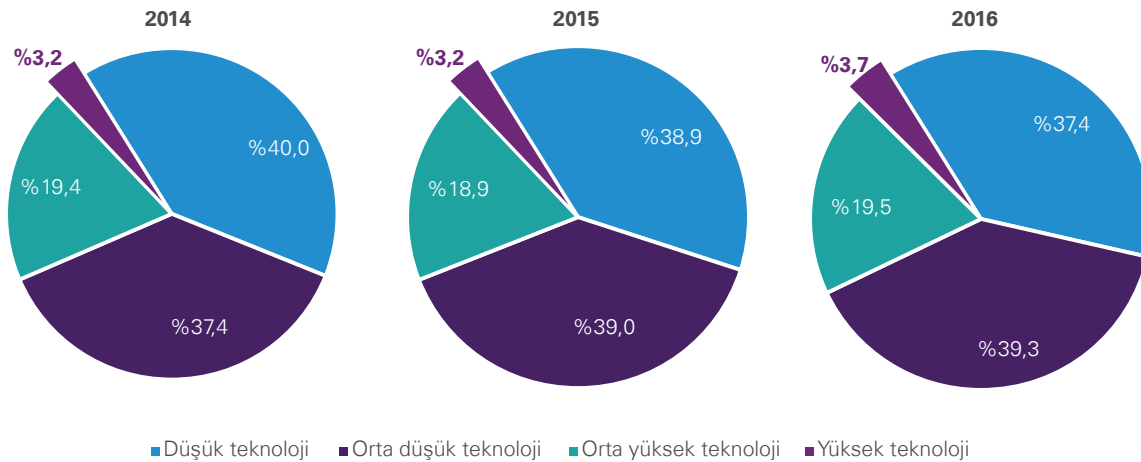
Ülkemizde Endüstri 4.0 alanında, T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından önemli bir adım atılarak “Sanayide Dijital Dönüşüm Platformu” kuruldu. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Türkiye ihracatçıları Meclis (TİM), Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği

(TÜSİAD), Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD), Uluslararası Yatırımcılar Derneği (YASED) ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) gibi kuruluşların görev alması planlanan platform, yeni endüstriyel üretim devrimine hazırlık düzeyini artırmayı amaçlıyor. Platform, dijitalleşme konusundaki farkındalığın artırılması ve endüstriyel üretim kuruluşlarının dijitalleşme süreçlerini başlatmasının yanı sıra, bu süreçleri yönetecek insan gücünün yetiştirilmesi ile ilgili de çalışmalar yapacak.

Bugün, Türkiye’deki endüstriyel üretim tesislerinin büyük bir çoğunluğu, süreçlerinde otomasyonu kullanmaları noktasında değerlendirildiklerinde Endüstri 2.0 ile 3.0 arasında bir konumda bulunuyor.

ISO 500 firmalarının teknoloji yoğunluklarına bakacak olursak, 2016 yılı itibarıyla 474 üretim sanayisi firmasından 192’si düşük teknoloji yoğunluklu sanayilerde faaliyet gösteriyor. Orta-düşük teknoloji yoğunluklu sanayilerde 149 firma varken, orta-yüksek teknoloji yoğunluklu sanayilerdeki firma sayısının da 121 olduğu görülüyor. Yüksek teknoloji yoğunluklu sanayilerde faaliyet gösteren firma sayısı ise 2016 yılında sadece 12 olarak ortaya çıkıyor.

ISO 500’de teknoloji yoğunluklarına göre yaratılan katma değer dağılımı



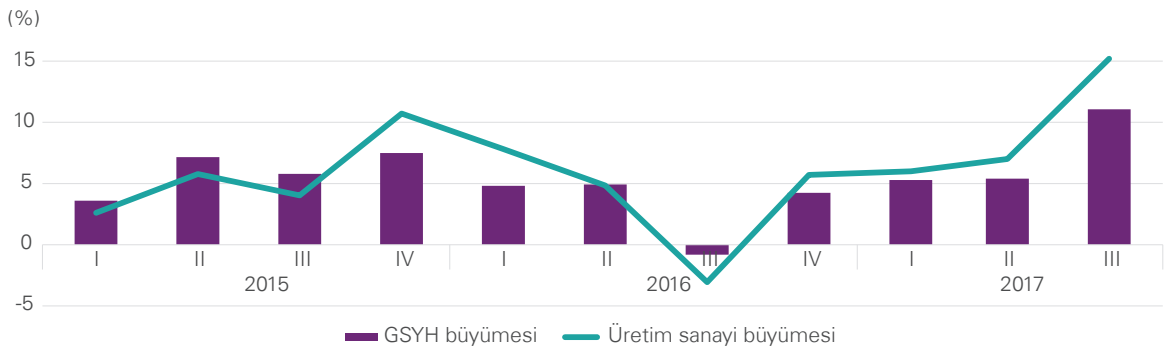
Kaynak: İstanbul Sanayi Odası

GSYH ve Endüstriyel Üretim

Türkiye 2016'nın 3. çeyreğine kadar olumlu bir tablo çizerek düzenli olarak büyüdü. Ancak 2016 3. çeyreğinde siyasi çalkantılar sonrası sert bir daralma yaşandı. Endüstriyel üretimin bu hareketliliğe uyum sağladığını ve GSYH ile birlikte hareket ettiğini görüyoruz. 2016 3. çeyreğinde GSYH'nin yüzde -0,8 oranını görmesi, endüstriyel üretim sektörünün de yüzde -1,8 oranında gerçekleşmesinden kaynaklandı. 2016 yılının son çeyreğinde

toparlayan sektör, GSYH'yı da beraberinde yukarı çekti. 2017 yılının ilk iki çeyreğinde ise üretimdeki büyümenin etkisiyle, GSYH birinci ve ikinci çeyrek sırasıyla, bir önceki yılın aynı dönemlerine göre yüzde 5,2 ve yüzde 5,4 oranında arttı. GSYH 2017 3. çeyrekte 11,1 değerinde gerçekleşti. Üretim sanayisinin 15,2 oranındaki büyümesinin bu değerde önemli etkisi var.

Üretim sanayisi hasılası ve GSYH, 2015-2017



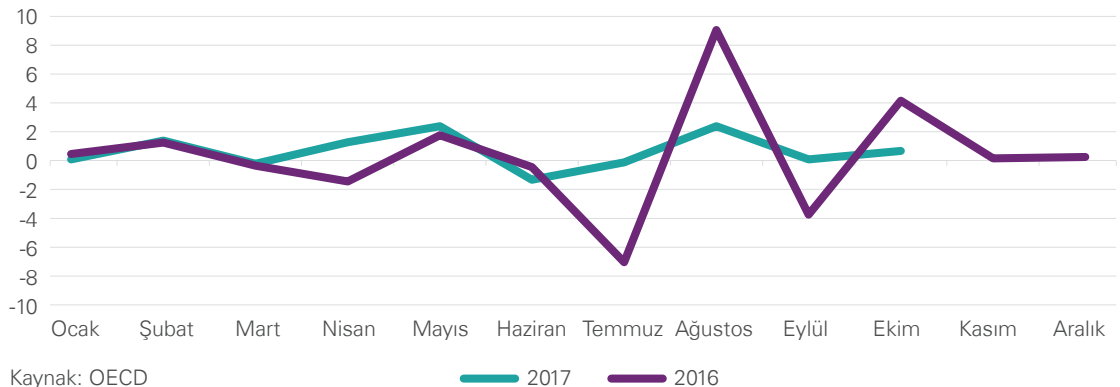
Kaynak: TÜİK, Dönemsel Gayrisafi Yurtiçi Hasıla, III. Çeyrek: Temmuz - Eylül, 2017

Sanayi üretim endeksi

Ülkemizde 2016 yılının ikinci yarısından itibaren ekonomide yaşanan olağanüstü hal ile üretim endeksleri sert bir düşüş göstermişti. Geçtiğimiz yıl Ağustos'ta toparlanan endeks, Eylül'de yine düşüş eğilimine girdi, sonraki 3 ay ise Ağustos düzeyinde devam etti. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2017 yılı Sanayi Üretim Endeksi verilerini incelediğimizde, 2017 yılının Ocak ayının bir önceki aya oranla yüzde 1,3 artışla yıla başladığını izliyoruz. Şubat ayında yüzde 0,4 oranında düşen endeks, Mart ve Nisan aylarında artışa geçti. Mayıs ve Haziran

aylarında ciroda düşüş oldu ve Temmuz ayında yüzde 2,2 arttı. Ciroda Ağustos ayında yüzde 0,1 oranında bir düşüş oldu. Düşüşe rağmen bu rakam bir önceki yılın aynı döneminden yüzde 5,2 yüksek gerçekleşti. Ağustos ayında, Mayıs'taki 2,3 büyüme oranını tekrar yakalayan üretim endeksi Eylül ayında düştü ve Ekim ayında yüzde 0,6 gibi düşük bir oranda artış gösterdi. 2016 yılının Ekim ayını takip eden 2017 yılı süresince, üretim endeksinin yukarı yönlü bir ivme yakalayamadığı ve durağan seyrettiğini söyleyebiliriz.

Sanayi Üretim Endeksi , Aylık Değişim

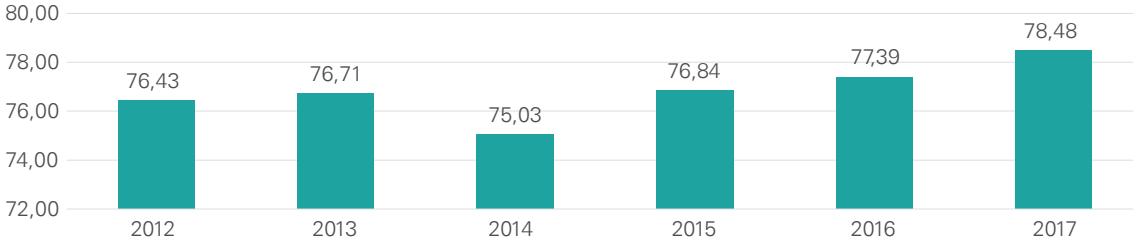


Kaynak: OECD

Kapasite kullanım oranı

2016 yılında endüstriyel üretim kapasite kullanım oranının yıl geneli ortalaması 77,39'dur. 2017 Kasım ayı verilerine göre kapasite kullanımında, geçtiğimiz yılın ortalaması aşıldı ve oran yüzde 78,48 olarak gerçekleşti. Kapasite kullanım oranlarındaki artış özellikle ihracatta yaşanan pozitif iyileşme ve dönem boyunca iç tüketimde görülen artışla açıklanabilir.

Mevsimsel etkilerden arındırılmış üretim sanayisi kapasite kullanım oranı (ağırlıklı ortalama - yüzde)

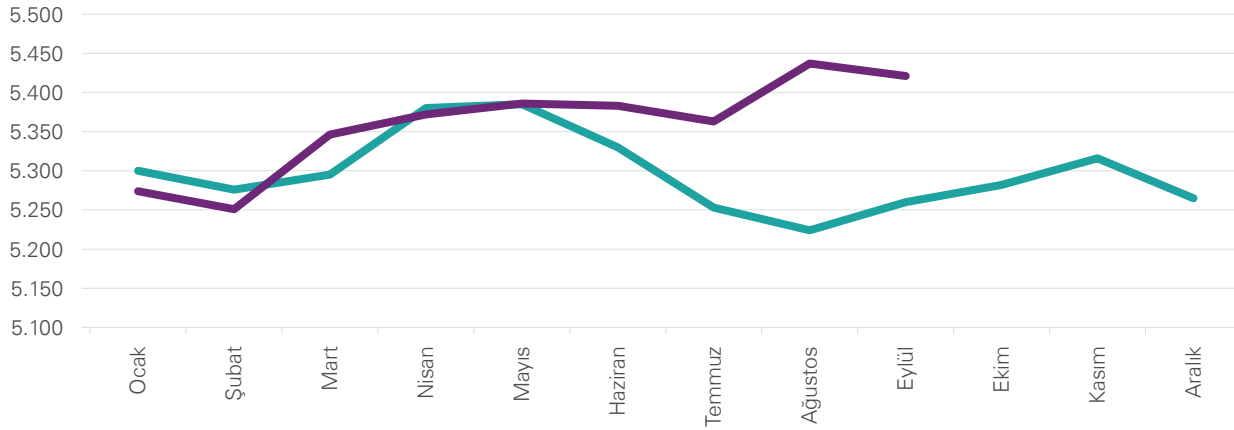


Kaynak: TCMB

İstihdam

2017 yılı istihdam sonuçlarını incelediğimizde, Eylül ayı itibarıyla ülkemizde toplam 28 milyon 797 bin kişinin istihdam edildiğini görüyoruz. Eylül sonu itibarıyla endüstriyel üretim sektöründe çalışan kişi sayısı 5,5 milyonu aştı. Üretimde çalışanların toplam istihdam içindeki payı ise bu yılın Eylül ayında yüzde 18,8 olarak gerçekleşti. Üretim sektöründe istihdam edilen 5,5 milyon kişinin, 5 milyona yakını imalat, 282 bini elektrik, gaz, su temini ve kanalizasyon, 150 bini ise madencilik ve taş ocağı alt sektörlerinde çalışıyor.

Sanayi sektörü istihdamı (bin kişi)



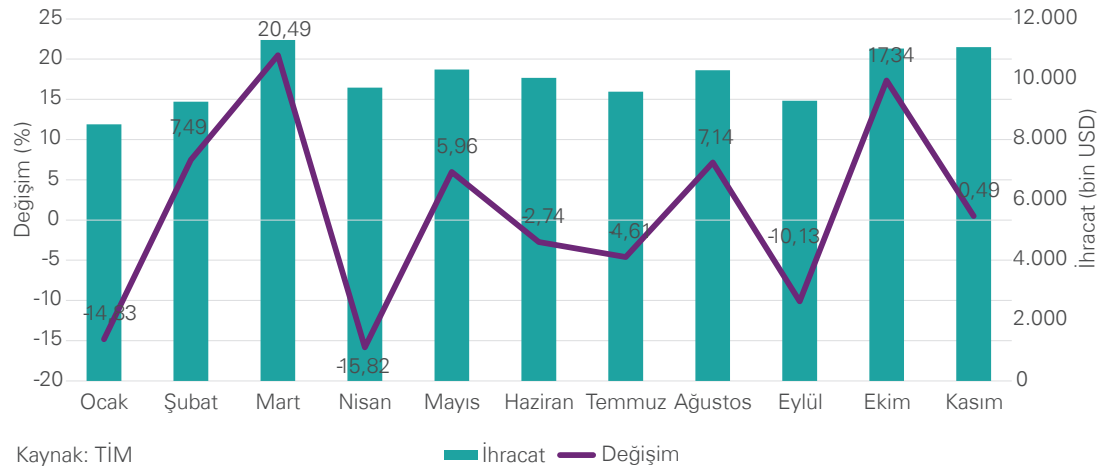
Kaynak: TÜİK, İşgücü İstatistikleri

— 2016 — 2017

İhracat

TİM verilerine göre 2017'nin ilk 11 ayında ihracat yüzde 10,7 artışla 142 milyar 663 milyon dolar olarak gerçekleşti. Böylece bu yılın ilk 11 ayında 2016'da yapılan toplam ihracat rakamına ulaşılmış oldu. Endüstriyel üretim ihracatında 2016 Ocak-Kasım döneminde 97 milyar 631 milyon dolar düzeyinde gerçekleşen rakamlar, 2017'de artış gösterdi. 2017 Ocak ve Kasım dönemleri arasında ihracat rakamı 110 milyar 405 milyon dolar düzeyinde gerçekleşti. Yüzde 13,1 oranındaki bu artış sonrasında endüstriyel üretimin ihracat toplamındaki payı yüzde 77'i aştı. 2017 yılının ihracat rakamlarını aylar bazında değerlendirdiğimizde en yüksek rakamlara Mart ve Ekim aylarında ulaşıldığını, en düşük değerlerin ise Ocak ve Nisan aylarında gerçekleştiğini görüyoruz.

Sanayi sektörü ihracatı ve değişimi, 2017



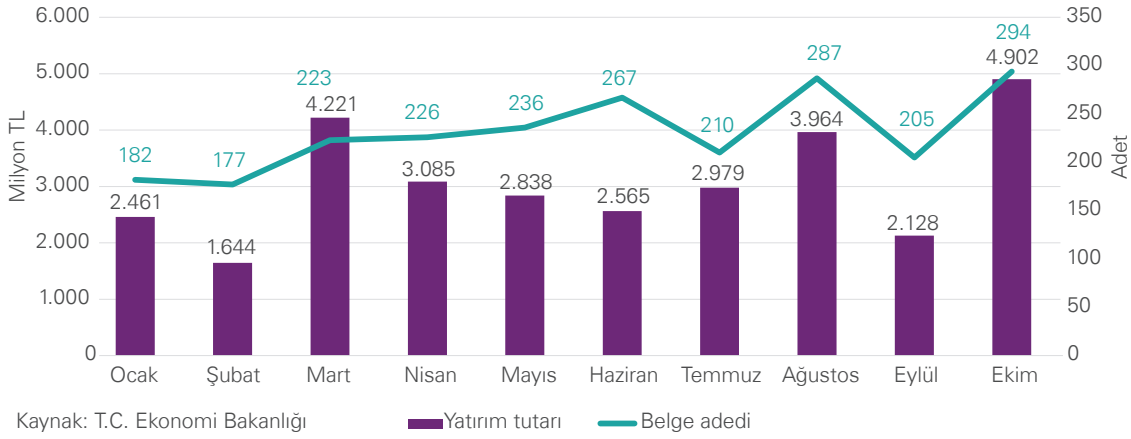
Yatırım teşvikleri

2016 yılında tüm sektörlerle yönelik yatırım teşvik belgelerinin toplam rakamı 5122 adet, endüstriyel üretim sektörüne yönelik belgelerin toplamı ise 1797 olarak gerçekleşmişti. Tüm sektörler toplam 97 milyar 961 milyon TL yatırım alırken, endüstriyel üretim 24 milyar 95 milyon TL yatırım almıştı.

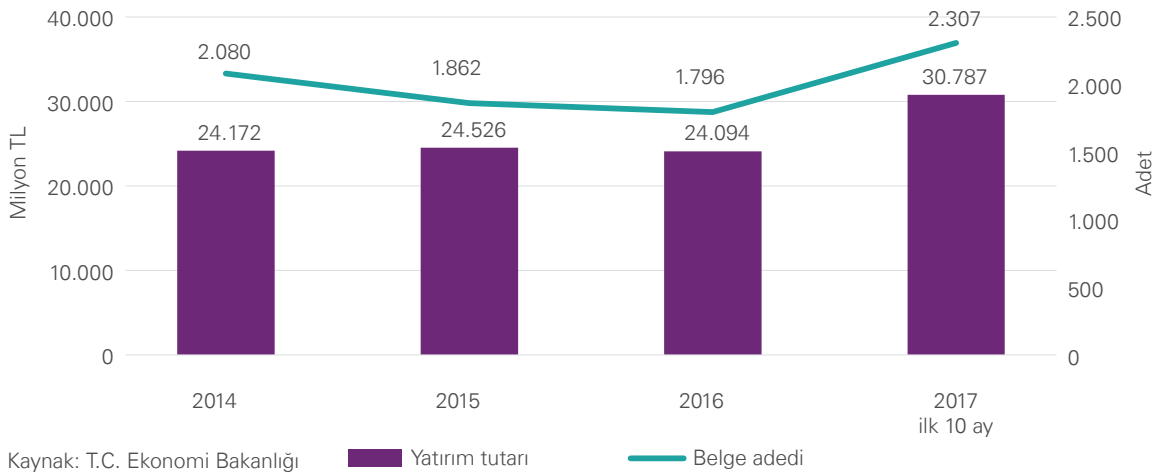
2017 Ekim sonuna kadar tüm sektörlerde verilen yatırım teşvik belge adedi 6266 oldu. Tüm sektörlerin 10 aylık dönemde aldığı yatırım tutarı ise 84 milyar 137 milyon TL olarak gerçekleşti. Endüstriyel üretim sektörü belge adedi 2307 olurken, yatırım tutarı da 30 milyar 787 milyon TL oldu. 2016 yılıyla karşılaştırıldığında üretim sektörü belge adedinin yüzde 28,4 ve yatırım tutarının ise yüzde 27,8 arttığını görüyoruz. 2017 yılsonuna kadar gerçekleşen belge adedi ve yatırım tutarlarıyla bu oranlar artış gösterebilir.

Son 4 yıllık dönemi karşılaştırdığımızda ise, ilk 3 yıl belge adedi ve yatırım tutarında büyük farklar olmadığını, 2017 yılında ise 4 yılın en yüksek rakamlarına ulaşıldığını görüyoruz.

Yatırım Teşvik Belgesi ve yatırım tutarları, 2017



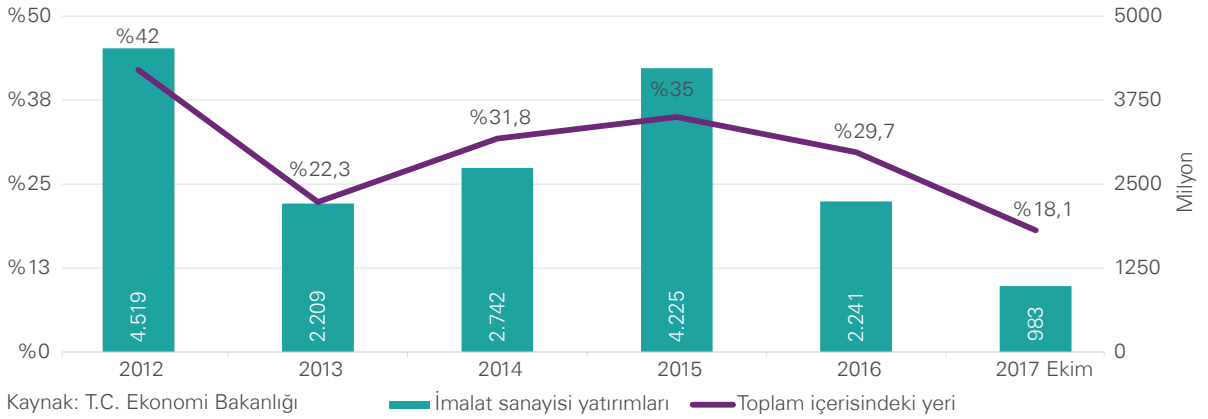
Yatırım Teşvik Belgesi ve Yatırım Tutarları, 2014 - 2017



Doğrudan yabancı yatırımlar

2017 yılının ilk 10 ayında uluslararası doğrudan yatırım girişleri kaleminde yer alan sermaye girişi toplam 5,4 milyar dolar olarak gerçekleşti. 2016 yılı toplamı ise 7,5 milyar dolardı. Endüstriyel üretim sektörünün 2017'nin ilk 10 ayında aldığı toplam yatırım 983 milyon dolar oldu ve toplam doğrudan yabancı yatırımların yüzde 18,1'ini oluşturdu.

Sanayide Doğrudan Yabancı Yatırımlar



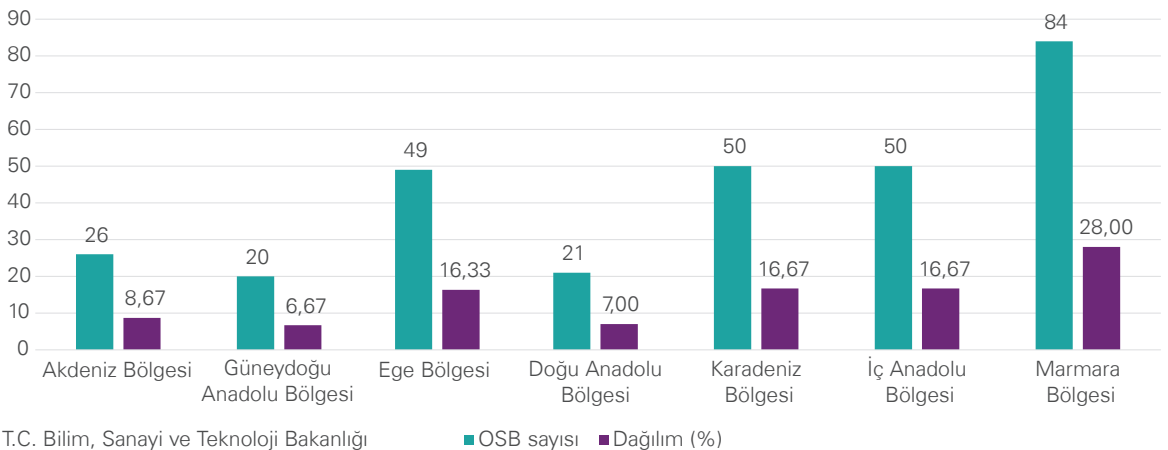
Son 10 yıllık dönemde görülen en düşük doğrudan yabancı yatırım tutarı 2010 yılında 924 milyon dolar olarak gerçekleşmişti. 2017 yılının son 2 ayında gerçekleşen büyük bir yatırım tahmini olmadığı göz önünde bulundurulduğunda, 2017 yılı son 10 yılda uluslararası doğrudan yatırım girişlerinin en az olduğu ikinci yıl olarak tamamlanacak. Bu sonuçta, geçtiğimiz yıl olduğu gibi bu yıl da, küresel ekonomilerin yaşadığı olumsuz gelişmelerin ve ülkemizin içinde bulunduğu zorlu jeopolitik ve makroekonomik sıkıntılarının etkisi var.

Önemli sektör oyuncularını

İhracattaki yüzde 77'lik payı ile Türkiye ekonomisinin taşıyıcı sektörü durumunda olan endüstriyel üretim sektörü, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu'nun 2017 Eylül raporlarında belirtilen rakamlara göre şu anda Türkiye'de elektrik sisteminden sanayi başlığıyla elektrik kullanan 60.495 kuruluşta oluşuyor. 2016 Eylül ayında endüstriyel üretim kuruluşu sayısı 60.731 idi.

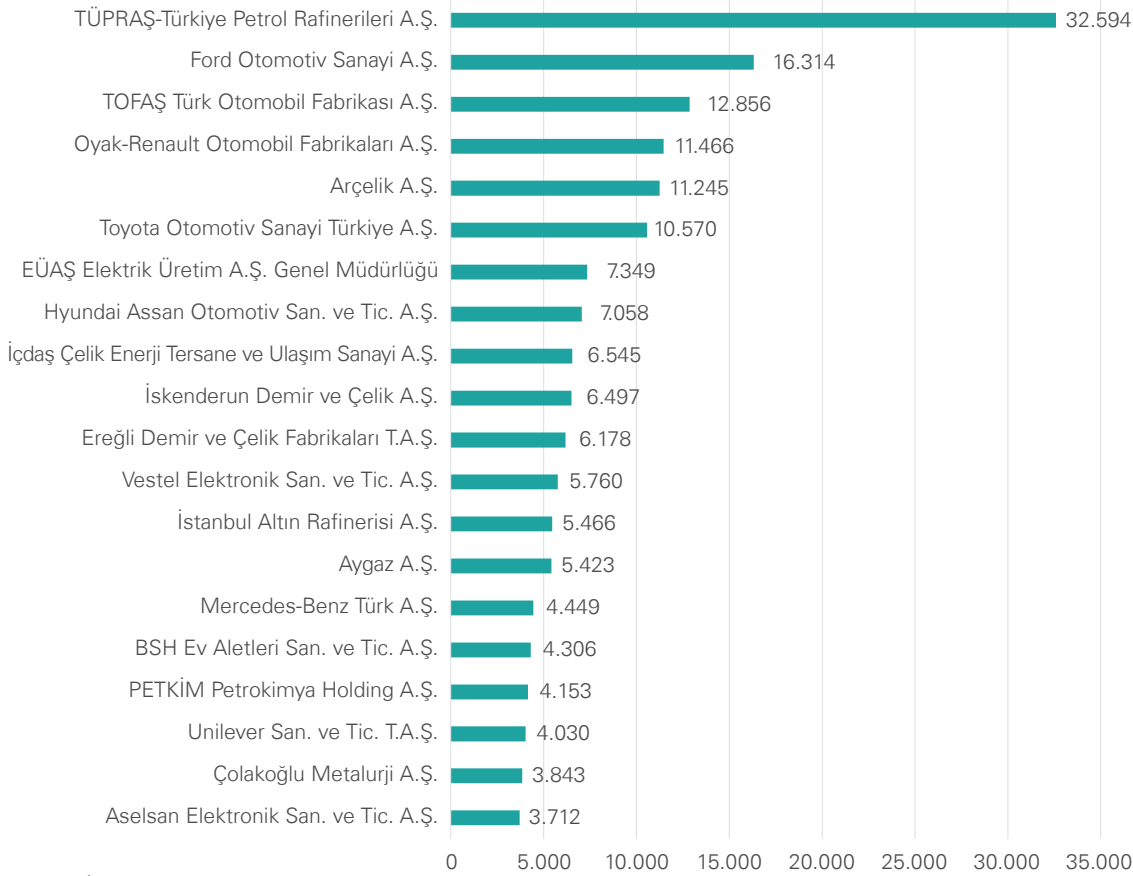
Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 2017 Kasım ayı verilerine göre Türkiye'de 300 adet Organize Sanayi Bölgesi (OSB) bulunuyor. OSB'lerin yüzde 28'i Marmara, yüzde 16,67'si İç Anadolu, yüzde 16,67'si Karadeniz, yüzde 16,33'ü Ege, yüzde 8,67'si Akdeniz, yüzde 7'si Doğu Anadolu ve yüzde 6,67'si de Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde bulunuyor.

Bölgelere göre OSB sayıları ve dağılımları



İstanbul Sanayi Odası tarafından 1968 yılından beri düzenli hazırlanan Türkiye'nin en önemli sanayicilerinin sıralandığı "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" listesinin 2016 sonuçları, Temmuz 2017'de yayımlandı. Buna göre ISO 500 sanayi kuruluşları 2016 yılında Türkiye ihracatının yüzde 38,7'sini gerçekleştirdi.

Türkiye'nin en büyük 20 sanayi kuruluşu (üretimden satışlara göre) milyon TL



Kaynak: İstanbul Sanayi Odası, Temmuz 2017

Listenin ilk 50 şirketi üretimden satışlar toplamının 241 milyar TL'sini gerçekleştiriyor. Bu rakam 500 şirketin toplamının yüzde 48,8'ini oluşturuyor. İkinci, üçüncü ve sonraki 50'lik gruplarda toplam üretimden satış ağırlıkları azalıyor. İkinci 50'lik grubun üretimden satışları 64 milyar lira ile yüzde 13,1 ve 101-150 arasındaki şirketler de 42 milyar lira ile üretimden satışlar içinde yüzde 8,5 pay alıyor.

İSO 500, üretimden satışlarda ellilik gruplara göre dağılım

	Üretimden satışlar (milyon tl)	Pay (%)
1-50	241.303	49,2
51-100	63.697	13,1
101-150	41.580	8,5
151-200	32.325	6,6
201-500	110.868	22,6
Toplam	490.043	100

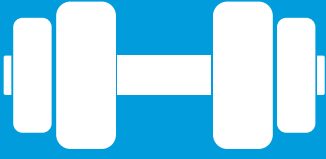
İSO 500'ün toplam faaliyet karı 2015 yılında 44,1 milyar TL iken 2016 yılında yüzde 18,6 artışla 52,4 milyar TL'ye yükseldi. Böylece faaliyet karlılık oranı yüzde 8,7'den yüzde 9,4'e çıktı.

İSO 500 şirketlerinin mali borçlarının 2014 yılında 140 milyar TL olarak gerçekleşmişti. Bu oran 2015 yılında yüzde 25,1 oranında artarak 175 milyar TL'ye ulaştı. 2016 yılında yüzde 18,8'lik artışla 207 milyar liraya yükseldi. Üretimden satışların yüzde 7-8 oranında arttığı bir dönemde mali borçların bu denli yükselmesi endüstriyel üretim sektörünün mali yükünün ağırlığını kanıtıyor. Aynı dönemde Türk Lirası karşısında dolar yüzde 50'nin, euro ise yüzde 30'un üzerinde değer kazandı. Paritelerde görülen sert yükselişin özellikle mali borçları döviz cinsinden olan üreticiler üzerinde etkisi olduğunu düşünüyoruz. Endüstriyel üretim sektörü firmaları yüksek mali yükün yanı sıra, mali borçların vade yapısıyla ilgili de sıkıntı yaşıyor. Kısa vadeli mali borçların, toplam mali borçlara oranı dünya genelinde yüzde 25 düzeyinde olmasına rağmen, Türkiye'de endüstriyel üretim firmaları için bu oran yüzde 38 düzeyinde gerçekleşiyor.

	Değerler (milyon TL)		
	2014	2015	2016
Toplam mali borçlar	139.526	174.506	207.366

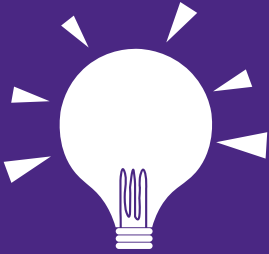
Endüstriyel üretim sektörü durum analizi





Güçlü yönler

- Endüstriyel üretimin hükümet politikaları nezdinde öncelikli bir alan olması.
- Türkiye'nin üretim ve ihracat anlamındaki pazar çeşitliliği.
- Endüstriyel üretimin ihracat potansiyelinin yüksek olması.
- İç ve dış müşteri tabanının sürekli genişlemesi.
- Sanayi ve üniversite işbirliklerindeki artış.
- Öz kaynaklar ile tarıma dayalı endüstriyel üretimin avantajlı bir konumda olması.
- Kapasite kullanım oranlarının yükseliş eğilimine girmiş olması.
- Giyim, yaş meyve, pamuk, demir çelik ve kauçuk gibi alt gruptaki üretim gücünün, son yıllarda motorlu taşıtlar, alüminyum, plastik, mobilya, kıymetli metaller ve taşlar konularında da artması.



Fırsatlar

- Endüstri 4.0, Türkiye'nin endüstri atılımını gerçekleştirmesi için önemli bir fırsat. Bu amaçla hazırlanan Endüstri 4.0 yol haritası ve Ankara Organize Sanayi Bölgesinde kurulacak model Endüstri 4.0 fabrikası sektörü geleceğe taşıyacak adımlar için fırsat oluşturuyor.
- 2017'de hayata geçirilen Kredi Garanti Fonunun, reel sektör ve finansal kesim arasında bir teminat kaldırıcı etkisi yapması bekleniyor. KGF, KOBİ'ler için önemli fırsatlar yaratabilir.
- Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı nezdinde özellikle inovasyon konusunda endüstriyel üretim kuruluşlarına yönelik teşvik politikalarının sürekliliğinin sektör için önemli bir destek unsuru olmaya devam etmesi.
- Enerji dönüşümü ile sektör için oldukça ilgi çekici hale gelen fırsatlar.
- Avrupa'da toparlanan ekonomiler ve dünya ekonomisinin döngüsel bir büyüme dönemine girmiş olması, sektör ihracatı açısından önemli bir fırsat.
- TOBB ve Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı girişimiyle kurulan 'Otomobil Yerli Üretim Ortak Girişim Grubu'nun 2019'da Türkiye'nin yerli otomobil prototipini oluşturması ve 2021'de yerli otomobili satışa sunması endüstriyel üretim sektörü için gelişim fırsatları yaratıyor.



Zayıf yönler

- Ekonomik ortamın belirsizliği, jeopolitik riskli ortam ve dış ilişkilerdeki gerilimler.
- Üretimde standardizasyon sorunları, denetimlerde uygunsuz ürün oranlarının yüzde 30 düzeyinde seyretmesi.
- Özellikle mühendis düzeyinde yetişmiş işgücü eksikliği.
- İnovasyon kültürünün eksikliği ve Ar-Ge alanında yapılan yatırımların yoğun desteğe rağmen hala düşük seyrediyor olması.
- İşletme maliyetlerinin yüksekliği.



Tehditler

- Dünyanın ve Türkiye'nin içinde bulunduğu jeopolitik riskler, ekonomik büyümeyi ve endüstriyel üretim karlılığını olumsuz yönde etkiliyor.
- Hükümet ekonomik aktivitede canlanmayı destekleyen, finansal istikrarı koruyan ve güçlendiren gerekli tedbirler almayı sürdürüyor ancak ekonomik güvensizlikler bu tedbirlerin etkilerinin ekonomik faaliyetlere yansımaları yavaşlatıyor.
- Dövizdeki sert hareketler ve küresel faiz oranlarındaki yükseliş endüstriyel üretim sektöründe karlılığı ve sermaye birikimini olumsuz etkiliyor.
- Endüstriyel üretim kuruluşlarının finansman giderlerinin yüksek olması, yatırımların borçlanmaya dayalı yapılması kuruluşların sağlıklı olmayan bir finans döngüsüne girmesine neden oluyor.
- Mevcut ve ulaşılan finansal kaynakların son derece maliyetli olmasının yanı sıra, yatırımlar ve işletme maliyetlerinde yeni kaynaklara ulaşma zorluğu da sektör için önemli bir tehdit oluşturuyor.
- Asyalı üreticilerin küresel pazardaki yükselişleri sürüyor.

Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri

Endüstri 4.0'a geçişte firmaların, sektörlerin ve dolayısıyla ülke ekonomilerinin en önemli ihtiyacı inovasyon faaliyetlerinin artırılmasıdır. Türkiye'de bu ihtiyaç çerçevesinde inovasyon faaliyetleri teşvik ediliyor. Sanayi Bakanlığı verilerine göre şu anda faaliyette olan 128 tasarım merkezinin 15'i üretim sanayisi başlığı altında toplanıyor.

2017 yılı sonu itibarıyla Türkiye'deki Ar-Ge merkezi sayısı ise 726. Bu Ar-Ge merkezlerinin yoğunlaştığı ilk dört alan ise; 100 adetle makine ve teçhizat üretimi, 85 adetle otomobil yan sanayi, 67 adetle yazılım ve 55 adetle bilişim teknolojileri.



2018-2020 yıllarını kapsayan Orta Vadeli Program (OVP), endüstriyel üretim sektörü için öngörüler sağlıyor. Programda belirlenen iki temel amaç doğrudan sektöre dokunuyor: Yüksek katma değerli üretimin yaygınlaştırılması ve iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesi.

Programda öncelikli olduğu belirtilen üretim sanayisi için bu amaçla büyük OSB'lerde tasarım ve dijital dönüşüm merkezlerinin kurulacağı, ilaç ve tıbbi cihaz sanayisi, raylı sistem, havayolu araçları, savunma sistemleri, enerji ekipmanları, bilişim ve haberleşme sistemleri alanlarına öncelik verileceği ve proje bazlı teşvik sisteminin tanıtımına ağırlık verileceği açıklandı.

Program döneminde üretken alanlara yönelik yatırımlarla desteklenen, verimlilik artışına dayalı bir büyüme stratejisiyle her yıl yüzde 5,5 oranında büyüme hedefleniyor. Öngörülen verimlilik artışının özel kesim yatırımları ve yapısal reformlarla sağlanması bekleniyor.

Öte yandan cari dengede sürdürülebilirlik için ihracatın artırılması hedefleniyor. Bu amaçla yüksek teknolojlili ürünlerin ihracatına yönelik desteklerin, sektörlerin ihtiyaçları doğrultusunda çeşitlendirileceği ve ihracatçıların kur riskini azaltmak amacıyla İhracatta Döviz Kuru Riski Sigorta Sisteminin kurulacağı belirtiliyor.

Endüstri 4.0, Türkiye endüstriyel üretim sektörü için kritik bir kırılma noktasına işaret ediyor. Geride bıraktığımız yıl içinde yaşanan gerek politik/makroekonomik gelişmeler gerek yıkıcı teknolojilerdeki gelişmeler, gelecek dönemde değişken ve -dönüşüme ayak uydurmakta geri kalanlar için- zorlayıcı zamanlara işaret ediyor.

Akıllı robotik teknolojiler, 3D ve hatta 4D yazıcılar, yapay zeka ve veri yönetimindeki yeni yaklaşımlar hem üreticilere hem tedarik zincirine zaman tasarrufu sağlayacak, verimliliği artıracak, maliyeti düşürecek, aynı zamanda da tüketicilerden gelen talebi en iyi şekilde karşılayacak. Bu nedenle endüstriyel üretim sektörünün dijitalleşmede en önemli ortağı yazılım sektörü. İki sektör arasında işbirliği ve stratejik ortaklıkların sayısında önümüzdeki yıllarda artış bekliyoruz.

Son olarak Endüstri 4.0'ın çalışanların süreçlere olan etkisini azaltmadığını, ancak yönünü ve rolünü değiştirdiğini belirtelim. Üretim sektöründe veri analistlerinin ve satış ekiplerinin önemi her geçen gün artıyor. Yaratıcılık ise tüm zamanlardan daha önemli bir yetkinlik olarak geleceğin inşa edilmesinde rol oynayacak.



Enerji

Sektörel Bakış

2018

—

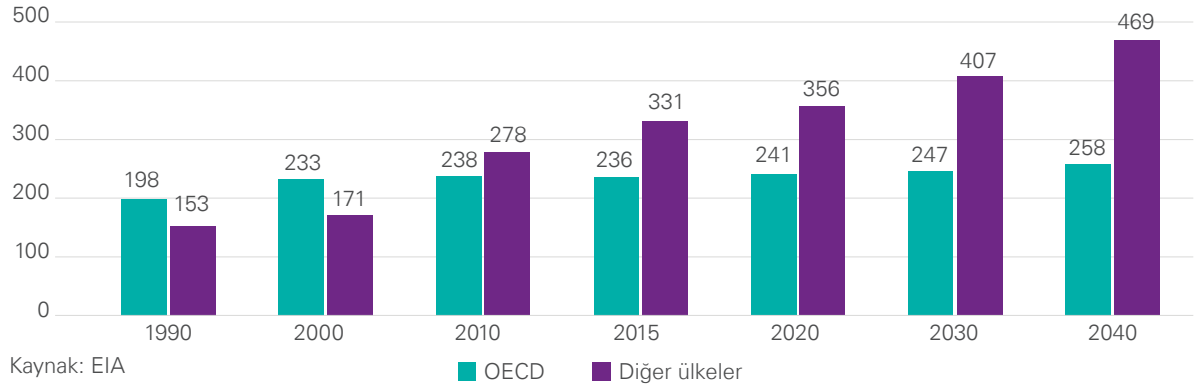
kpmg.com.tr



Dünyada ve Türkiye’de eğilimler

Fosil yakıt rezervlerinin riskli limitleri, enerjinin sürdürülebilir kalkınmadaki önemini giderek artırıyor. Küresel enerji tüketiminin 2040 yılına kadar yüzde 28 artacağı öngörülüyor. Bu artışın büyük bir bölümü OECD dışında kalan ve gelişmekte olan ülkelerden kaynaklanacak. Gelişmekte olan ülkelerin yüksek ekonomik büyüme oranları enerji tüketimlerini artırıyor. Başta Çin ve Hindistan olmak üzere, OECD dışında kalan ülkelerin enerji tüketimi, OECD ülkelerinin toplam enerji tüketimini geride bırakıyor ve bu fark önümüzdeki yıllarda daha da artacak.

Dünya enerji tüketimi, katrilyon BTU



Enerjide değişen coğrafi ve ekonomik dengeler, enerji piyasalarının değişimlere uzun dönemli çözümler üretme zorunluluğunu ortaya koyuyor. Enerji politikaları, yeşil enerji, yeni teknolojiler ve müşteri davranışları enerji pazarının gündemindeki öncelikli konular olarak ortaya çıkıyor. Öngörülerin gerçekleşmesi durumunda, yenilenebilir enerji dünyanın en hızlı büyüyen enerji kaynağı olarak öne çıkacak. Günümüzde ise yenilenebilir enerji üretimi konusunda Avrupa, küresel liderliği elinde tutuyor.

Yenilenebilir enerji kaynaklarındaki bu artışa rağmen kömür, petrol ve doğal gaz 2040’a kadar ana enerji kaynakları olarak konumlarını koruyacak ve küresel enerji tüketiminin yüzde 77’si 2040’ta hala fosil yakıtlardan sağlanıyor olacak. Fosil yakıtlar arasında doğal gazın en hızlı büyüyen enerji türü olması bekleniyor. 2017 yılı ortalamasında, küresel enerji tüketiminin yüzde 33’ü petrol ve sıvı yakıtlardan gelirken, 2040’a gelindiğinde bu oran hafif bir düşüş ile yüzde 31 düzeyinde gerçekleşecek. Ancak bu düşüşün, gelişmekte olan ve günümüzde geri kalmış ancak 2040 vizyonunda büyük ilerleme gerçekleştirmesi beklenen ülkelerin artacak enerji talebine rağmen gerçekleşecek olması umut verici.

Dünya genelinde nükleer enerji tüketimi ise 2018-2040 arası dönemde 1,5 kat artacak. Nükleer enerjinin de öngörülen bu artışla birlikte dünyanın en hızlı büyüyen ikinci enerji kaynağı olması bekleniyor.

Artan enerji talebi ve enerjide değişen dengeler, arz ve talep pazarlarını değiştiriyor. Enerji ithalatçısı ve bu alanda dışa bağımlı ülkeler için enerji bağımlılığından kurtulmak, ekonomik bağımsızlığa ulaşabilmek açısından büyük önem taşıyor. Bunun yanında jeopolitik belirsizlik ortamı, fosil yakıt kullanımında sürdürülebilirlik çerçevesinde limitlere yaklaşılması ve dramatik sinyaller vermeye başlayan iklim değişikliği, ülkeleri kendi enerji döngülerini bir an önce yeniden yaratmaya mecbur kılıyor. İklim değişikliğine yönelik çözümler üretilirken, sadece alternatif enerji kaynaklarını artırmaya değil, enerji tüketimini azaltacak, enerji verimliliğine yönelik çözümler geliştirmeye de odaklanmak gerekiyor.

Ortadoğu’nun dünyanın petrol yatağı konumunda oluşu, ABD’nin birçok alternatif yaratıyor olmasına rağmen hala en büyük ithalatçılarından biri oluşu, Asya genelinde petrol ihtiyacının artması gibi birçok sebeple, enerji kaynaklarına güvenli erişim ve sürdürülebilir çözümler ülkelerin en önemli gündem maddesi olmayı sürdürecektir.

Türkiye Pazarı







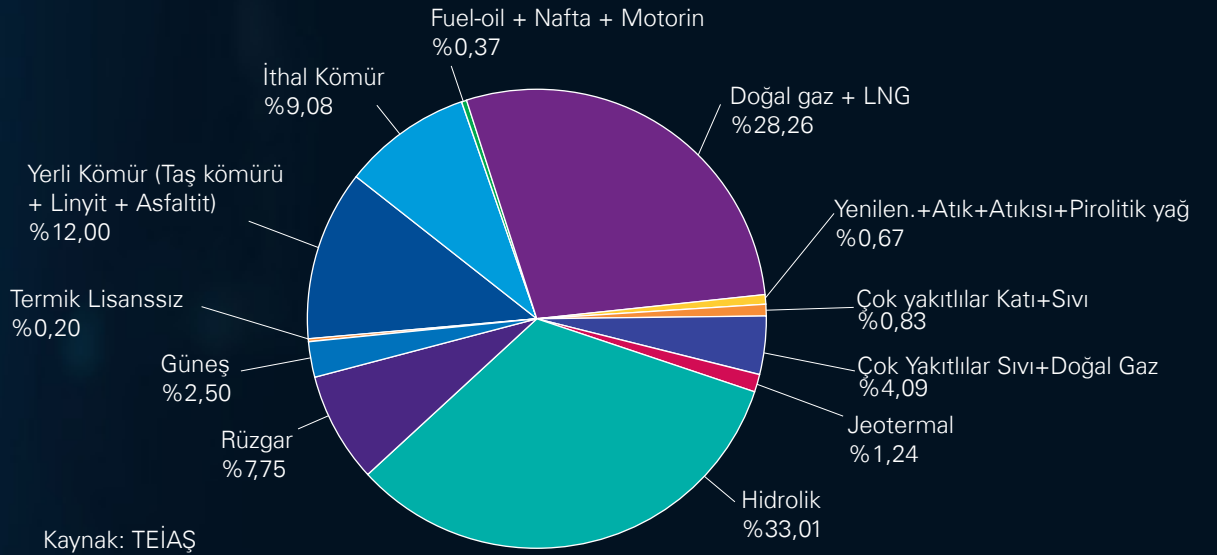
Elektrik

Ülkemizde elektrik üretimi, üretimdeki pay sırasına göre, doğal gaz, hidroelektrik, taş kömürü ve linyit, ithal kömür, rüzgar, motorin ve fueloil gibi sıvı yakıtlar, jeotermal, biyogaz ve güneş enerjisi ile gerçekleşmektedir.

Türkiye elektrik enerjisi kurulu gücü 2016 yılında 78.599 MW iken, 31 Ekim 2017 itibariyle kurulu güç 82.312 MW olarak gerçekleşti. 2017 yılı Ekim sonu itibariyle, kurulu güçte doğal gazın payı yüzde 28, hidroliğin payı yüzde 33 ve kömürün payı yüzde 21 oldu.

TEİAŞ verilerine göre 2016 yılında toplam 2321 santral üzerinde gerçekleşen üretim, bu yıl 3822 santrale ulaştı. EÜAŞ'ın bu üretim içindeki payı, 2016 yılında yüzde 25,6, 2017 Ekim sonu verilerine göre yüzde 24,5 olarak gerçekleşti.

Türkiye elektrik sistemi Kaynaklara göre kurulu güç payları (Ekim 2017 sonu itibariyle)



Türkiye elektrik sistemi Kuruluşlara göre kurulu güç

	Santral Sayısı (adet)	Kurulu Güç (bin MW)	Katkı (%)
Lisanssız Santraller	1.102	0,9176	 %1,2 %2,7
	2.542	2,24	
Serbest Üretim Şirketleri	1.060	48,26	 %61,5 %61,6
	1.121	50,69	
Yap İşlet Devret Santralleri	16	1,64	 %2,1 %1,7
	15	1,38	
Yap İşlet Santralleri	5	6,10	 %7,8 %7,4
	5	6,10	
İşletme Hakkı Devredilen Santraller	66	1,48	 %1,9 %2,2
	71	1,77	
EÜAŞ	72	20,11	 %25,6 %24,5
	68	20,13	

■ 2016 yılsonu itibarıyla
■ 31 Ekim 2017 sonu itibarıyla

Kaynak: TEİAŞ



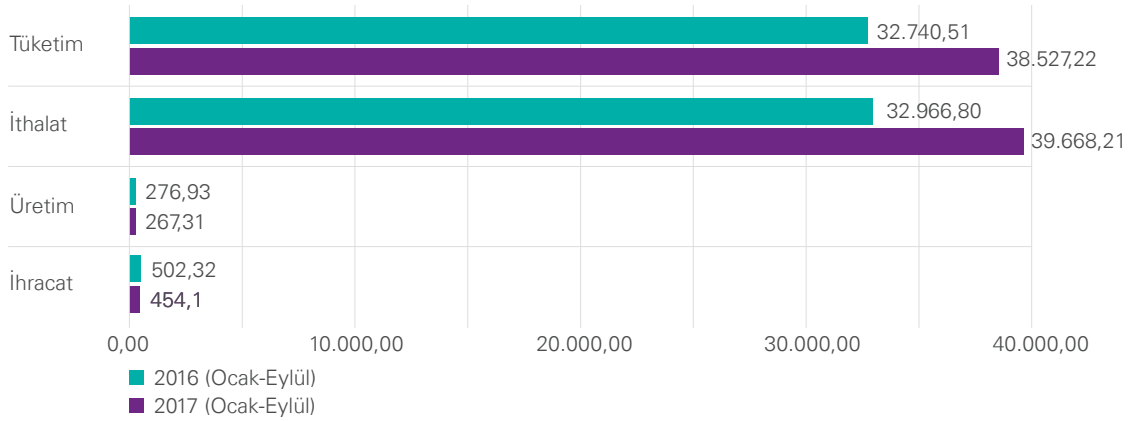
Doğal gaz

Türkiye'nin elektrik üretiminin en önemli kaynaklarından olan doğal gazda Türkiye'nin ithalat oranı yüzde 99 seviyesinde gerçekleşiyor. Enerjide yurt dışına bağımlılık oranını ciddi biçimde etkileyen doğal gazda, toplam rezervin 80 trilyon metreküpü (%43) Ortadoğu ülkelerinde, 54 trilyon metreküpü (%29) Rusya ve Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerinde, 30 trilyon metreküpü (%16) Afrika/Asya Pasifik ülkelerinde bulunuyor. 2016 sonu itibarıyla Türkiye'de üretilen doğal gazın tüketimi karşılama oranı yüzde 0,8 gibi çok düşük bir düzeyde gerçekleşti. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın enerji politikalarında

yerli kaynakları daha verimli değerlendirmek üzere ortaya koyduğu teşvik çalışmaları ile arama çalışmalarında bir artış ve doğal gaz üretiminde küçük de olsa bir ilerleme olacağını tahmin ediyoruz.

2016 ve 2017'nin ilk 9 aylık dönemini ithalat, üretim, ihracat ve tüketim rakamları açısından karşılaştırdığımızda, ithalatta iki dönem arasında yüzde 20,33'lük bir artış olduğunu görüyoruz. Üretimde yüzde 3,8'lik, ihracatta yüzde 9,6'lık bir daralma gerçekleşirken tüketim değerleri yüzde 17,67 oranında artış gösterdi.

Doğal gaz ithalat, üretim, tüketim, ihracat miktarları karşılaştırması (milyon Sm³)



Doğal gaz ile üretilen elektrik kurulu gücü 2016 yılında 22.156 MW ile yüzde 28,2'lik paya sahipti. 2017 yılı Ekim sonu verileri 23.259 MW ve yüzde 28,3 olarak gerçekleşti ve doğal gazın elektrik üretimine yönelik kurulu gücü geçen seneye göre anlamlı bir farklılık göstermezken, iklim ve yağış koşulları nedeniyle, elektrik üretimdeki payı yılın son aylarında önemli ölçüde artış gösterdi.

Hidrolik

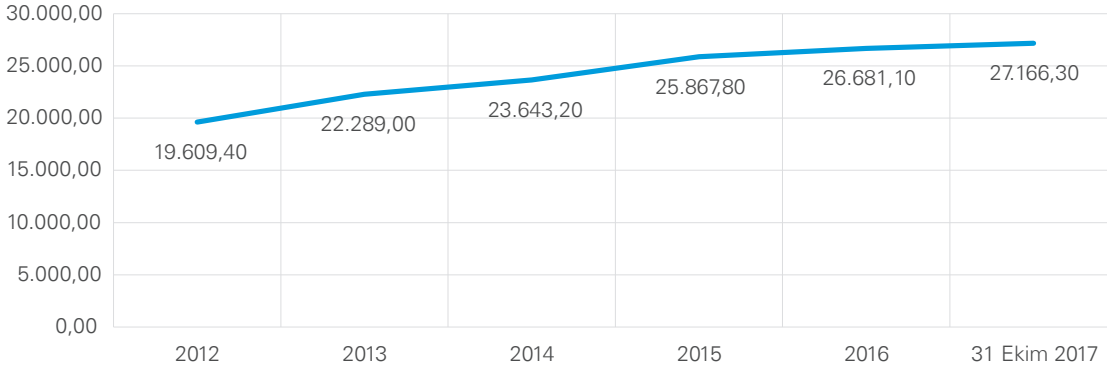
Elektrik üretimi içinde yüzde 34 paya sahip hidroelektrik santraller; çevreye uyumlu, temiz, yenilenebilir, yüksek verimli, yakıt gideri olmayan, uzun ömürlü, işletme gideri çok düşük ve dışa bağımlı olmayan yerli bir kaynak olması nedeniyle önem taşıyor. Ülkemizin hidroelektrik potansiyeli, dünya toplamının yüzde 1'ini, Avrupa toplamının yüzde 16'sını oluşturuyor.

Hidroelektrik santrallerinin meteorolojik koşullara bağlı bir üretim yöntemi olması

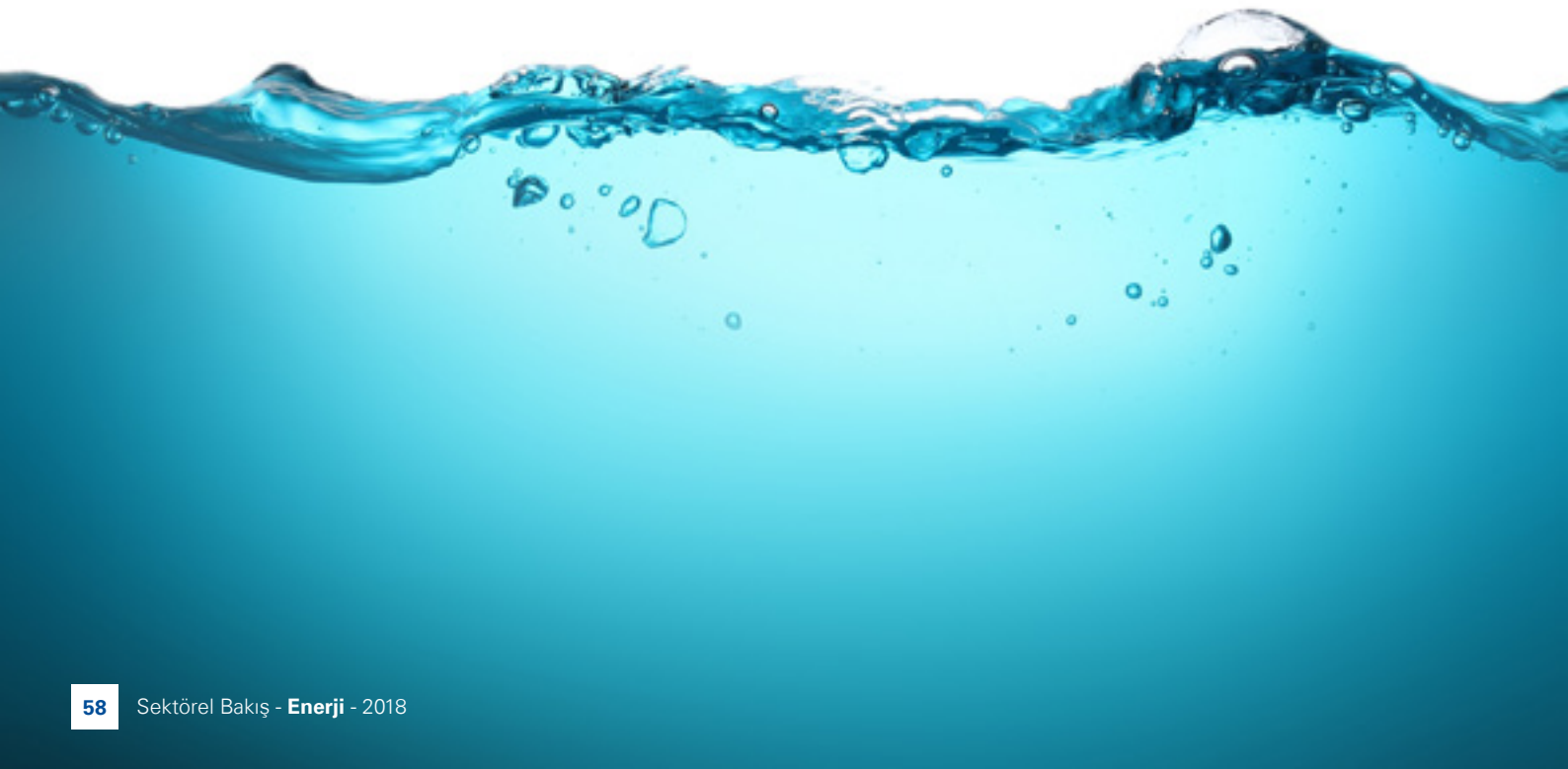
zaman içinde sorunlara da yol açıyor. Örneğin 2017 yılı Ekim ayında Türkiye çapında hidroelektrik santrallerinden elde edilen elektrik üretimi, barajların düşük doluluk oranları nedeniyle sadece 2350 GWh olarak gerçekleşti.

Akarsu ve barajlı santrallerden gelen toplam hidroelektrik enerjisinin elektrik üretimindeki payı 2016 yılında yüzde 34, Ekim sonu verilerine göre ise 2017 yılında ise yüzde 33 olarak gerçekleşti.

2012-2017 yılları arasında hidroelektrik enerji gelişimi (MW)



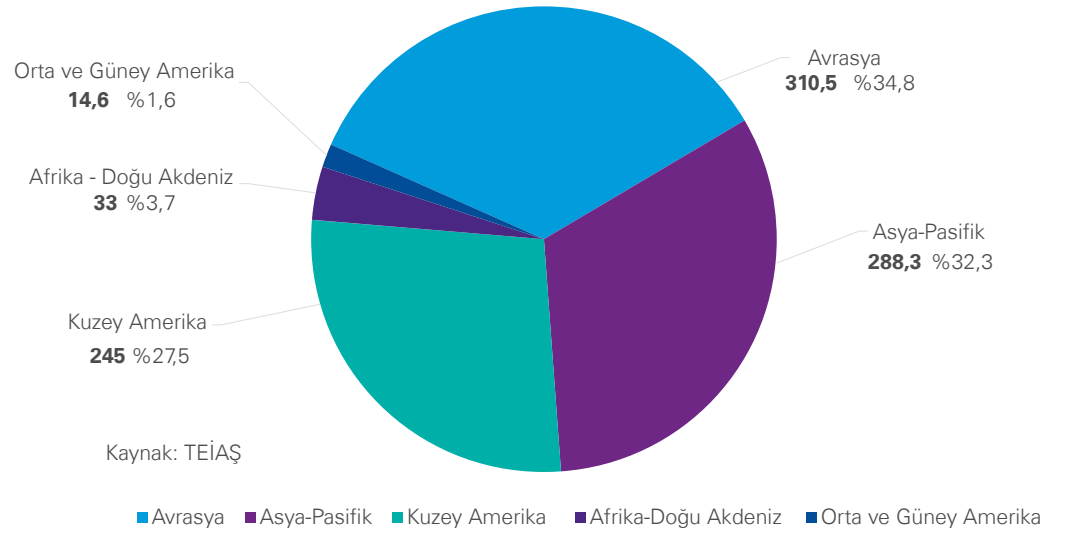
Kaynak: TEİAŞ



Kömür

Türkiye elektrik üretiminde yüzde 21 oranında payı olan kömürün, elektrik üretiminde dünya genelindeki payı yüzde 41'dir. Çin'de enerjide kömür kullanım oranı yüzde 75, Hindistan'da yüzde 73, İsrail'de yüzde 54, Almanya'da yüzde 47, ABD'de ise yüzde 40 oranlarında seyrediyor.

Dünya genelinde kömür rezervleri (milyar ton)



Dünya genelinde kömür rezervlerinin 310,5 milyar tonu (%34,8) Avrupa-Avrasya ülkelerinde, 288,3 milyar tonu (%32,3) Asya-Pasifik ülkelerinde, 245 milyar tonu (%27,5) Kuzey Amerika ülkelerinde, 33 milyar ton (%3,7) Afrika-Doğu Akdeniz ülkelerinde ve 14,6 milyar tonu da (%1,6) Orta ve Güney Amerika ülkelerinde bulunuyor.

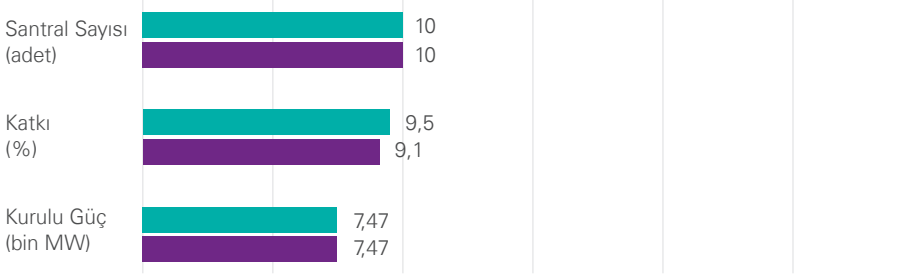
Türkiye'de 2016 sonunda kömüre dayalı elektrik gücü 17.316 MW olarak gerçekleşti ve kurulu gücün toplam yüzde 22'sini oluşturdu. Yerli kömüre

dayalı güç 9.437 MW ile yüzde 12,5 olurken, ithal kömüre dayalı kurulu güç 7.879 MW ile toplam kurulu gücün yüzde 9,5'ünü oluşturdu. 2017 yılında ise yerli kömüre bağlı kurulu güç 9.872 MW ile yüzde 12 oranında gerçekleşirken ithal kömüre bağlı kurulu güç ise 7.473 MW ile yüzde 9,1'lik bir paya sahip oldu.

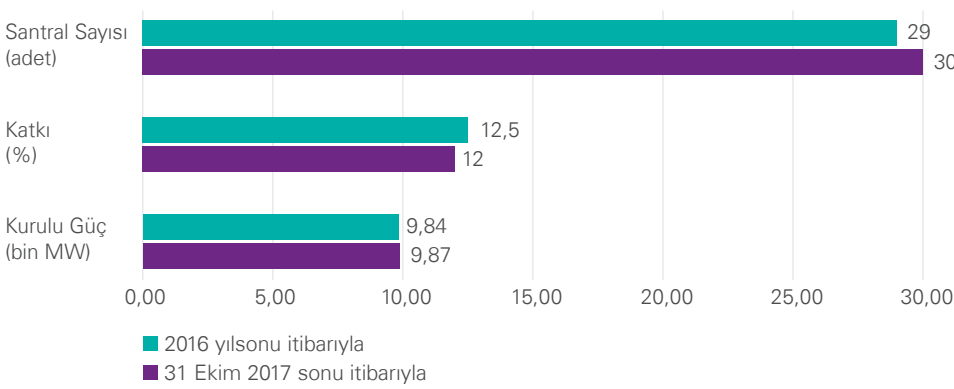
Ekim sonu rakamlarını ele alarak, 2016 ve 2017'nin 10 aylık dönemlerini karşılaştırdığımızda şu tablo ile karşılaşıyoruz.

Kurulu güç içinde kömür enerjisinin değişimi (2016-2017) (İthal ve yerli kömür)

İthal Kömür



Yerli Kömür (Taş kömürü + Linyit + Asfaltit)



Kaynak: TEİAŞ

Ülkemiz elektrik üretiminde kömür, neredeyse tamamı ithal edilen doğal gazı karşı yerli bir kaynak olarak destek görüyor. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2023'e dek tüm yerel linyit ve taş kömürü rezervlerini enerji üretimi amaçlı değerlendirmeye yönelik çalışmalarını sürdürüyor ve bu konuda özel sektöre çeşitli teşvik olanaklarıyla destek olmayı planlıyor. Bakanlık açıklamalarına göre yeni bulunan

kaynaklarla birlikte Türkiye'de 17 milyar tonun üzerinde açığa çıkarılmayı bekleyen yerli kömür rezervinin ekonomiye en son teknoloji ve çevreci kriterlerle kazandırılması önem taşıyor. Ancak yabancı sermaye ve yabancı bankaların mevzuatlarının kömür yatırımlarına yönelik çekinceleri, bu alanda yapılacak yeni yatırımların önünde dış finansman açısından bir zorluk olarak belirtilebilir.

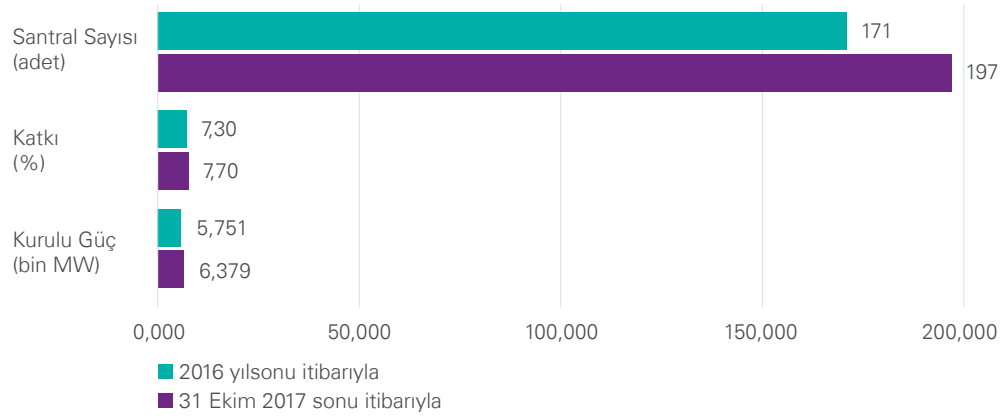
Rüzgar enerjisi

Yenilenebilir enerjinin en önemli kaynaklarından biri olan rüzgar enerjisinde hem dünyada hem de Türkiye’de artan ölçeklerde çok sayıda yatırım bulunuyor. Dünyada 2000 yılında 17,4 GW olarak gerçekleşen rüzgar enerjisinden elektrik üretimi, 2015 yılında 432,9 GW oldu. 2030 yılında bu rakamın 1.749,8 GW’a ulaşması bekleniyor.

Türkiye’de 2016 yılı sonu itibarıyla işletmede olan lisanslı rüzgâr enerji santrallerinin kurulu gücü ise 5.738 MW iken bu rakam 2017 Ekim sonu itibarıyla 6.353 MW olarak gerçekleşti.

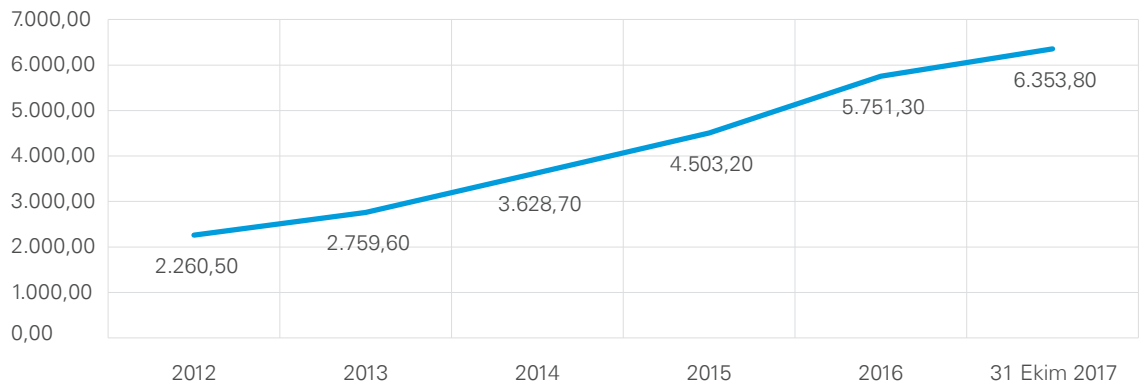
Türkiye rüzgâr enerjisi potansiyeli 48.000 MW ve bu potansiyele karşılık gelen toplam alan Türkiye yüz ölçümünün yüzde 1,3’üne denk geliyor. Bu oranlar rüzgar enerjisinin verimli olarak kullanılabilmesi için son derece avantajlı bir coğrafyayı ifade ediyor.

Kurulu güç içinde rüzgar enerjisinin değişimi (2016-2017)



Kaynak: TEİAŞ

2012-2017 yılları arasında rüzgar enerjisi gelişimi (MW)



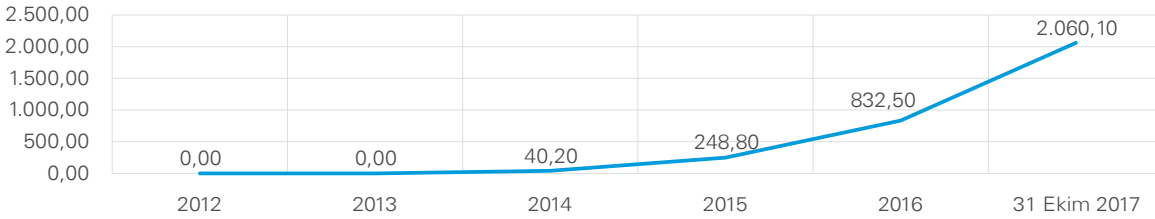
Kaynak: TEİAŞ

Güneş Enerjisi

Güneş Enerjisi Potansiyeli Atlası'na (GEPA) göre Türkiye, 2.737 saat yıllık toplam güneşlenme süresi ve 1.527 kWh/m² yıllık ortalama güneş enerjisi miktarı ile güneş enerjisinden çok daha verimli yararlanabilecek bir konuma sahip. Güneş panellerinde yaşanan maliyet düşüşü ve panel verimlerinin artması güneş enerjisi yatırımlarına hız kazandırdı. 2014 yılında sadece 40 GW olan güneş enerjisiyle elektrik üretiminde 2017 yılının ilk

10 ayı sonunda oluşan güç 2060 MW olarak gerçekleşti. Şebeke bağlantısı olmayan ya da lisanssız üretim kapsamında üretim yaparak tüketiminin önemli bir bölümünü bu yolla karşılayan hane ve tesis sayısının hesaplanamıyor olması, Türkiye'nin bu alandaki gerçek üretimini görmemizi engelliyor. Ancak şebekeye bağlı güneş enerjisi üretiminin toplam tüketime olan katkısı yüzde 2,5'e ulaşmış durumda.

2012-2017 yılları arasında güneş enerjisi gelişimi (MW)



Kaynak: TEİAŞ

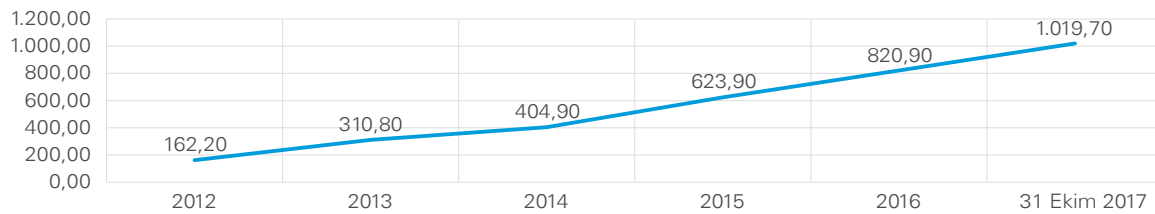
Jeotermal

Türkiye'nin yerli enerji kaynaklarından biri olarak önem taşıyan jeotermal enerjinin potansiyeli 31.500 MW olarak değerlendiriliyor. Yüzde 78'i Batı Anadolu'da, yüzde 9'u İç Anadolu'da, yüzde 7'si Marmara Bölgesinde, yüzde 5'i Doğu Anadolu'da ve kalan yüzde 1'diğer bölgelerde olan jeotermal enerji kaynaklarının yüzde 10'u elektrik üretimi için uygun profile. Dünya genelinde ise ABD, Filipinler, Endonezya, Türkiye ve Yeni Zelanda jeotermal enerjiden elektrik üretiminde ilk beş ülke olarak sıralanıyor. Jeotermal enerjinin elektrik dışı kullanımı ise 70.329 MW ve dünyada doğrudan kullanım uygulamalarındaki ilk beş ülke Çin, ABD, İsveç, Türkiye ve İzlanda olarak ortaya çıkıyor.

Türkiye'de elektrik üretimine uygun jeotermal saha sayısı 2002 yılında 16 iken 2017 yılında 25 adede çıkmıştır. Jeotermal enerji ile konut ısıtma rakamları ise, 2002 yılında 30 bin konut iken, 2017 yılında 114.567 konut seviyesine yükselerek yaklaşık üç kat artış göstermiştir.

Jeotermal kaynakların kurulu gücü 2017'nin ilk 10 ayında 1019 MW olarak gerçekleşti. 2016 yılında 820 MW olarak gerçekleşen ve toplam kurulu güç içindeki payı yüzde 1 olan jeotermal enerjinin 2017 ilk 10 aylık dönemindeki payı yüzde 1,2 oldu. Türkiye bu rakamla jeotermal enerjiden elektrik üretimi konusunda en hızlı büyüyen ülke durumuna geçti. Türkiye jeotermal enerjiden elektrik üretimi konusunda dünya sıralamasında, ABD, Filipinler ve Endonezya'dan sonra 4. ülke konumunda yer alıyor.

2012-2017 yılları arasında jeotermal enerji gelişimi (MW)



Kaynak: TEİAŞ

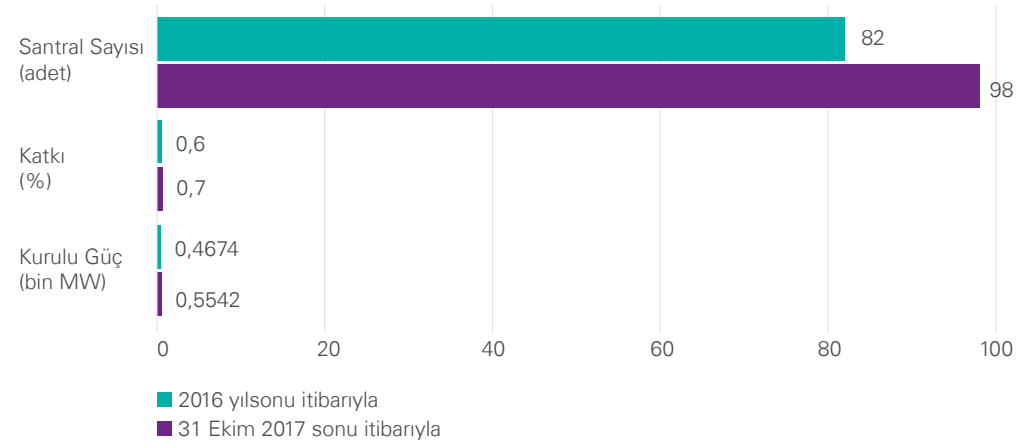
Biyogaz, Biyokütle, Atık Isı ve Pirolitik Yağ Enerjisi

Enerji kaynakları arasında son yıllarda öne çıkan bir diğer alternatif ise biyokütle enerjisi. Uzmanların tükenmez enerji kaynağı olarak nitelendirdiği biyokütle ile ilgili yatırımların özendirilmesi dünya çapında sektörün önceliklerinden biri. Biyokütle kaynağının enerjiye dönüştürülmesi, olumlu çevresel etkileri sebebiyle de çok önemli. Türkiye'nin

biyokütle atık potansiyeli, 8,6 milyon ton petrole eşdeğer.

2017 ilk 10 ayı sonuçlarına göre Türkiye'de bulunan biyogaz, biyokütle, atık ısı ve pirolitik yağ enerji santrallerinin toplam kurulu gücü 554 MW'e ulaşmıştır. Geçen sene bu kaynaktan elde edilen elektrik enerjisi 467 MW olmuştur.

Yenilen.+Atık+Atık ısı+Pirolitik yağ enerjisinin değişimi (2016-2017)



Kaynak: TEİAŞ



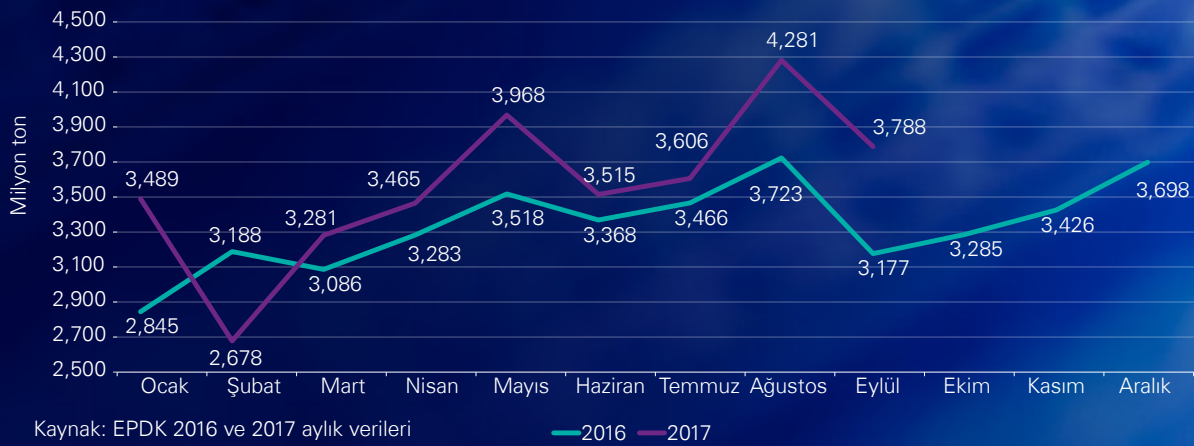
Doğal Kaynaklar

Petrol

Türkiye'nin toplam petrol ürünleri ithalatı, 2016 yılı sonunda 2015 yılına göre yüzde 1,1 artarak 40 milyon tonun üzerinde gerçekleşmişti. Eylül 2017 sonuçlarına göre 2017'nin ilk 9 aylık toplam petrol ürünleri ithalatı 32 milyon tonu aştı. Ham petrolün toplam petrol ürünleri içindeki payı tüm sene içinde yüzde 60 ortalamasında gerçekleşti. Irak, Rusya ve İran Türkiye'nin 2016'da olduğu gibi 2017'de de en fazla ithalat yaptığı ülkeler oldu.

Petroldeki ithalat oranları ve dışa bağımlılık Türkiye'nin içinde bulunduğu jeopolitik riskleri artırıyor. Irak ile 2017 yılında referandum krizi sonrasında ortaya çıkan tablo, her iki ülke ilişkileri açısından gerilimli bir dönemden geçilmesi sonucunu yarattı. Türkiye bölgeden petrol alırken sadece Bağdat yönetimini muhatap alacağını resmi yollarla belirtti. Son olarak Irak merkezi hükümeti, Türkiye sınırına doğru, günlük 1 milyon varil petrol taşınmasına olanak verecek yeni bir petrol boru hattı inşa etme kararı aldı.

Dönemler arası toplam petrol ithalatının karşılaştırılması 2016-2017



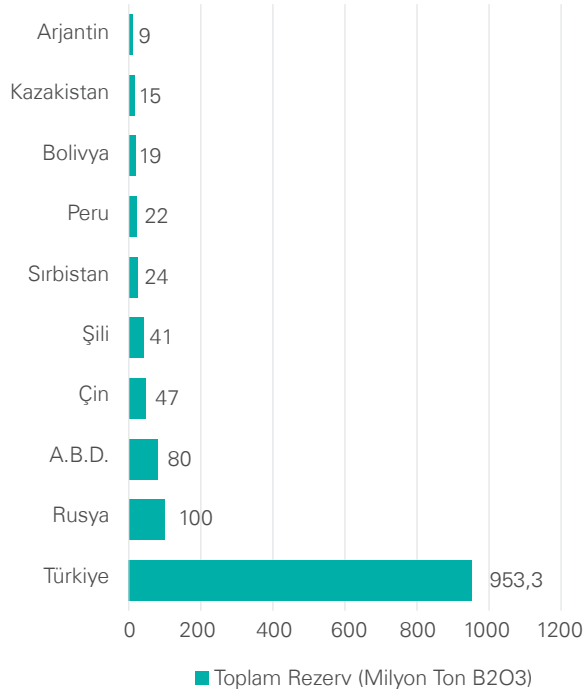
Bor

Dünya bor madeni rezervlerinin yüzde 73'üne sahip olan Türkiye, bu orana rağmen bor mamulü satışlarında ABD'den sonra 2.sırayı almaktadır. 21.yüzyılın petrolü olarak tanımlanan bor madeninin tüketimi yaklaşık 4 milyon tondur.

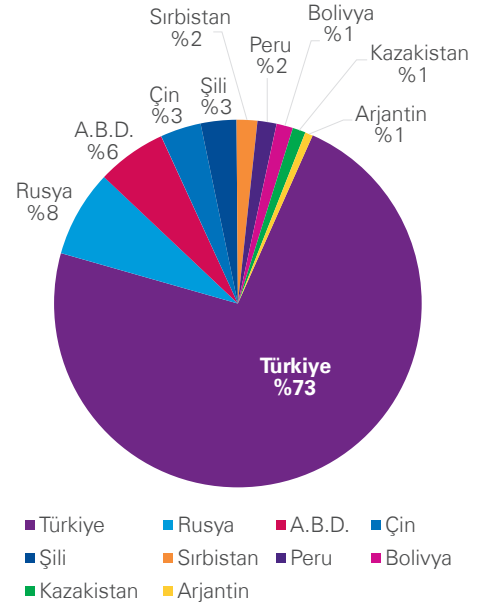
Ülkemizin bor satışları 2016 yılında miktar bazında 1,78 milyon ton, değer bazında ise 711 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin bordan elde ettiği toplam satış gelirlerinin yüzde 96'sı ihracat gelirlerinden oluşmuştur. 2017 yılı Temmuz ayı sonu itibarıyla bor satışları miktar bazında 1,16 milyon ton ve değer bazında ise 423 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Dünya bor rezervi



Kaynak: Ulusal Bor Araştırma Enstitüsü



Gelişmeler

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı nezdinde sürdürölen milli enerji ve maden politikası, 2017'deki tüm enerji hamlelerinin içeriğinde açıkça belirtildi. Hükümetin Yerli Enerjide YEKA Hamlesi adı altında uygulamaya koyduğu politikalar 6 ana maddeyi içeriyor.

Buna göre;

- YEKA projeleri sayesinde doğayı koruyan, yerli ve yenilenebilir kaynakların elektrik üretimindeki payının artırılması sağlanacak. Teknik personel anlamında yerli kadrolar uzmanlaşacak.
- Her alanda yerli üretime hız verilecek. Gerek güneş enerjisi gerek rüzgar santrallerinde elektrikte yerli üretimin payı hızla artırılabilecek. Yenilenebilir enerji santrallerinin üretim düzeylerinde ciddi artışlar yapılacaktır.
- Dışa bağımlılığın azaltılması sayesinde yerli üretim ile birlikte cari açığın önüne geçilebilecek. Cari açıkta enerji büyük pay sahibi. Yerli ve milli enerjinin en önemli hedeflerinden biri cari açığı düşürmek.
- Küresel çapta yenilenebilir enerji alanında yapılacak dev projeler sayesinde kamu alanları üzerinde yenilenebilir enerji kaynaklı elektrik santralleri ve bu santrallerde kullanılacak ekipmanların ağırlık olarak yerli kaynaklarla üretilmesi fabrikaların kurulumlarına hız verilmeye devam edilecek.

- Tüketicilere her durumda yansıyan birim maliyetler üzerinde ciddi çalışmalar yapılıyor. Yeni dönemle birlikte bu maliyetlerin düşürölmesi için yeni formüller hayata geçirilecek.
- Devlet yerli enerji kaynakları için her türlü desteğin verilmesi için çalışmalarını hızlandıracak. Bu çerçevede elektrik santrallerinin kurulacağı alanların devlet tarafından tahsis edilmesi gündemde. YEKA kapsamında kurulacak güneş paneli ve rüzgar türbini üretim tesislerinin 2 yıl boyunca üreteceğı ürünler kurulacak YEKA santralleri tarafından satın alınacak.

YEKA'ya ek olarak 'Yenilenebilir Enerji Kaynaklarını Destekleme Mekanizması' (YEKDEM) kapsamındaki santral sayısı artmaya devam ediyor. 2016 yılında yaklaşık 15 bin MW'ye çıkan YEKDEM kapsamındaki elektrik kurulu gücü 2017 yılı için 17.400 MW seviyesine ulaştı. Bu artış, listeye 91 yeni santralin eklenmesinden kaynaklanıyor. YEKDEM kapsamında, ürettiğı elektriğı döviz bazında sabit fiyattan şebekeye satan santral sayısı 2016 yılında 556 iken 2017 yılında 647'ye yükseldi.

Önemli sektör oyuncular

Türkiye’de 2016 yılında, en yüksek kurumlar vergisi ödeyen ve bilgilerinin açıklanmasına izin veren 100 şirketin 11’ini enerji sektörü oyuncuları oluşturuyor. 11 enerji şirketine tahakkuk eden toplam vergi miktarı 2,6 milyar TL olarak açıklandı. Vergi rekortmeni 11 şirketin ilk 3’ü kamu kurumları, kalan 8’i ise özel sektör oyuncularından oluşuyor. Bu rakamlar enerji sektörü şirketlerinin ekonomide yarattığı değeri gösteriyor. 409.154.839 TL ile en çok vergi ödeyen enerji şirketi Elektrik Üretim A.Ş.’yi 394.988.863 TL vergi tahakkuku ile Türkiye Petrolleri (TP) takip etti. PETKİM ve TÜPRAŞ da listenin devamında en büyük 4’üncü ve 5’inci şirket olarak yer aldı.

Sabancı, 2017 yılı enerji yatırımı hedefini, yıl başında 1,5 milyar TL olarak açıklamıştı ve enerji grubu şirketlerinin yatırımları da bu hedefle paralellik izledi. Enerjisa 2017 yılında Bandırma ve Karabük’te iki güneş enerjisi santralini işletmeye aldı.

Koç Grubu’nun odak sektörlerinden biri olan enerji alanındaki yatırımları, gruba bağlı tüm enerji sektörü şirketlerinin istikrarlı büyüme stratejisine paralel devam ediyor. Koç Holding ve Aygaz’ın iştiraki Entek Elektrik Üretimi AŞ, Menzelet ve Kılavuzlu hidroelektrik santrallerinin özelleştirilmesi ihalesinde 1,28 milyar TL ile en yüksek teklifi vererek kazanan şirket oldu.

Öte yandan Türkiye’nin ilk Rüzgar Enerjisi Yenilenebilir Enerji Kaynak Alanları (YEKA) ihalesini kazanan Alman Siemens-Türkerler-Kalyon konsorsiyumu, 1 milyar doların üzerinde rüzgar tesisi yatırımı yapmak üzere yola çıktı.

Zorlu Grubu, Doğan Enerji, Alarko, Aksa, Çalık Holding, Akkök Grubu, Nürol, Sönmez, Enka, Limak, Unit, İçdaş, Bereket, Akenerji ve Gama sektörün diğer önemli oyuncular arasında yer alıyor.

Kamu kuruluşlarının etkisi

Özelleştirmelere rağmen, enerji sektöründeki kamu yatırımları her yıl önemli bir seviyede gerçekleşiyor. T.C. Kalkınma Bakanlığı tarafından açıklanan 2017 enerji sektörü yatırımlarının kuruluşlara göre dağılımında; TEİAŞ ve Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü, yatırım yapan kamu kuruluşları arasında belirgin bir farkla ilk iki sırada yer alıyorlar. Öte yandan enerji üretimi alanındaki özelleştirmelerin 2018 yılında

da aynı hızda süreceği, ilgili kamu kuruluşu yetkililerinin sıklıkla ifade ettikleri bir konu. Enerji sektöründeki sürdürülebilirliğin kamu kuruluşlarının özelleştirilmesiyle mümkün olacağını belirten yetkililer, tüketiciye daha kaliteli ve daha ekonomik hizmet verebilmek için devletin elindeki üretim ve dağıtım tesisi varlıklarının özel sektöre devredilmesini stratejik önemde görüyor.

Enerji sektörü durum analizi



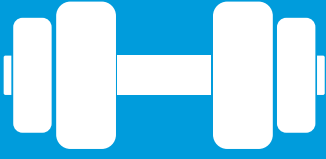
Enerji sektörü ve buna bağlı yatırımlar, bugün finans kuruluşlarının desteklemek konusunda en istekli oldukları sektörlerin başında geliyor. Fakat bu cazip alan, beraberinde birçok risk de taşıyor.

Türkiye enerji sektörünün kuşkusuz en güçlü olduğu konuların başında kaynak zenginliği geliyor. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı bu alandaki stratejisini, ülkemiz sınırları içindeki tüm kaynakların etkili bir biçimde kullanılması konusunda belirleyerek ilk adımları attı. Akdeniz ve Karadeniz havzalarındaki rezervlere yönelik çalışmalardan, bor rezervlerinin çok daha verimli değerlendirilmesiyle ilgili bakış açısına kadar, hükümetin tutumu sektörün geleceğine yönelik olumlu sinyaller veriyor.

Sadece bu alanlarda değil, yenilenebilir enerji kaynaklarının tümü konusunda agresif olarak nitelendirilecek bir hükümet politikası söz konusu. Hükümet özel sektöre yönelik desteğini, özelleştirme politikasıyla da ortaya koyuyor. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı beyanlarında sıkça belirtildiği gibi 2018 ve devamında devletin sahip olduğu üretim kanallarında özelleştirme sürecinin devam edecek olması özel sektör için bir fırsat.

Türk iş dünyasının en önemli grupları, enerji alanındaki yatırımlarını hızla sürdürüyor ve yabancı yatırımcıyı Türkiye'ye çekmek konusunda etkili oluyor. Makroekonomik koşullar, jeopolitik karmaşa ortamı ve Ortadoğu kriziyle şekillenen coğrafya yabancı yatırım hızını kesiyor olsa da, sağlam Türk yatırımlarına ortak olmak hala cazip bir seçenek.

Türkiye özellikle son 10 yıldır yenilenebilir enerji alanında önemli atılımlar yaptı. Ama bu yatırımların toplamının bile henüz başlangıç düzeyinde olduğu söylenebilir. Bu anlamda yenilenebilir enerji üretimi, yatırım yapmak için birçok fırsat barındırıyor.



Güçlü yönler

- Güneşten efektif yararlanma düzeyinin yüksekliği.
- Rüzgar enerjisi santralleri kurulumuna uygun bölgelerin yoğunluğu.
- Biyokütle enerjisi üretmek için önemli bir parametre olan nüfus yoğunluğu.
- Akdeniz ve Karadeniz havzalarındaki hidrokarbon potansiyeli.
- Doğal gaz ile ilgili iş ortaklıklarının uzun dönemli inşa edilmiş olması ve projelerin sağlıklı bir biçimde yürütülebiliyor olması.
- Dünyada en büyük bor rezervinin Türkiye’de olması.



Fırsatlar

- Enerji yatırımları ve özelleştirmeler konusunda hükümetin teşvik edici politikası ve Milli Enerji hareketini destekleyen stratejiler sektör genelinde fırsatları yaratıyor.
- Türk yatırımcı grupların gücü ve küresel itibarlarının sağlamlığı, sektöre yatırımın önünü açıyor.
- Finans sektörü kuruluşları kaynak yaratmak konusunda enerji sektörüne öncelik veriyor.
- Yenilenebilir enerji üretiminin henüz başlangıç düzeyinde ve gelişmeye açık olması sektör açısından önemli fırsatlar yaratıyor.
- Pazarın, enerji üretimi ve dağıtımında teknoloji kullanımına son derece açık olması gelişimin önünü açıyor.
- Ulusal bor stratejisinin 2018’in ilk çeyreğinde açıklanması, sektöre yeni fırsatlar yaratabilir.
- Türkiye jeofizik ve jeokimya haritaları 2018 yılında tamamlanacak. Böylece henüz keşfedilmemiş yeni fırsatlar ortaya çıkabilir.



Zayıf yönler

- Ekonomik ve siyasi belirsizlik ortamında periyodik dalgalanmalar.
- Türk lirasının dış pazara bağlı hassasiyeti.
- Yenilenebilir enerji ile ilgili farkındalık düzeyinin düşük olması.
- Üretimi artırma çalışmalarına karşılık tüketimi azaltma çalışmalarının aynı hızda olmaması.
- Ar-Ge çalışmalarının dünya ortalamasından düşük düzeyde seyrediyor olması.



Tehditler

- Jeopolitik riskler.
- Mevzuattaki hızlı değişim ve kısıtlı öngörü açısı.
- Son dönemde dış ilişkilerdeki dalgalanmalar.
- Paritelerdeki sert hareketlilik.
- Türkiye'nin inovasyon faaliyetlerindeki eksiklikleri ve birçok teknolojiye dış pazara bağımlılık.
- Enerji konusunda yurtdışına bağımlılık.



Projeksiyonu

Kapasite mekanizması ve yan hizmetler mevzuatı çalışmalarında sona gelindi. Kapasite mekanizması uygulaması 2018 itibarıyla hayata geçiyor. Piyasaya sunulacak yerli elektriğin miktarını belirleyecek olan kapasite mekanizmasıyla elektrikte arz güvenliğinin temin edileceğini, santrallerin emre amadeliğinin güvence altına alınacağı belirtiliyor. Yerli kaynaklara öncelik vermek koşuluyla mekanizma kapsamında yer alan santrallara birim elektrik üretim maliyetlerinin piyasa fiyatının altında kalması halinde "kapasite mekanizması" üzerinden belli bir tutarda destek olunacak. Santrallara verilecek destek tutarının hesaplama yöntemi açıklandı ancak yapılacak ödemelerle ilgili EPDK'nın resmi açıklaması bekleniyor.

YEKDEM'in 2020'den sonra devam ettirilmemesi kararı alındı. 2020'den sonra hayata geçirilecek yenilenebilir enerji santrallerine destek YEKA modeli ile devam edecek. Önümüzdeki dönemde yeni sahalar ve bekleyen projeler için yeni YEKA ihaleleri gerçekleştirilecek.

Doğal gazda günlük sisteme giriş kapasitesi mevcuttaki yaklaşık 220 milyon metreküpten, 250 milyon metreküpe çıkarılacak. Bu şekilde kışın talebin günlük 280 milyon metreküpe yükseldiği soğuk günlerde doğal gaz arz yetersizliği yaşanmaması hedefleniyor. İkinci FSRU, yani yüzen LNG tesisinin de devreye alınması planlanıyor.

Akkuyu Nükleer Güç Santrali'nde Aralık 2017'de temel atma töreni gerçekleşti. Takvim inşaat iznine bağlı olarak belli olacak. İlk ünitenin 2023 yılına yetiştirilmesi hedefleniyor.

Türkiye'nin ilk derin deniz sondajı, ülkemizin kendi sondaj gemisiyle Akdeniz'de bu kış yapılacak.

Son kaynak tedarik tarifesinin düzenlenmesi hakkındaki yönetmelik ile beraber sanayi tarifi artık açıklanmayacak. Bu gelişme ile beraber perakende elektrik satışında rekabetin ve perakende şirketlerinin karlılığının artması bekleniyor.



İlaç

Sektörel Bakış

2018

kpmg.com.tr



Dünyada ve Türkiye’de eğilimler

Dünyanın içinde bulunduğu değişim sürecinin odağında insan var. İnsanın değişimi, sadece tüketici olarak alışkanlıklarının, yaşama biçiminin, tercihlerinin değiştiği anlamına gelmiyor. İnsan bir canlı olarak da değişiyor. Yaşam süresi uzuyor, bağışıklık düzeyi değişiyor, çevresel etkilere göre sağlık sorunları çeşitleniyor. İlaç sektörünün küresel önemi, değişim sürecinde her geçen gün biraz daha artıyor. Doğum öncesinden başlayan ve tüm yaşam boyunca ilaç, insanın yaşamında önemli bir yer tutuyor. Tedavisi henüz bulunmayan hastalıklar ve kronik eğilimler, ilaç sektörünün, yıllarla değil saatlerle sınıran bir sorumlulukla, kendisini, ürünlerini ve geleceğin formüllerini geliştirmesini zorunlu kılıyor. Bu zorunluluğun etkisiyle dünyada ilaç sektörü en yoğun Ar-Ge yatırımını yapan ve en hızlı büyüyen sektörlerin başında geliyor.

Dünya Sağlık Örgütü’nün yeni sıralamasına göre 0-17 yaş arasındaki insanlar ergenleri, 18-65 yaşındaki insanlar gençleri, 66-79 yaş aralığı orta yaşı ve 80-99 yaş arası ise yaşlılık dönemini ifade ediyor. Yaşlı nüfusun oranındaki hızlı yükselme, yaşlılıkla birlikte gelen hastalıkların artışına da sebep oluyor. Kent yaşamıyla oluşan beslenme alışkanlıkları, hareketsizlikten doğan rahatsızlıklar, olumsuz yaşam koşullarının getirdiği psikolojik rahatsızlıklardaki artış ilaç sektörünün gelişmesini her yönden tetikliyor.

Bu gelişme hızı içinde ilaç sektörünün, niteliksel büyümesini de niceliksel büyüme ile paralel yürütmesi önem taşıyor. Bu niteliksel büyüme, verimliliğe yönelik çalışmaları, sektörde çalışan insan kaynağına yönelik kapsamlı iyileştirmeyi ve her şeyden önemlisi üretimsel dönüşümün tamamlanması süreçlerini kapsıyor.

Öte yandan bilginin büyümesi ve yayılması, farklı bir tüketici profili oluşturuyor. 7,5 milyar sakini olan dünyada, 4 milyara yakın insan internete bağlanabiliyor. İhtiyaçlarının farkında olan, seçeneklerini sorgulayan, daha etkin kararlar verebilen, daha yüksek profilli tüketici

dönemi her alanda hissediliyor. Değişen tüketici profiline ilaç sektörü için anlamı; zorunlu ve ikamesi olmayan ilaçlar dışında hastanın ilacını seçebilme yetkinliğine her geçen gün daha fazla sahip olması olarak ortaya çıkıyor. Sosyal medyanın ve internetin, doğruluğu bilimsel olarak onaylanmamış olsa da bilgiyi yayma hızı, ilaç şirketlerinin tüketiciye ulaşan tüm bilgileri analiz etme, yanıt verme, hataları gerektiğinde kabul etme, düzeltme ve telafi etmekle ilgili daha etkin çalışmalar yapması gerekiyor.

Sektör, Endüstri 4.0 ile gelen değişim sürecini de gündeminde tutuyor. İlaç sanayisi Endüstri 4.0 dönüşümüne, otomotiv, havacılık ve savunma gibi sektörlerle aynı hızda başladı. Dijitalleşme, üretim süreçlerini daha akıllı ve verimli modellerle geliştirme, Ar-Ge’den, ilaç temsilcilerinin saha çalışmalarını takibe kadar sektörün planları arasında yer alıyor ve tabii dijital dönüşümün ön koşulu olan inovasyon kültürü, ilaç firmalarının kurumsal kültürlerinin değişmez parçasını oluşturuyor. İnsan yaşamı sorumluluğu, rekabet zorlukları ve itibar gibi güçlü etkenlerin etkisi ile hız kazanan değişim yaratma kapasitesi, diğer sektörleri de etkileyen bir güce sahip.

Sağlık sisteminin içinde yer alan birçok yenilik ilaç sektörünü de ilgilendiriyor. Bugün robotik sistemlerle yapılan ve olumlu sonuçlar veren ameliyatlara bile, sağlık sektöründeki ilaç kullanım dinamiklerini etkiliyor. Tedavi etmenin yanı sıra koruyucu tıp alanında da önemli adımlar atılıyor. Sektör bu çalışmaların da merkezinde yer alıyor.

Ancak sağlık sektöründe ilaç firmalarının sorumluluğu Ar-Ge ve üretimle sınırlı değil. Başta sağlık çalışanları olmak üzere tüm sağlık sektörü, ilaç firmalarının yönlendirmelerinden yararlanma eğiliminde. İlaç sektörü, toplam sağlık sektörünün kanaat önderi olarak daha fazla bilgi üretmeyi de hedefleri arasında görmeli.



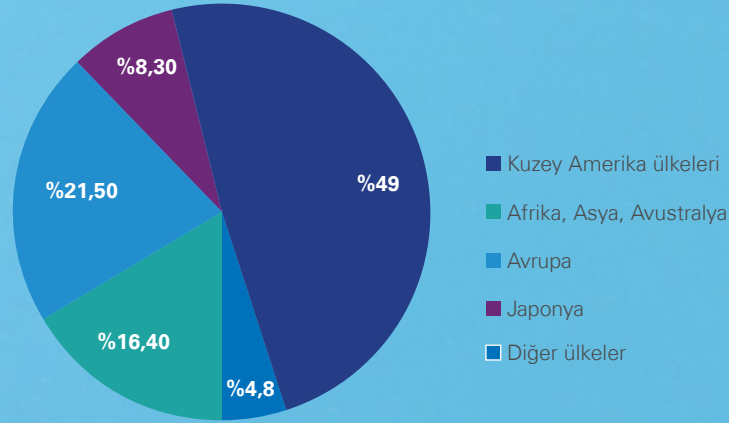
Dünya ilaç pazarı

İlaç Endüstrisi İşverenler Sendikası (İEİS) verilerine göre 2016 yılsonu satış verilerine göre dünya ilaç pazarının büyüklüğü 1,1 trilyon dolar olarak gerçekleşti. Türkiye'nin 16. sırada yer aldığı sıralamada ABD, Çin, Japonya, Almanya ve Fransa dünya ilaç endüstrisinin en büyük 5 pazarı konumunda. 2016 yılı sonundaki 462 milyar dolar toplam büyüklükle ABD ilaç pazarı, kendisinden sonra gelen 4 büyük pazarın toplamından

daha büyük bir hacim oluşturuyor ve böylece ilaç sektörünün tartışmasız lideri olarak konumlanıyor.

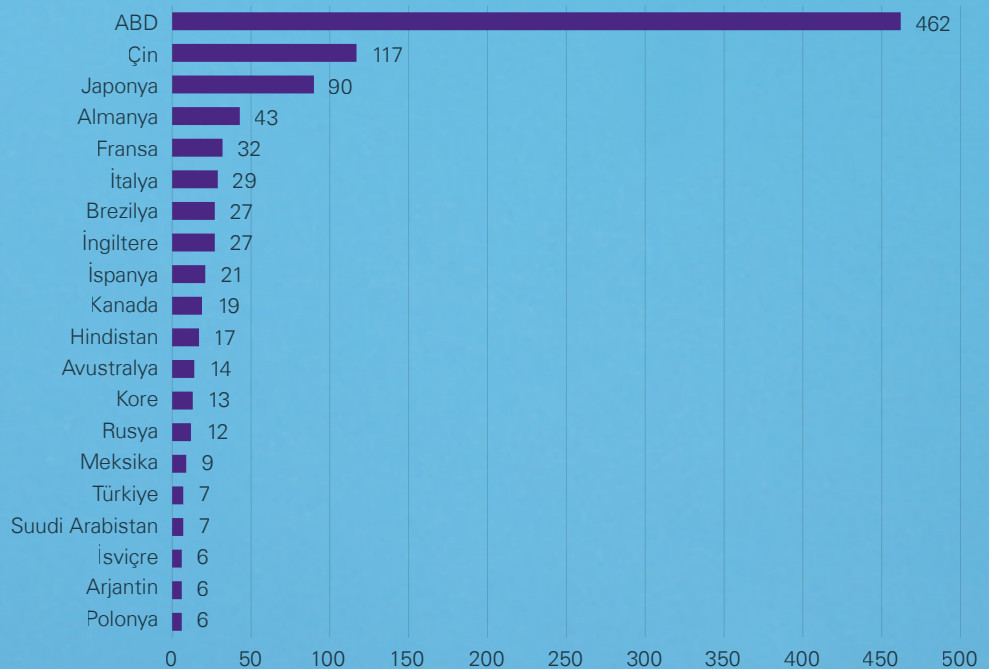
Bölgesel olarak incelediğimizde ABD ve Kanada, Kuzey Amerika ülkeleri olarak dünya ilaç pazarlarının yüzde 49'unu oluşturuyor. Çin'i de içine alan Afrika, Asya, Avustralya pazarının toplamdaki payı yüzde 16,4 olarak ortaya çıkıyor. Avrupa yüzde 21,5, Japonya ise yüzde 8,3 paya sahip.

Dünya ilaç pazarı payları



Kaynak: EFPIA

İlaç pazarının dünya ülkelerine göre büyüklüğü (milyar USD)

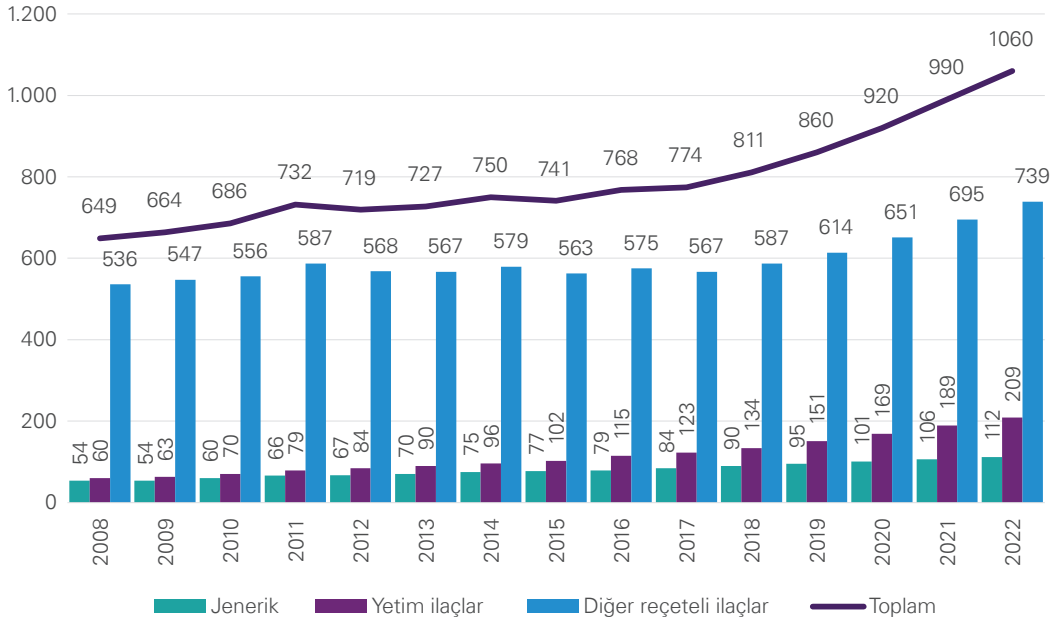


Kaynak: İEİS

Dünya reçeteli ilaç satışları ve kategorileri incelendiğinde, yılda 5,6 oranında ortalama büyüme ile 2022’de toplam 1 trilyon dolar seviyesine ulaşacağı öngörülüyor. 2017 yılı rakamlarından yola çıkılarak 2022 yılına gelindiğinde, toplam reçeteli ilaç satışlarındaki eşdeğer ilaç satışlarının yüzde

33 artması, yetim ilaç satışlarının ise iki katına çıkması bekleniyor. Bugüne dek, dar hasta popülasyonundan dolayı önceliği olmayan ve ismini de buradan alan bu kategori artık, katma değeri yüksek ve daha hızlı yol katedilebilecek bir pazar olarak ilaç şirketlerinin gündeminde yer alıyor.

Küresel toplam reçeteli ilaç satışları (2008-2022), milyar USD



Kaynak: Evaluate, Mayıs 2017

İlaç satışları tedavi alanlarına göre değerlendirildiğinde ilk sırayı onkoloji ilaçlarının aldığı görülüyor. 2016 yılında toplam ilaç pazarının yüzde 11,7’sini oluşturan onkoloji ilaçlarının pazar payı, 2022 yılında yüzde 17,5’e çıkacak. 2016 ve 2022 yılları arasındaki satış hacmi de iki kata yakın bir artış gösterecek. Dünya çapında en çok satılan ikinci grup

olan anti-diabetik ilaç satışlarının 2022 yılında yüzde 5’e yakın bir artış göstermesi, buna karşılık pazar payının yüzde 5,4’ten yüzde 5,3’e düşmesi bekleniyor. Tedavi alanlarına göre üçüncü sırada romatizma ilaçları var. Romatizma ilaçlarının pazar payı 2016 yılında yüzde 6,6 iken bu oran da 2022’de yüzde 5’e gerilemiş olacak.

Dünya genelinde ilaç satışları

Rank	Tedavi alanı	Dünya Çapında Satışlar (milyar USD)		CAGR % Büyüme	Dünya Çapında Pazar Payı			Sıralama Değişim (+/-)
		2016	2022		2016	2022	Değişim (%)	
1.	Onkoloji	93,7	192,2	%12,70	%11,70	%17,50	+5,8	
2.	Anti-diabetikler	43,6	57,9	%4,80	%5,40	%5,30	-0,1	+2
3.	Romatizma ilaçları	53,3	55,4	%0,60	%6,60	%5,00	-1,6	-1
4.	Antiviraller	48,5	42,8	-%2,10	%6,00	%3,90	-2,1	-1
5.	Aşılar	27,5	35,3	%4,20	%3,40	%3,20	-0,2	+1
6.	Bronkodilatör	28,3	30,1	%1,00	%3,50	%2,70	-0,8	-1
7.	Duyu Organları	20,2	28,3	%5,80	%2,50	%2,60	+0,1	+2
8.	İmmünosupresanlar	11,6	26,3	%14,60	%1,40	%2,40	+1	+5
9.	Anti-hipertansif	24,8	24,4	-%0,20	%3,10	%2,20	-0,9	-2
10.	Antikoagülanlar	14,1	23,2	%8,60	%1,80	%2,10	+0,3	
11.	MS terapileri	21,6	21,7	%0,10	%2,70	%2,00	-0,7	-3
12.	Dermatoloji	10,5	19,9	%11,20	%1,30	%1,80	+0,5	-1
13.	Anti-fibrinolitikler	11,6	17,1	%6,60	%1,50	%1,60	+0,1	-3
14.	Antihiperlipidemikler	13,8	13,4	-%0,60	%1,70	%1,20	-0,5	+1
15.	Antibakteriyeller	10,5	12,8	%3,40	%1,30	%1,20	-0,1	
	İlk 10	434,0	601,0	%5,60	%54,00	%54,60	+0,6	
	Diğer	369,0	500,0	%5,20	%46,00	%45,40	-0,6	
	Toplam İlaç Satışları	803,0	1101,0	%5,40	%100,00	%100,00		
	Toplam İlaç Satış İçeriği							
	Dünya Jenerik Satışlar	78,7	111,8	%6,00	%9,80	%10,20	0,40	
	Reçetesiz İlaçlar	35,1	41,5	%2,80	%4,40	%3,80	-0,60	

Kaynak: Evaluate, Mayıs 2017

İlaç sektörünün temel göstergelerinden biri olan Ar-Ge yatırımlarını değerlendirdiğimizde ise, ilaç sektörünün 2015 yılına kadar toplam Ar-Ge harcamalarının 1,1 trilyon doların üzerinde oluştuğunu görüyoruz. Sektörün 2015-2020 arasındaki Ar-Ge harcamasının ise tahmini olarak 900 milyar dolar düzeyinde gerçekleşeceği düşünülüyor. Bu sonuç sektörde inovasyon arayış hızının görülmemiş bir düzeye yükseldiğini teyit ediyor.

Ancak inovasyonun tüm dünyada en büyük düşmanı olan maliyet ve ekonomik belirsizlikler, tüm sektörlerde olduğu gibi ilaç sektörü firmalarını da temkinli davranmaya itiyor. İnovasyon için ilaç sektörü özelinde çok uzun ve karmaşık bir klinik süreç var ve bu maliyetleri

artırıyor. Ayrıca yasal düzenlemelerin baskısı inovasyonun önüne bir başka engel olarak çıkıyor.

Sektörde Ar-Ge'si için uzun süre harcanan yenilikçi tedavi yatırımları sonrası, zamanlama farkıyla pazarda ilk adımı atamama ihtimalinin daima var olması, ilaç sektöründe inovasyon iştahını törpüleyebiliyor. Ancak tüm bu olumsuz etmenlere rağmen, sektörün en önemli firmalarını mevcut büyüklüklerine getiren faktörlerin başında, ürettikleri jenerik ilaçlarla dünya pazarında yarattıkları ivme yer alıyor.

KPMG olarak küresel ölçekte yaptığımız değerlendirmede, Ar-Ge harcamaları için öngörülen mevcut seviye sektörün ihtiyacı olan ilerleme için yeterli görünmüyor.

Türkiye Pazarı





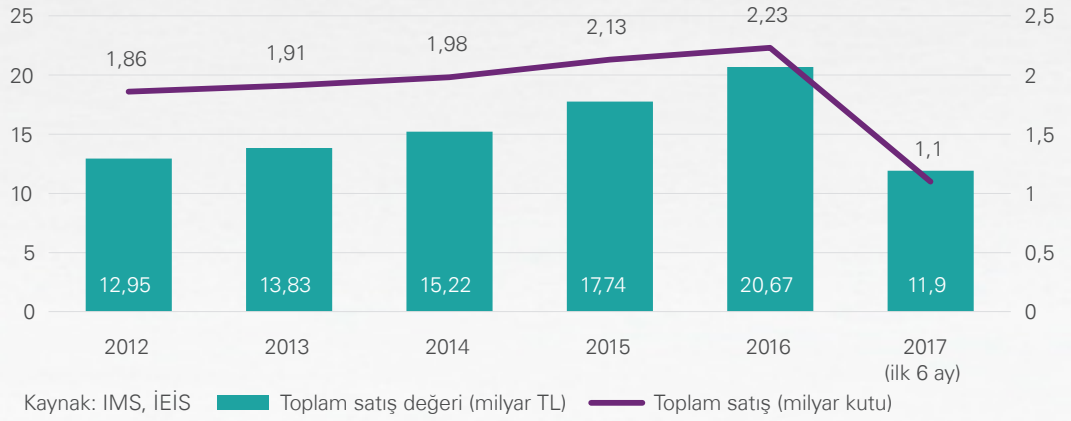


Türkiye ilaç pazarı

Günümüzde 20 milyar TL'yi aşkın yıllık satış hacmi ile dünyanın 16. büyük ilaç pazarı konumunda olan Türkiye'de ilaç sektörü hızlı bir büyüme eğilimi gösteriyor. Çok sayıda yerli ve yabancı firmanın yer aldığı parçalı bir yapıya sahip olan ilaç sektörünün büyümesinde, nüfusun yaşlanması, yerli ve yabancı oyuncu sayısının artması, yeni ürünlerin pazara çıkması

gibi birçok sebebin yanı sıra hastane kanalının da önemli bir payı olduğunu söyleyebiliriz. Hastane kanalı, özel ve kamu yatırımlarıyla 2016 verilerine göre yüzde 28 oranında büyüme gerçekleştirdi. Diğer yanda ilaç satışlarında Türkiye'de 25 binden fazla bağımsız eczanenin oluşturduğu perakende ilaç pazarı da 2016 verileriyle yüzde 15 oranında büyüdü.

Türkiye ilaç pazarı



Son beş yılı değerlendirdiğimizde; 2012 yılında 12,9 milyar TL düzeyinde olan ilaç pazarı, 2016 yılsonuna kadar yüzde 60'a yakın bir oranda büyüdü. 2016 yılında hastane ve eczane kanalları toplamında 20,6 milyar TL düzeyinde bir satış yapıldı. Kutu ölçeğinde ise 2,2 milyar'lık bir hacme ulaşıldı.

Türkiye ilaç pazarında 2017'nin ilk yarısında ise hastane ve eczane kanallarının toplamında 2016'nın aynı dönemine oranla yüzde 16'lık bir artış gerçekleşti. İlk altı aylık dönemde, toplam satış miktarı 2016'da 10,2 milyar TL olarak gerçekleşmişken, 2017'de bu rakam 11,9 milyar TL oldu. Kutu satış adetlerinde yüzde 1,1 oranında bir azalma olduğu halde satış gelirlerinde görülen önemli yükselmenin birkaç sebebi olduğunu görüyoruz.

Öncelikle 2017'de pazarın değer bazında büyümesine en çok katkı sağlayan faktörün fiyat artışları olduğunu belirtelim. Yüzde 16 olarak gerçekleşen büyümenin (1.635 milyon TL) 9,9 puanı (1.015 milyon TL) mevcut portföydeki fiyat artışından kaynaklandı. Fiyat artışlarında Türk Lirası'nın aynı dönemde yabancı para birimlerine karşı yaşadığı değer kaybının önemli bir etkisi var. Fiyat artışına kutu ortalamasında baktığımızda 2016 yılının ilk 6 ayında 9,2 TL olan ortalama kutu fiyatının 2017 aynı döneminde yüzde 17,3 artarak 10,8 TL'ye ulaştığını görüyoruz.

Ayrıca satışların kutu hacmi bazında düşmesi, sektörün büyüme rakamına 213 milyon TL düzeyinde bir negatif etki yaptı. Bu etki gerçekleşmemiş olsaydı sektörün büyümesi 2017 ilk 6 ayında yüzde 18 düzeyine erişecekti.

Pazarda görülen büyümeye pozitif etki yapan bir diğer faktör ise, mevcut ilaçların satış dağılımındaki değişiklikler oldu. Düşük fiyatlı ürünlerden, daha yüksek fiyatlı ürünlere yönelik hacim değişikliğinin büyüme oranına 534 milyon TL düzeyinde ve yüzde 5,2 pozitif yönde bir katkısı oldu.

Büyüme oranını etkileyen bir başka faktör de pazara sunulan yeni ilaçlar oldu. İlaç pazarına 2017'nin ilk yarısında tamamı reçeteli statüde toplam 250 ilaç girdi. Bu ilaçlar sektöre toplamda 299 milyon TL, oransal olarak da yüzde 2,9 pozitif etki yaptı.

Pazara yeni giren ürünler 2017 ilk yarı yıl sonuçları

İlaç	250
Eşdeğer	194
- İthal	13
- İmal	181
Referans	56
- Eşdeğeri Yok	10
- Eşdeğeri Var	46

Kaynak: IMS, İEİS

İlaç kategorilerine göre pazar

Referans ve eşdeğer ilaçlar

İlaç şirketi tarafından geliştirilip patent ile koruma altına alınarak pazara sunulan ilk ürün statüsündeki referans ilaçların 2017 yılının ilk 6 ayında ulaştığı satış değeri 8,1 milyar TL'dir. Referans ilaçların kutu satışlarında ise yüzde 1,7 oranında bir küçülme gerçekleşti ve yılın ilk yarısını 460 milyon kutuyla tamamladı. 2016 yılının aynı döneminde satış değeri 7 milyar TL, kutu adedi ise 468 milyon TL'yd.

Referans ilacın koruması kalktıktan sonra üretilen eşdeğer ilaçların satışında ise 2016'nın aynı dönemine göre yüzde 16,5 düzeyinde bir artış oldu ve satışlar 3,8 milyar TL düzeyine ulaştı. Kutu satışında ise yüzde 0,7 düzeyinde bir küçülme oldu ve 641 milyon kutu eşdeğer ilaç satıldı.

Referans ilaçların ortalama kutu fiyatı 17,5 TL, eşdeğer ilaçların kutu fiyatı ise ortalama 6 TL olarak gerçekleşti.

Referans-Eşdeğer ilaçlar									
	6 aylık Toplam Değer (milyar TL)			6 aylık Toplam Hacim (milyon kutu)			Ortalama fiyat		
	2016	2017	Değişim	2016	2017	Değişim	2016	2017	Değişim
Referans	7	8,1	%15,70	468,8	460,7	-%1,70	14,8	17,5	%17,80
Eşdeğer	3,3	3,8	%16,50	646,1	641,6	-%0,70	5,1	6	%17,30

Kaynak: IMS, İEİS

İthal ve imal ilaçlar

İthal ilaçların 2017 yılının ilk 6 ayında ulaştığı satış değeri 6,5 milyar TL'dir. Kutu satışları 227 milyon düzeyinde gerçekleşti. 2016'nın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında, değerinde yüzde 14,7 ve hacimde yüzde 1,5 oranında yükselme oldu. İthal ilaçlardaki ortalama kutu fiyatı 28,2 TL düzeyindedir.

Türkiye'de üretilen ilaçların satış değeri ise 2017'nin ilk 6 ayında, 2016'nın aynı dönemine göre yüzde 17,6 oranında artış göstererek 5,3 milyar TL olarak gerçekleşti. Yerli üretim ilaçların kutu başına ortalama fiyatı 6,1 TL'dir.

İthal-İmal ilaçlar									
	6 aylık Toplam Değer (milyar TL)			6 aylık Toplam Hacim (milyon kutu)			Ortalama fiyat		
	2016	2017	Değişim	2016	2017	Değişim	2016	2017	Değişim
İthal	5,7	6,5	%14,70	223,9	227,2	%1,50	25,5	28,8	%13,00
İmal	4,5	5,3	%17,60	890,9	875,1	-%1,80	5,1	6,1	%19,70

Kaynak: IMS, İEİS

Biyoteknolojik ilaçlar

2017 yılının ilk 6 ay sonuçlarına göre pazara toplam 8 adet biyoteknolojik ilaç girdi. Bu ilaçların 5'i referans ve 3'ü biyobenzer statüde. Böylece ilaç pazarı 196 referans biyoteknolojik, 41 biyobenzer ilaç olmak üzere toplam 237 biyoteknolojik ilaçtan oluştu.

Biyoteknolojik ilaç pazarı 2017 ilk 6 ayda değer olarak yüzde 11,1, hacim olarak yüzde 6,1

oranında büyüdü. Biyobenzer ilaçların büyüme oranları ise değer bazında yüzde 42,2, hacim bazında yüzde 20,9 düzeyinde.

Biyoteknolojik ilaçların ortalama kutu fiyatı 139,6 TL iken biyobenzer ilaçların kutu fiyatı 41,4 TL'dir. Referans statüdeki biyoteknolojik ilaçların kutu fiyatı ortalaması ise 156,1 TL'dir.

Biyoteknolojik İlaçlar									
	6 aylık Toplam Değer (milyar TL)			6 aylık Toplam Hacim (milyon kutu)			Ortalama fiyat		
	2016	2017	Değişim	2016	2017	Değişim	2016	2017	Değişim
Biyotek	1.720	1.911	%11,10	12,9	13,7	%6,10	133,2	139,6	%4,80
Referans	1.662	1.829	%10,10	11,3	11,7	%3,90	147,5	156,1	%5,90
Biyobenzer	57,5	81,8	%42,20	1,6	2	%20,90	35,1	41,4	%17,70

Kaynak: IMS, İEİS

Tıbbi ürün pazarı

Sağlık Bakanlığı'ndan izinli biyosidal ürünler, farmasötik formdaki bazı tıbbi cihazlar, enteral beslenme ve tıbbi amaçlı gıdalar, kozmetik ve dermokozmetik ürünleri, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan izinli vitaminler, gıda takviyeleri ve mamalarını tıbbi ürün pazarı altında değerlendiriyoruz.

Bu kategorilerdeki tüm ürünlerin 2017 ilk 6 ayındaki toplam satış değeri 2016 yılının aynı dönemine göre yüzde 21 oranında arttı ve 861 milyon TL seviyesinde gerçekleşti. Hacim ise yüzde 8,8'lik bir artışla 78,1 milyon kutu oldu. Tıbbi ürünlerin ortalama fiyatı 11 TL olarak gerçekleşti

Tıbbi ürün pazarı									
	Toplam Değer (milyon TL)			Toplam Hacim (milyon kutu)			Ortalama fiyat		
	2016	2017	Değişim	2016	2017	Değişim	2016	2017	Değişim
Ocak-Haziran									
Tıbbi Ürün Pazarı	711,4	861	%21,00	71,8	78,1	%8,80	9,9	11	%11,20
Gıda Takviyesi	305	387,5	%27,10	14,6	15,9	%8,70	20,9	24,4	%16,90
Enteral Beslenme ve Tıbbi Amaçlı Gıda	295,3	357,6	%21,10	46,3	50,8	%9,90	6,4	7	%10,20
Mama	55,8	54,9	-%1,70	3,3	3,3	%1,20	17,1	16,6	-%2,90
Diğerleri	55,3	61	%10,40	7,6	8,1	%5,50	7,2	7,6	%4,60

Kaynak: IMS, İEİS

Dış Ticaret

Ülkemizin 2010 yılında 603 milyon dolar düzeyinde gerçekleşen ilaç ihracatı, 6 yıllık süre içinde yüzde 43,1 artış göstererek 2016 yıl sonunda 863 milyon dolara ulaştı. Ancak 2017 Ağustos itibarıyla incelediğimiz sektör ihracatının ivmesini kaybederek düşüşe geçtiğini görüyoruz. 2017 yılının ilk 8 ayında ilaç ihracatı, 2016 yılının aynı dönemine göre yüzde 18,7 oranında daraldı ve 492 milyon dolar düzeyinde gerçekleşti.

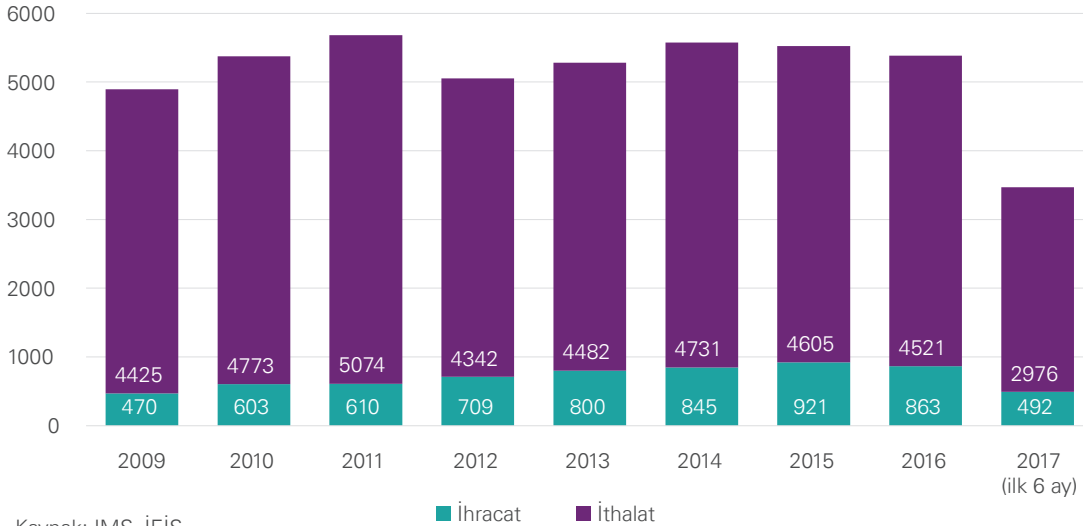
Dış ticarete ilaç ihracatının önemini ortaya koymak gerekiyor. Türkiye'nin kilogram başına ortalama ihracat değeri yaklaşık 1,5 dolar düzeyindeyken ilaç sektörünün kilogram başı ihracat değeri 2016 yılsonunda ortalama 29 dolar olarak gerçekleşti.

Öte yandan yıllık ilaç ithalatı 2010-2016 yılları arasında toplamda yüzde 4,1 artış kaydetti.

2013 ve 2014 yıllarında artan ithalat rakamları, 2015'de yüzde 2,7 düzeyinde gerilemiş ve 4,6 milyar dolar olarak gerçekleşmişti. Böylece 2015 yılında dış ticaret açığı 3,6 milyar dolara düşmüş ve ihracatın ithalatı karşılama oranı 6 yılda 9 puan artarak, yüzde 20'ye ulaşmıştı.

Ancak ihracatın ithalatı karşılama oranında gözlenen iyileşme sürdürülemedi ve gerileme gözlemlendi. İlaç ithalatı 2016 yılında yüzde 1,8 oranında gerilemesine ve 4,5 milyar dolar düzeyine inmesine rağmen ihracatta yaşanan düşüş nedeniyle ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 19,1 düzeyine inerek kritik yüzde 20 sınırının altına düşmüş oldu. Bu eğilim 2017 yılının ilk 8 ayında da devam ederek ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 16,5 seviyesine kadar geriledi.

İlaç sektörü ithalat ve ihracatı (milyon \$)



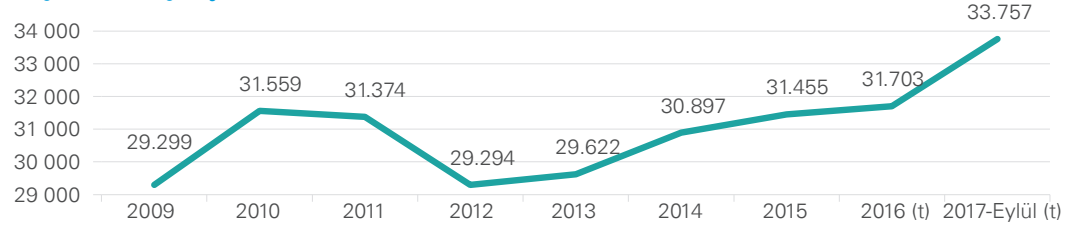
İstihdam

TÜİK verilerine göre 2010 yılında ilaç sektörü ülkemizde 31.500 kişiyi istihdam ediyordu. 2012 yılında 29 bin düzeyine kadar gerileyen ilaç sektörü istihdamı 2010'daki düzeyine tekrar ancak 2015 yılsonunda ulaştı. TÜİK tarafından ilan edilen son istihdam rakamları 2015 yılına ait ancak TÜİK'in 2015 yılı resmi verilerine 2016

ve 2017'deki SGK'lı sayısındaki artış oranlarını eklediğimizde sektör istihdamının 2016 yılı için ortalama 32 bin, 2017 yılında ise 34 bin düzeyinde olduğunu tahmin ediyoruz. Ayrıca 2017 yılsonu sektörel istihdam tahminleri Türkiye'de en yüksek işe alım potansiyelinin ilaç sektöründe olduğunu gösteriyor.

Kaynak: Manpower İstihdam Araştırması 2017, 3. çeyrek

İlaç sektörü çalışan sayıları, 2009-2015



Kaynak: TÜİK



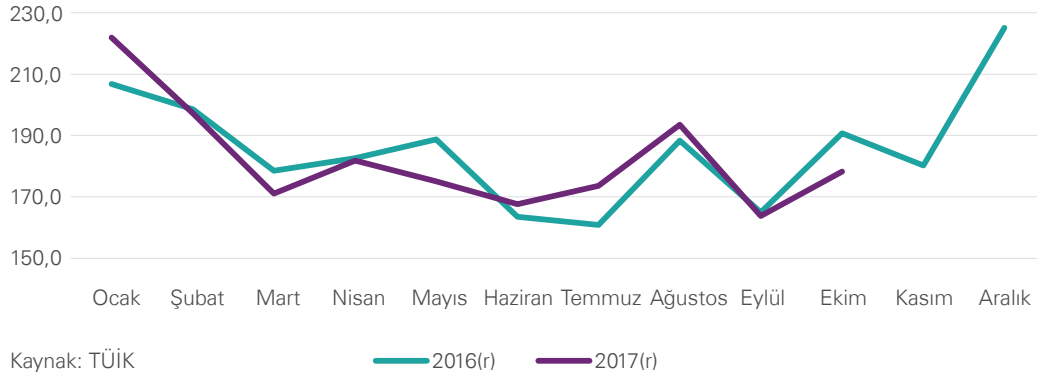
Üretim

Sanayi üretim endeksi verilerine göre, 2014'ten bu yana çift haneli büyüme yakalayan ilaç sektöründe üretim, 2016'da da bir önceki yıla göre yüzde 14,8 artış gösterdi. 2017'nin ilk 10 ayında gerçekleşen üretim endeksi geçen senenin oranlarıyla paralellik gösteriyor. 2017 ve 2016 yıllarını aylık olarak karşılaştırdığımızda, yıla yüksek bir endeksle girildiği, kışın sona ermesiyle Mart ayında üretimde bir düşme olduğu, Ağustos ayında Ocak ayından sonra

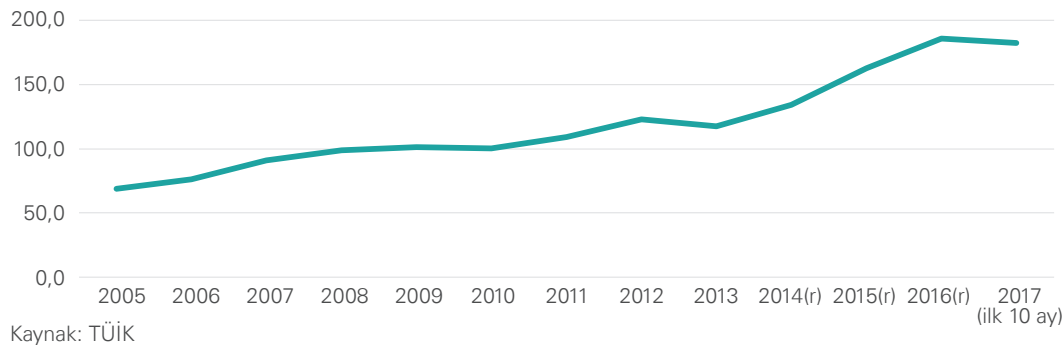
gerçekleşen en büyük üretim hacmine ulaşıldığı görülüyor. 2016 yılıyla paralel bir görüntü sergileyen 2017 üretim endeksi, ilaç sektörünün 2017 yılını da yaklaşık yüzde 10'luk bir üretim artışıyla sonuçlandıracağını gösteriyor.

Ayrıca hükümetin eylem planında da yer alan yerli üretimin desteklenmesine yönelik kamu politikalarının hayata geçirilmeye başlanması, ilaç sektörünün üretim hacminin artması yönünde bir beklenti oluşturuyor.

İlaç sektörü üretim endeksi, 2016 - 2017



İlaç sektörü üretim endeksi, 2005 - 2017



Sektördeki önemli üreticiler

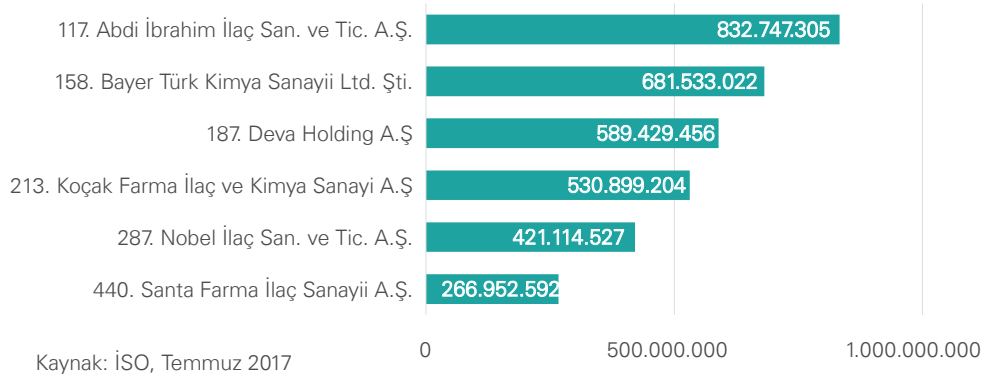
İEİS verilerine göre Türkiye ilaç sektöründe faaliyet gösteren 69 firma, 74 tesiste üretim yapıyor ve bu firmaların 15 tanesi çok uluslu. İlaç üretiminde kullanılan hammaddelerin yaklaşık yüzde 80'i yurt dışından temin edilmekle birlikte, yurt içinde 6'sı yerli olmak üzere toplam 12 tesis hammadde üretimi yapıyor. Toplam 10 hammadde üretim tesisinin 3'ü ise çok uluslu firmalara ait.

Türkiye'deki yabancı sermayeli ilaç firması sayısı 57. Aralık 2017 tarihi itibarıyla Türkiye İlaç Sektör Rehberi'nde listelenmiş firma sayısı 299 iken, sektörde 24 akredite Ar-Ge merkezi bulunuyor.

Dünyanın en büyük 10 ilaç üreticisinin tümünün Türkiye pazarına satışı bulunuyor. İlk 3 sırada yer alan Pfizer, Novartis ve Sanofi'nin Türkiye'de üretim tesisleri de yer alıyor. Ayrıca ülkemiz bazı uluslararası ilaç firmalarının üretim ve/veya satış konusunda bölgesel merkezi konumunda.

ISO 500 listesinde yer alan 6 ilaç sektörü oyuncusundan en büyüğü olan Abdi İbrahim, üretimden satışlar bazında Türkiye'nin 117. en büyük sanayi şirketi. Abdi İbrahim'i 158. sırada Bayer Türk, 187. sırada Deva Holding, 213. sırada Koçak Farma, 287. sırada Nobel İlaç ve 440. sırada Santa Farma izliyor. ISO İkinci 500 firmanın arasında ise sırasıyla İ.E. Ulagay, Ali Raif İlaç ve Biofarma bulunuyor.

ISO 500'de yer alan ilaç firmaları, TL



Türkiye ilaç sektörü ve Ar-Ge

Türkiye ilaç sektörü, 24 akredite Ar-Ge merkezi, 1053 Ar-Ge çalışanı, 596 tamamlanan ve 571 devam etmekte olan proje ile, ülkemiz inovasyonunda ve sanayi dönüşümünün gerçekleşmesinde önemli bir paya sahip. Sektörün 126 patent başvurusu ve 9 tescil edilmiş patenti bulunuyor. Katma değeri bu denli yüksek bir sektördeki her bir patentin Türkiye için büyük önemi olduğunu düşünüyoruz. İlaç talebini yüzde 80'i aşan oranlarda ithalat yoluyla sağlayan Türkiye'de Ar-Ge yatırımlarının geliştirilmesi için devlet de önemli adımlar atıyor.

İlaç sektöründe Ar-Ge harcamaları, 2010'da 92,1 milyon TL düzeyinde iken yüzde 154 artış göstererek 2015'te 234,3 milyon TL'ye ulaşmıştır. Bu artış, bileşik bazda yıllık yüzde 21, üretici fiyatları bazında yüzde 82 oranında reel bir büyümeye işaret ediyor.

Akredite Ar-Ge merkezi sayısının 2010 yılında 4 iken bugün 24'e ulaşmış olması, sektörün Ar-Ge alanındaki gelişimine işaret ediyor. Ancak bu gelişmelere rağmen ülkemizin henüz potansiyelinin altında bir inovasyon faaliyeti içerisinde olduğunu söylemeliyiz. Devlet, üniversite ve sektör işbirliğinin güçlenmesini ve Ar-Ge ve inovasyonu destekleyen bir kültür oluşturulmasını, bu eksikliği gidermek için atılabilecek öncelikli adımlar olarak sıralayabiliriz. T.C. Kalkınma Bakanlığı'nın "Onuncu Kalkınma Planı" çerçevesinde 2014 yılında yayımladığı "Sağlık Endüstrilerinde Yapısal Dönüşüm Eylem Planı" ile, uzun vadede Türkiye'nin küresel bir ilaç Ar-Ge ve üretim merkezi olması, ilaç alanında rekabetçi bir konuma ulaşması hedefleniyor. Bu plan doğrultusunda, küresel klinik araştırma yatırımlarından Türkiye'nin aldığı payın ve yürütülen klinik araştırma sayısının yıl bazında yüzde 25 oranında artması bekleniyor.

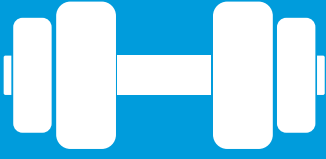
Türkiye İlaç Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı

T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca 2015-2018 dönemi için "Türkiye İlaç Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı" oluşturuldu. Sektörün sürdürülebilirliğinin ve küreselleşmesinin desteklenmesi konusunda fırsat oluşturan planın ana maddeleri şu şekilde:

- Sektörün ihtiyacı olan nitelikli insan gücünün oluşturulması
- Kamu, üniversite ve özel sektör arasındaki işbirliğinin iyileştirilmesi
- Hukuki düzenlemelerin ve idari kapasitelerin, toplum sağlığını koruyacak ve yatırımları ihracat odaklı artıracak şekilde iyileştirilmesi
- Bilinçli bir hekim, dış hekimi, eczacı, hemşire ve tüketici kitlesi oluşturarak akılcı ilaç kullanımının sağlanması
- Katma değeri yüksek ürünlerin geliştirilebilmesi için Ar-Ge faaliyetlerinin planlanması ve koordinasyonunun sağlanması, bu şekilde geliştirilen ürünlerin desteklenmesi

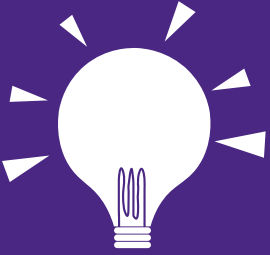
İlaç sektörü durum analizi





Güçlü yönler

- Türkiye ilaç sektörü üretim kapasitesi, standartlar ve teknoloji açısından gelişmiş bir yapıya sahip.
- Sağlıkta dönüşüm programı çerçevesinde oluşturulan referans fiyat uygulaması ve hastanelerde ilaç satışının durdurulması perakende pazarını geliştiriyor.
- Dünyanın en büyük 10 üreticisi Türkiye’de faaliyet gösteriyor. Hastane yatırımlarının artışı sağlık sektörüne ivme kazandırıyor.
- Sektör, eğitim seviyesi yüksek nitelikli iş gücüne ulaşabiliyor. İlaç sektörünün itibarı yetenekli adayları çekmede son derece etkili.



Fırsatlar

- Hızlı nüfus artışı, ortalama yaşam süresindeki artış, değişen demografik yapı ve kişi başına ilaç tüketiminin düşük olması, sektörün önümüzdeki yıllarda büyümeye devam edeceği anlamına geliyor.
- Artan sağlık turizmi ve bu konuda sağlanan devlet teşvikleri de sektörün büyümesini destekliyor.
- Dünyada gelişmekte olan pazarların yüksek büyüme hızları, pazar dağılımını değiştiriyor, bu durum Türkiye lehine etki yaratabilir.
- Yurt içi üretimi desteklemek üzere, yurt dışından ilaç girişini zorlaştıran düzenlemeler ve vergi uygulamaları yerli üretici için fırsat ortamı yaratıyor.
- Sektörün mevcut kapasitesinin daha verimli bir şekilde değerlendirilmesi ve ileriye taşınması amacıyla Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca 2015- 2018 dönemi için oluşturulan “Türkiye İlaç Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı” sektör oyuncularına fırsat ortamı sağlıyor.
- Moleküler biyoloji ve rekombinant tekniklerinde kaydedilen önemli gelişmeler sayesinde biyoteknolojik ilaç üretimi hızlandı ve bu alanda hala önemli fırsatlar var.
- Türkiye, aralarında İsviçre, ABD, İngiltere, İrlanda, Almanya, Kanada, Japonya ve Avusturalya’nın da yer aldığı “Uluslararası İlaç Denetim Birliği” üyeliğine kabul edildi. Üyelik ile Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumunca yapılan tüm denetimler dünyada kabul görecektir, ülkede üretilen ilaçların kalitesi ve güvenliği tescil edilmiş olacak ve ilaçların dünya pazarına açılmasının önündeki teknik engeller ortadan kalkacak.
- İhracatta yeni pazarlara açılma eğilimi, sektör üreticilerine henüz kullanılmamış fırsatlar yaratıyor.



Zayıf yönler

- Türkiye ilaç konusunda net bir ithalatçı konumunda.
- Sektörün en önemli sorunu çok yüksek dış ticaret açığı.
- İlaç üretiminde kullanılan hammaddeler de ağırlıklı olarak ithal ediliyor.
- Satın alma gücü paritesine göre kişi başına düşen ilaç harcaması yıllık 86 dolar ile gelişmiş ülkelerin çok gerisinde.
- Dövizdeki hareketlilik üretici ve yatırımcı firmaları negatif etkiliyor.
- İthal ürünlerin ruhsatlandırma süreçlerindeki zorluklar zaman kaybına neden oluyor.



Tehditler

- İlaç sektöründeki regülasyon yoğunluğu sektör firmalarına olumsuz etki ediyor. Ruhsatlandırma süreci, patent yasası, fikri mülkiyet hakkı gibi düzenlemelerin sıklığı sektör için uzun dönemde yarar getirirse bile hız kesici bir etki yaratıyor.
- Sağlıkta reform süreciyle birlikte 2004 yılında ilaçta referans fiyat uygulamasına geçilmiş, Türkiye'deki hastaların Avrupa ülkelerindeki orijinal ilaçlara en ucuz fiyatlarla ulaşabilmeleri sağlanmıştır. Ancak, uygulamada referans fiyatların TL'ye dönüştürüldüğü euro kurunun mevcut düzeyinin oldukça altında belirlenmesi, piyasada faaliyet gösteren firmalar için sıkıntı yaratıyor.
- Tıp ve eczacılık açısından zengin insan kaynaklarına sahip olunmasına rağmen, Ar-Ge yatırımlarındaki ve araştırma olanaklarındaki kısıtlardan dolayı bu kaynaktan yeterince faydalanılamıyor.
- İlaç sektörünün en büyük alıcısı konumundaki kamu kesiminin, tasarruf nedeniyle getirdiği düzenlemeler üretici firmaların kar marjlarını olumsuz etkiliyor.
- Ar-Ge ve inovasyon kültürünün gelişmemiş olması, maliyetlerin yüksekliği ve kar marjlarındaki hareketlilik, Türkiye'nin katma değeri yüksek ilaç sektöründe ilaç geliştiricisi olarak geride kalması sonucunu doğuruyor.
- Çevre ülkelerdeki jeopolitik sıkıntılar ve bazı ülkelerin fiyat sistemlerinde Türkiye'yi referans alması ihracat üzerinde baskı yapıyor.



Projeksiyonu

Türkiye’de çok büyük ölçüde kamu tarafından karşılanan sağlık harcamalarını kontrol altında tutabilmek ve kamu bütçesine olan etkisini azaltabilmek için referans ilaç fiyatlaması sistemi uygulanıyor. Bu sistem çerçevesindeki en önemli kriterlerden biri de hangi kur ile euro fiyatların TL’ye dönüleceğidir. 29 Eylül 2017’de yayımlanan Beşeri Tıbbi Ürünlerin Fiyatlandırılması Tebliği’ne göre, Fiyat Değerlendirme Komisyonu, her yılın ilk 45 günü içerisinde toplanarak ilaçların fiyatlandırılmasında kullanılacak euro kurunu ilan edecek. 2018 başında açıklanacak euro kuru, ilaç fiyatlarının TL bazında yeniden belirleneceği anlamına geldiğinden, bütçe dengeleri ve ilaç şirketlerinin karlılığı açısından büyük

önem taşıyor. Fiyatlamada kullanılan euro kuru 2009 ila 2015 yılları arasında 1,9595 seviyesine sabitlenmişken, kur zaman içinde gerçekleşen kademeli artışlar ile 2017 yılında 2,3421’e yükselmiş durumda.

Mevzuata göre, söz konusu euro kuru, Merkez Bankası tarafından açıklanan bir önceki yıla ait ortalama kurun yüzde 70’i oranında hesaplanıyor. Mevzuattaki kuralın geçerli olduğu varsayımıyla, 2018 başında açıklanacak yeni euro kurunun 3’e yakın olacağı öngörülebilir. Türkiye’deki ilaç harcamalarının yüzde 85-90’ı devlet tarafından karşılandığından, bu durumun kamu bütçesine ilave yük getireceği göz ardı edilmemelidir.

Mevcut durumda Türkiye'deki ilaç satışlarına bakıldığında, değer bazında satılan ilaçların yaklaşık yüzde 68'i orijinal, yüzde 32'si jenerik; kutu bazında yüzde 44'ü orijinal, yüzde 56'sı jenerik ilaçlardan oluşuyor. İlaç fiyatlarının 2015'ten bu yana euro kuru güncellemesiyle yukarı yönlü artışı nedeniyle son yıllarda referans ürün payının artışa geçtiği gözleniyor. 2018'de de bu trendin devam etmesi bekleniyor.

Tüketime bakılırsa; son yıllarda değer bazında onkoloji ve kan ürünleri tüketiminin arttığı, buna karşın kardiyovasküler ve antibiyotik tüketiminin azaldığı görülüyor. Bu eğilim de 2018 yılında devam edebilir.

Türkiye'de üretilen ürünlerin değer bazında yaklaşık yüzde 57'si ithal, yüzde 43'ü ise yerel üretimdir. Yerel üretim ise çok büyük oranda jenerik ilaç üretimine dayanıyor. İlaç üretimi için gerekli etken hammaddelerin de yaklaşık yüzde 80'i ithal ediliyor. Bu verilere göre Türkiye ilaç sektörünün ithalat bağımlılığı yüksek bir sektör olduğu açıkça görülüyor. 64. Hükümet Aksiyon Planı ve 10. Kalkınma Planı'nda ilaç sektörü öncelikli sektörler arasında sayılarak yerel üretimin artırılması hedeflenmiştir. Son yıllarda "ilaçta yerelleşme" sloganı ile bilinen uygulamaların 2018 yılında da artarak devam etmesini bekliyoruz. Mevzuatta yerel üretimi teşvik eden düzenlemeler yer alıyor. Bu politikaların bir sonucu olarak çok uluslu ilaç şirketleri ile yerel ilaç şirketleri arasındaki işbirlikleri 2018 yılında da artarak devam edecektir.

İleri teknoloji grubunda yer alan ilaç üretimi ve Ar-Ge'si için yapılan yatırım ve harcamaların teşvik edilmesi 2018 yılında da sürecektir. Biyoteknoloji ve biyobenzer ilaçların toplam ilaçlar içindeki payının

küresel ölçekte artış trendinde olduğu gözlemleniyor. Mevcut durumda Türkiye'de satılan ilaçların yüzde 13'ü biyoteknolojik iken yüzde 87'si kimyasal. Ancak son beş yılın verilerine bakıldığında trendin çok hızlı arttığını gözlemliyoruz. Biyoteknoloji ve biyobenzer ürünler alanında her yıl ortalama yüzde 50 civarında artış görülüyor.

Referans ilaç fiyatlaması sisteminde biyobenzer ürünler teşvik ediliyor. İlerleyen dönemde Çin, Güney Kore, Hindistan gibi biyobenzer ilaç üretimi konusunda öne çıkan ülkelerdeki şirketlerin Türkiye pazarına daha yoğun ilgi göstermesi ve işbirliklerine gitmesi bekleniyor.

Yeni büyük şehir hastanelerinin hayata geçmesi ve sağlık hizmetlerine ulaşmanın daha da kolaylaşması ile birlikte ilaç sektörüne olan fiziki talep 2018 yılında da canlılığını koruyacaktır.

Daha geniş bir çerçeveden küresel ölçekte değerlendirdiğimizde; KPMG'nin ilaç sektörünü gelecekte derinden etkilemesi beklenen trendleri ele aldığı 2030 senaryolarını içeren "Pharma Outlook 2030" raporuna göre, ilaç firmalarının bir kısmı artık sektördeki fiyat baskısının yanı sıra, hastalığı önleme, teşhis ve gerçek tedavi eğilimlerinin öneminin farkına varmaya başlıyor. Bu farkındalık, kurulu düzeni tehdit ederek yeni rekabet alanlarının kapısını aralıyor. İlaç şirketlerini, yatırım yaptıkları alanları ve paydaşlarını yeniden gözden geçirmeye yöneltiyor.

Bu bağlamda "teknoloji", "genetik" ve "bağışıklık tedavisi (immunoterapi)", sektörün maruz kaldığı etki karşısında gelecekte öne çıkacak gözde alanlar olarak göze çarpıyor.



İnşaat

Sektörel Bakış

2018

—

kpmg.com.tr

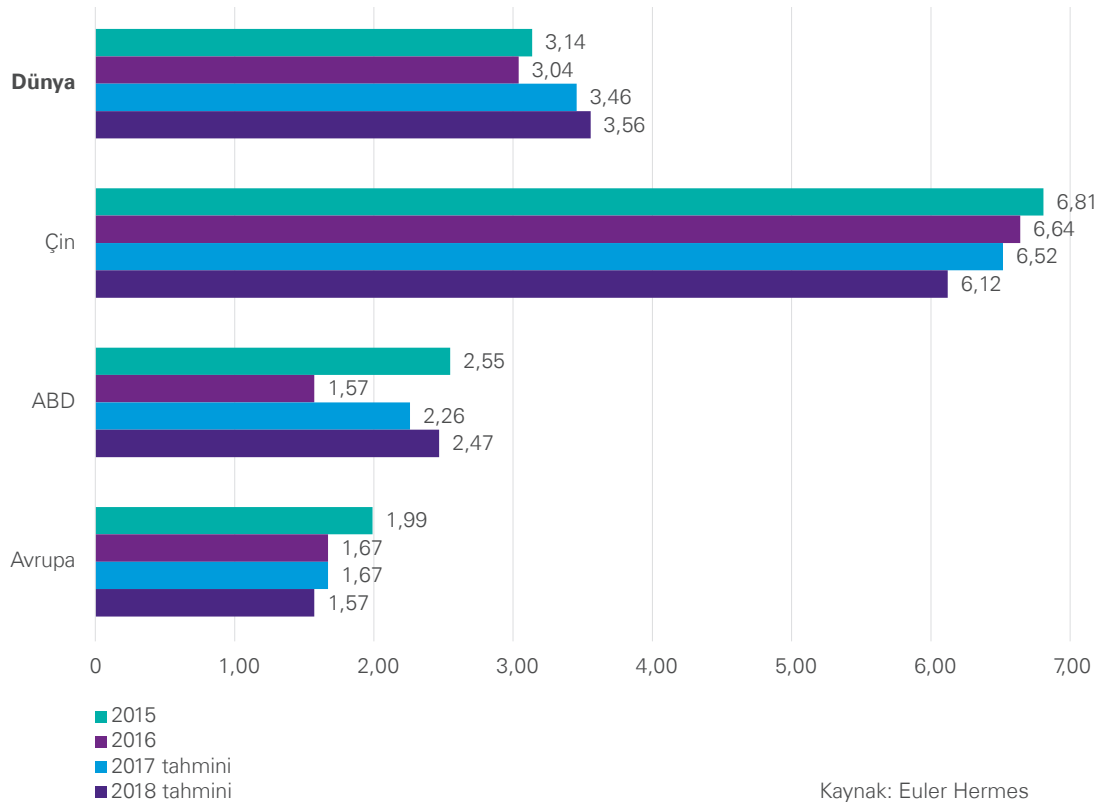


Dünyada ve Türkiye’de eğilimler

2017 itibariyle inşaat sektörünün küresel ekonomideki payı yüzde 15 düzeyinde gerçekleşirken, Türkiye’de bu oran yüzde 9 düzeyinde. İnşaat sektörü, ülke ekonomisinin büyüme ivmesi, hükümet politikalarının ve yatırım potansiyellerinin etkisi ile yoğunluklu

olarak gelişmekte olan ülkelerde canlılık gösteriyor. 2025 yılına gelindiğinde inşaat sektörünün toplam ekonomideki payının gelişmiş ülkelerde yüzde 10, gelişmekte olan ülkelerde ise yüzde 17 seviyesine erişeceği tahmin ediliyor.

Dünya inşaat sektörü büyüme (yüzde)



Dünya geneline bakacak olursak; Asya Pasifik ve Kuzey Amerika’da devam eden düşük faiz oranları ve istikrarlı seyreden emtia fiyatları inşaat sektörünün 2018’e sağlam bir giriş yapacağını gösteriyor. ABD ve Kanada için de büyüme ve istikrar öngörülüyor. Büyük altyapı projeleri ve konut inşaatlarına tahsis edilen gelir yüzde 4 ila 6 oranında artabilir. Latin Amerika’da

ise inşaat sektöründe, bütçe kesintileri ve çeşitli yolsuzluk skandalları nedeniyle yaşanan proje iptallerine bağlı olarak süren durgunluğun 2018’de de devam edeceğini tahmin ediyoruz.

Çin, yeni normal olarak adlandırılan büyüme oranlarıyla ivmesini aynı şekilde devam ettirerek inşaat alanındaki hareketliliği koruyacak.

Avrupa'nın genelinde ise inşaat sektöründe genel bir durgunluk öngörülebilir. Brexit İngiltere'de olduğu gibi Avrupa'nın genelinde de hala birçok sektörün belirsizliğini korumasına sebep oluyor. İnşaat sektörü de belirsizlikten en çok etkilenen sektörlerden biri.

Rusya inşaat sektöründe ise 2020 yılına kadar, yıllık yüzde 1,76 büyüme hızı bekleniyor. Hükümetin orta ve düşük gelir gruplarına konut edindirme çalışmalarının hedefi doğrultusunda 500.000 konut inşası tamamlanacak. Rusya'da inşaat sektörünün genel olarak toparlanma eğilimi içinde olması, Rus pazarında çok güçlü olan Türk şirketleri için de önemli bir gelişme. Rusya'nın yanı sıra Kafkasya ve Ukrayna gibi pazarlarda da bugüne dek ertelenen taleplerle artan önemli pazar fırsatları var.

Türkiye'de inşaat sektörü, konut ve altyapı projelerinin yoğunluğu nedeniyle hareketli bir dönemden geçti. Yarattığı katma değerle ülkenin en önemli ekonomik sektörlerinden olan inşaat; GSYH içindeki yüzde 9'luk paya

ilave olarak dolaylı olarak etkilediği sektörler ile ekonomideki payını yüzde 30'a ulaştırıyor.

Genel olarak değerlendirdiğimizde; dünyada ve Türkiye'de inşaat sektörünün önümüzdeki yıllarda büyümeye devam edeceğini öngörüyoruz. Araştırmalar 2020'de dünyanın en büyük inşaat pazarının Çin olacağını, Çin'i ABD, Hindistan, Japonya ve Kanada'nın izleyeceğini gösteriyor. Pazar büyüklüğü sıralamasında önemli bir değişiklik beklenmezken, inşaat sektörünün büyüme hızı sıralamasında ise önemli değişiklikler bekleniyor. 2018-2020 yılları arasında Ortadoğu ve Afrika bölgeleri, inşaat sektörünün büyüme hızında Asya Pasifik'i geride bırakacak. Bu gelişmede Çin'in yavaşlayan büyümesinin etkisinin yanı sıra Körfez ülkelerinde süren büyük altyapı yatırımlarının da önemli rolü var. 2020'de sektör 2010 yılına oranla yüzde 67 büyümüş olacak.

Öte yandan Afrika pazarında bir hareketlenme izleniyor. Türk müteahhitlerinin de dikkatle takip ettiği pazarda, altyapıdan konuta çok yönlü bir



talep var. Bölge ülkelerinde inşaat ruhsatlarıyla ilgili süreçlerin zorluğu bugüne dek yavaşlatıcı bir etkiye sahipti. Ancak bölge genelinde hükümetler son on yılda bürokratik süreçleri kolaylaştırmak ve proje inşaat sürelerini kısaltmak için çalışmalar yaptı. Örneğin Cezayir inşaatların zamanında tamamlanmasına yönelik yasama çalışmaları gerçekleştirdi. Burkina Faso ve Burundi bürokratik işlemlerin hızlanması için 'tek işlem' büroları kurdu. Nijerya ve Liberya kurumlarına işlem başına zaman sınırlaması getirdi. Mauritius işlem prosedürlerini birleştirdi, Ruanda ise izin sistemini merkezileştirdi.

Teknoloji devrimine ayak uydurulması da sektörün büyüme planları için önemli bir unsur. İnşaat sektörünün performansı ancak yönetim, teknoloji ve insan üçlemesinin etkin ve uyumlu kullanımıyla yükselir. Nitelikli işgücünü sektöre çekmek ve kalmalarını sağlamak, veriyi doğru kullanmak ve doğru analiz etmek ve ileri teknolojileri bir an önce faaliyetlerine katmak, geleceğin inşaat sektörünün başarısını belirleyecek kriterler olarak ortaya çıkıyor. İnşaat; mobil

platformlar, gelişmiş veri analitiği ve robotik işgücü gibi yeni teknolojilerin kullanımı için önemli fırsatlar yaratıyor. Ancak KPMG Küresel İnşaat Araştırması 2017 sonuçları bu teknolojik gelişmelerin şirketlerde kullanım oranının yüzde 10 gibi düşük bir düzeyde kaldığını gösteriyor. Araştırma'ya göre katılımcıların yüzde 18'i önümüzdeki birkaç yıllık dönemde yapay zeka ve robotik işgücünün kullanılmaya başlamasıyla bu oranın artacağını düşünüyor, yüzde 6'sı robotik teknolojilerin halihazırda kullanıldığını, kalan yüzde 76'lık bölümü ise bu tür teknolojiler için sektörün daha fazla zamana ihtiyacı olduğunu düşünüyor.

Küresel İnşaat Araştırması 2017'nin sonuçları da dahil olmak üzere araştırmalar Endüstri 4.0 ve dijitalleşmenin inşaat sektörünü de etkilemeyi sürdüreceğini ortaya koyuyor. İnşaat sektöründe 3D teknolojiler şimdiden modelleme, proje yönetimi ve örnek projelerde kullanılmaya ve başarılı sonuçlar elde edilmeye başlandı. Teknolojinin, yönetişimin ve kalifiye insan faktörünün verimli birlikteliği, yeni bir dünyayı inşa ederken sektöre büyük hız kazandıracak.



Türkiye Pazarı





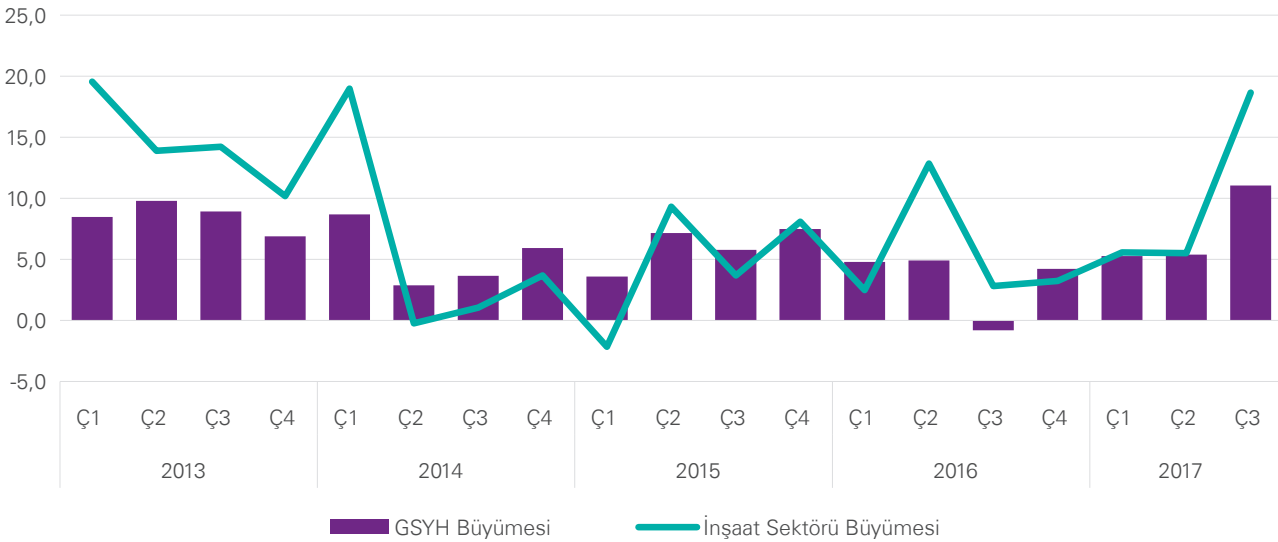
Türkiye İnşaat Sektörü

2013 yılından bugüne inşaat sektörünün ekonomik büyüme ile olan ilişkisini değerlendirdiğimizde, 2014 yılının ikinci çeyreğinde yaşanan düşüşün dışında sektörün istikrarlı bir gelişim içinde olduğunu görüyoruz. 2013 yılı, sektörün beklentilerin üzerinde artış kaydettiği bir yıl oldu. 2014, artan jeopolitik riskler ve dövizin buna bağlı olarak yukarı yönlü hareketi ile hem ekonomik anlamda hem de sektörel anlamda bir daralma yılı oldu. 2015 yılında ise Türkiye ekonomisi yüzde 6 büyüme oranını yakaladı. Bu büyümede, özel tüketim harcamalarının ve kamu harcamalarının etkisi oldu. Ekonomik büyümeyle birlikte inşaat sektörünün büyüme performansı yüzde 4,9 olarak gerçekleşti. 2016'nın tüm çeyreklerinde inşaat sektörü ekonomik büyümenin üzerinde bir büyüme kaydetti.

2017'nin ilk iki çeyreğinde sektörün büyümesi ise yine yüzde 5,6 ve yüzde 5,5 olarak gerçekleşti. Sektör, 3. çeyrek sonuçlarına göre yüzde 18,7 ile son 3 yılın en yüksek büyüme oranını yakaladı. Bu rakamla sanayi büyümesinin de önüne geçen inşaat sektörü, aynı dönemde yatırımlarını da yüzde 12 düzeyinde artırdı.

2016 ve 2017'de gerçekleşen olumlu tabloya rağmen sektörün, 2018 yılı beklentileri daha temkinli. Sektörü özellikle son iki yılda konut üretimi ve konut satışları büyüttü. Özellikle üst gelir düzeyine hitap eden projelerde stok erime hızının yavaşlaması, sektörün bu segmentte doygunluk noktasına yaklaştığını gösteriyor. Arz talep dengesizliğinin 2018'de sürmesi durumunda sektör 2016 ve 2017'de ulaştığı büyüme ivmesini kaybedecektir.

GSYH büyümesi ve inşaat sektörü büyümesi, 2013 - 2017



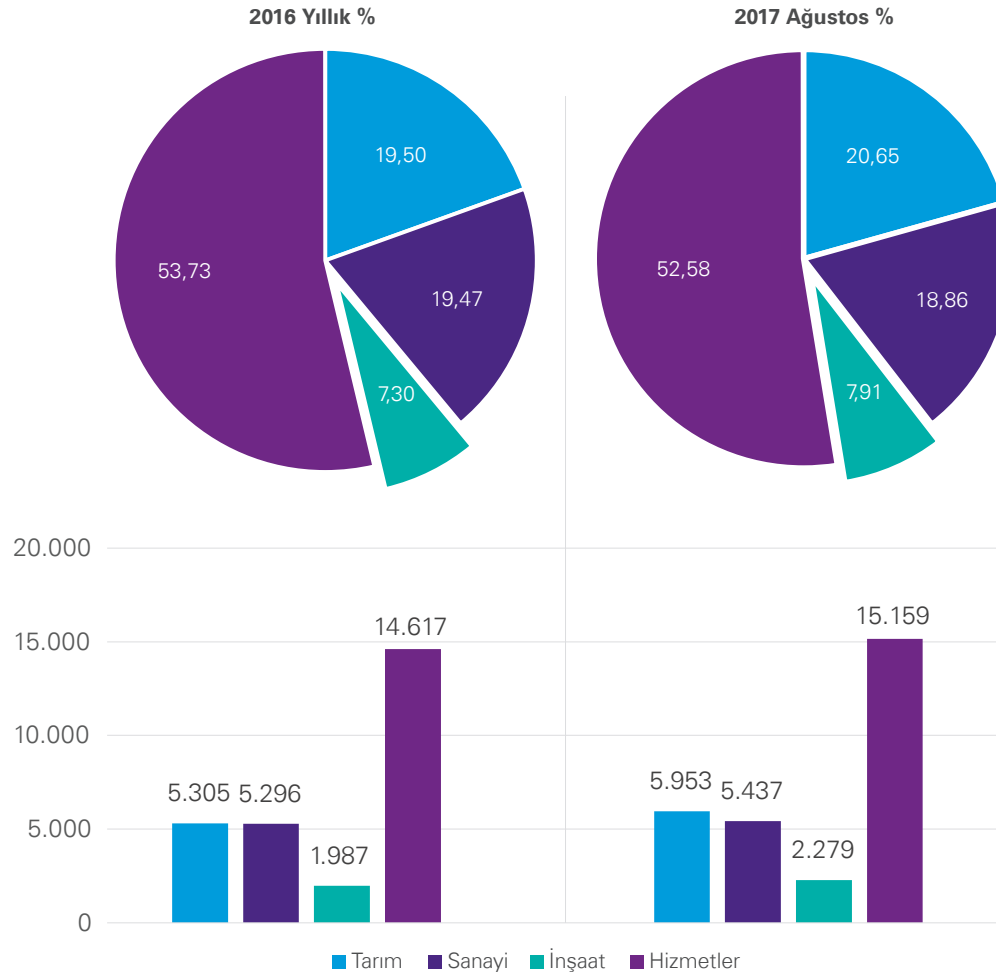
Kaynak: TÜİK, Dönemsel Gayrisafi Yurtiçi Hasıla

İstihdam

İnşaat sektörünün toplam istihdamdaki oranı 2005 yılında yüzde 5,6 düzeyindeydi. 2016 sonu itibariyle bu oran yüzde 7,3'e yükseldi. Sektörün istihdam katkısı mevsimsel etki ile en yüksek düzeye yaz aylarında çıkıyor. 2017 Ağustos ayında Türkiye'de istihdam edilen toplam 28 milyon 828 kişinin 2 milyon 279'u inşaat

sektörü çalışanlarından oluşuyordu. Bu sayı toplam istihdamın yüzde 7,9'unu oluşturuyordu. Henüz tartışma konusu olan Taşeron Yasası ile ilgili gelişmelerin inşaat sektöründe istihdamı nasıl etkileyeceğini 2018 yılı içerisinde gözlemleyeceğiz.

İstihdam edilenlerin yıllara göre iktisadi faaliyet kolları ve dağılımı (bin kişi)



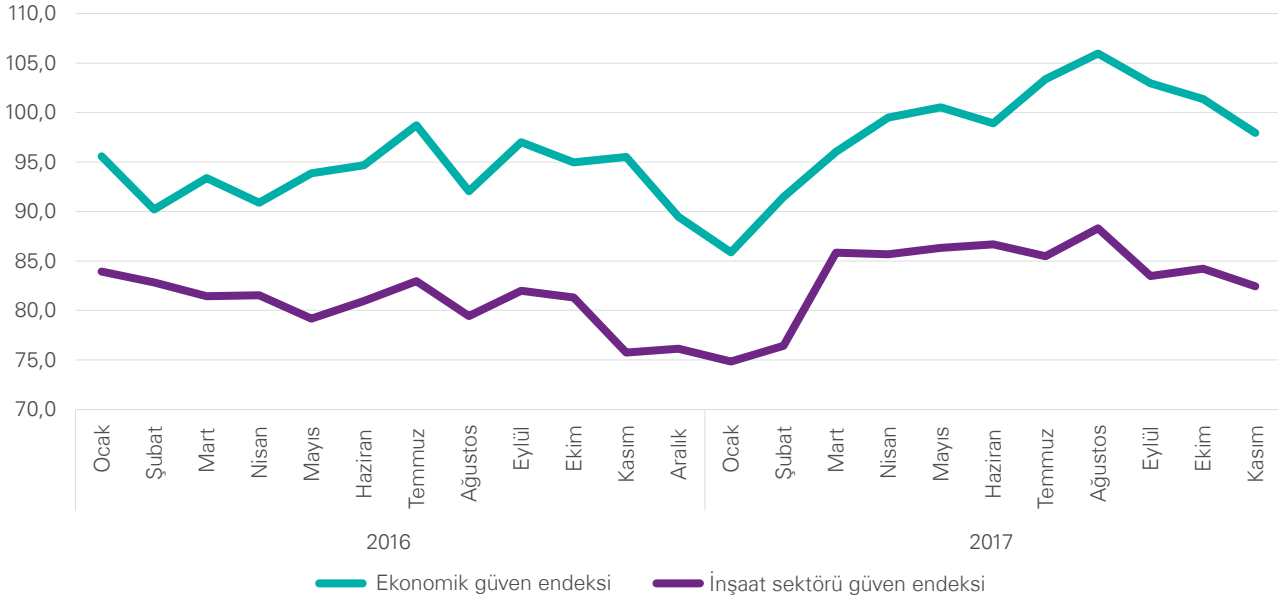
Kaynak: TÜİK, İşgücü İstatistikleri

Güven endeksi

Takvim ve mevsim etkisinden arındırılmamış endeks verilerine göre, inşaat sektöründe güven endeksi, 2016 yılını önemli bir düşüş eğilimi ile tamamlamıştı. 2017 yılının ilk 4 ayında güven endeksi yükseliş gösterdi ve Mart ayında yüzde 12,3 ile geçtiğimiz iki yılın en büyük yükseliş oranı gerçekleşti. Mevsim etkisi sebebiyle yaz aylarında girişimcilerin

istihdama yönelik olumlu öngörülerıyla yorumlanabilecek bu yükseliş, Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında sırasıyla yüzde -0,2, yüzde 0,8 ve 0,4 oranlarında gerçekleşerek durağan seyretti. Kasım ayında ise Ekim ayına göre yüzde -2,1 oranında geriledi. Genel görünüm olarak, 2017 yılı 2016'ya göre daha güvenli bir yıl oldu.

Ekonomik güven endeksi ve inşaat sektörü güven endeksi



Kaynak: TÜİK, Ekonomik Güven Endeksi, Kasım 2017

Ciro ve üretim endeksleri

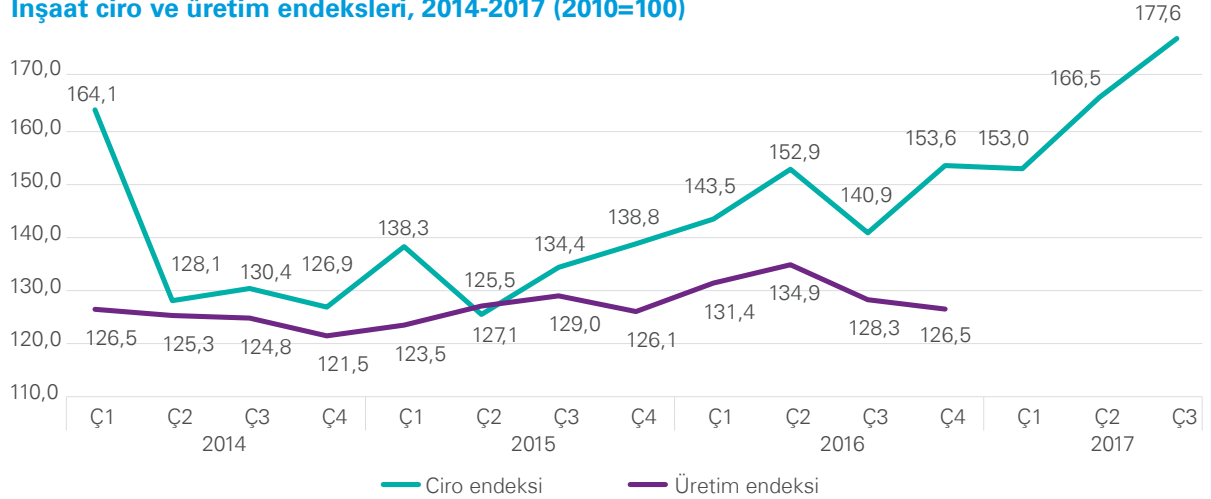
Ciro ve üretim endekslerini değerlendirdiğimizde inşaat sektöründeki son 3 yıllık ciro artış eğilimi açık olarak görülüyor. Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış inşaat ciro endeksi 2016 yılı 4. çeyreğinde bir önceki çeyreğe göre yüzde 9 oranında arttı. 2017 yılı 1. çeyreğinde bir önceki çeyreğe göre yüzde 0,4 oranında azaldı ancak

2. ve 3. çeyrekte tekrar sırasıyla yüzde 8,8 ve 6,7 artış göstererek son dört yılın en yüksek seviyesine çıktı.

Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış inşaat üretim endeksi ise 2016 yılı 4. çeyreğinde bir önceki çeyreğe göre yüzde 1,4 oranında düşüş gösterdi.

Not: TÜİK İnşaat üretim endeksinin veri kaynağının devamlılığının sağlanamaması nedeniyle, daha güncel ve kapsamlı veri kaynağı olan idari kayıtların hesaplamalarda kullanılmasına karar verilmiştir. Bu kapsamda, inşaat üretim endeksi idari kayıtlara dayalı olarak hesaplanacak 2015 temel yılı çalışmaları tamamlandıktan sonra, endeks, geriye dönük seriler ile birlikte 2018 yılından itibaren yayımlanacaktır.

İnşaat ciro ve üretim endeksleri, 2014-2017 (2010=100)



TÜİK, İnşaat Ciro ve Üretim Endeksleri, III. Çeyrek: Temmuz - Eylül, 2017

Orta vadeli program ve inşaat sektörü

2018-2020 dönemine ilişkin Orta Vadeli Program (OVP) ile iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesi amacıyla yatırımcılara ve işletmelere yönelik bürokratik izin, onay ve işlemlerin elektronik ortama aktararak süreçlerin hızlandırılması ve kalitesinin artırılması hedefleniyor. Bu kapsamda bürokratik süreçlerin kısaltılacağı sektörler arasında inşaat da var. Program, inşaat izin süreçlerinin de kısaltılmasını ve inşaat ruhsatlarının tek imzayla verilebilir olmasını da içeriyor. Ayrıca "Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED)" kararı, yatırımcının buna ilişkin raporunu ilgili bakanlığa eksiksiz teslimini takiben 2 ayda sonuçlandırılacak.

OVP'de potansiyel yatırım alanlarının belirlenmesini ve yatırımcılara daha kolay

yer tahsis yapılabilmesini sağlayacak coğrafi bilgi sistemleri alt yapısının tamamlanması hedefleniyor. Yerel yönetimlerin farklı sektörlerle yönelik yatırım tahsis edebilmesi için gerekli altyapı projeleri geliştirilecek.

Güneydoğu ve Doğu Anadolu'daki yatırımların teşvik edilmesi ve hızlandırılması, inşaat sektörünün en önemli başlıklarından biri. Teşviklerle Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da sanayi ve hizmet binaları da dahil olmak üzere yaklaşık 67 bin konut inşa edilmesi, içme suyu, kanalizasyon, ulaştırma ve sulama projelerinin hayata geçirilmesi planlanıyor. Bu çalışmaların bölgede istihdam yaratması, bölge refahını artırması ve özel sektör inşaat harcamalarındaki olası yavaşlamayı telafi etmesi bekleniyor.

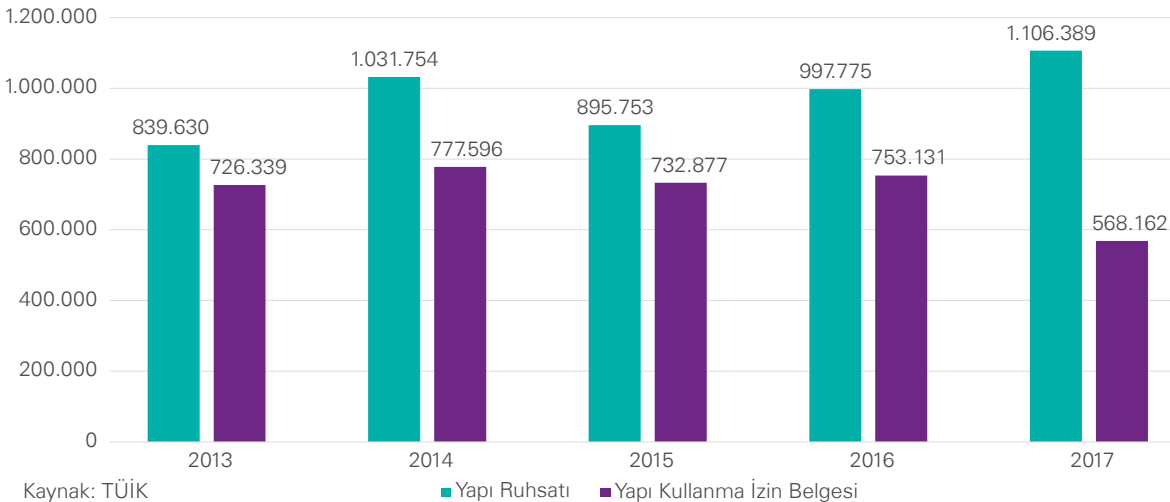
Konut Sektörü

Yapı ruhsatı ve izin belgesi verileri

2017 yılının ilk 9 aylık döneminde, daire bazlı yapı ruhsatı sayısı 1,1 milyonu geçti. Ruhsat sonrasında tamamlanarak yapı izni alınan daire sayısı ise, 568 bin seviyesinde gerçekleşti. Yapı ruhsatı sayısının, yapı izin belgesi sayısının

neredeyse iki katı olması, konut stoklarının arttığını gösteriyor. Alınan yapı ruhsatı sayısındaki artış, 1 Ekim 2017 itibarıyla değişen imar yasası öncesi koşullardan yararlanma amaçlı olarak değerlendirilmelidir.

Alınan konut yapı ruhsatları ve izinleri (daire sayısına göre)



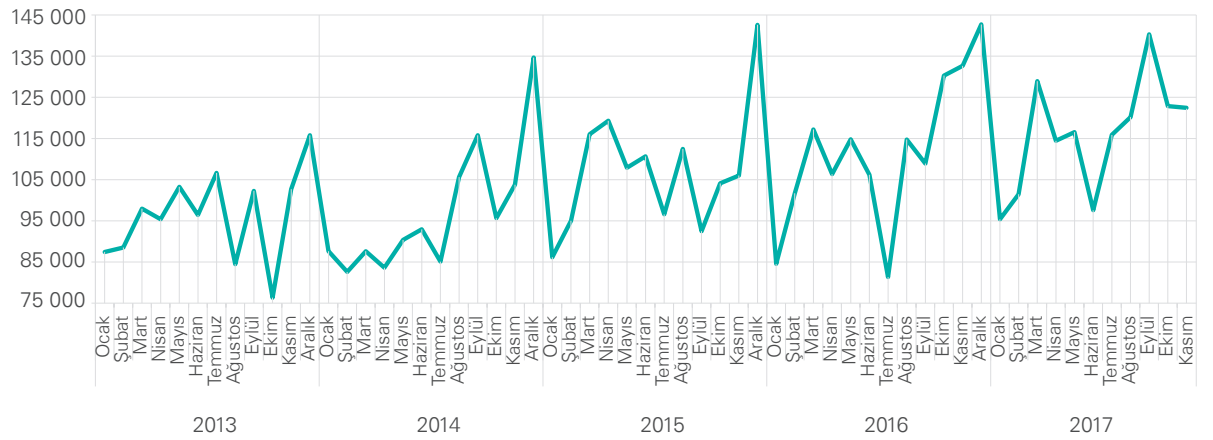
Konut satışları

Konut sektöründeki satışlar, tüketicilere ödeme kolaylığı yaratan kampanyaların ve banka kredi faizlerindeki düşüşlerin de etkisiyle 2016 yılında yakaladığı ivmeyi, 2017 yılının ikinci ayından itibaren sürdürdü. Temmuz-Eylül 2017 arasındaki dönemde ciddi bir artış gösterdi, Ekim ayında ise yüzde 5,7 azalarak 122 bin 882 adet, Kasım ayında ise 122 bin 732 olarak gerçekleşti. Buna rağmen Ekim ayı yılın en

yüksek satışının yapıldığı 3. ay oldu. Kasım 2017 sonuna kadar konut satışları geçtiğimiz yıla göre yüzde 6,5 arttı ve 1 milyon 276 bin olarak gerçekleşti.

Konut satışlarında, İstanbul yüzde 16,9 ile en yüksek paya sahip il olurken, İstanbul'u yüzde 10,8 pay ile Ankara ve yüzde 5,9 pay ile İzmir takip ediyor. Hakkari, Ardahan ve Bayburt ise en düşük sayıda konut satışının gerçekleştiği iller.

Yıllara göre konut satış sayıları, 2013-2017

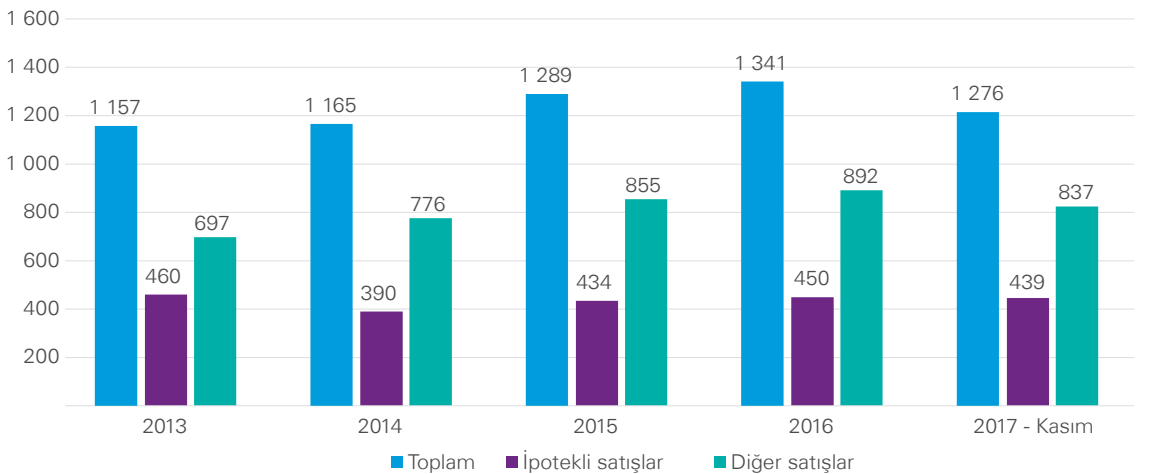


Kaynak: Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü (TKGM)

2017'nin ilk 11 ayında Türkiye genelinde gerçekleşen 1 milyon 276 bin adet konut satışının, yaklaşık 439 bini ipotekli satış olarak gerçekleşti. Bu rakam yılın ilk on bir ayında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre ipotekli satışların yaklaşık yüzde 10 arttığını gösteriyor.

Diğer satış türleri ise yüzde 4,9 oranında bir artışla 837 bin 272 adet olarak gerçekleşti. Oransal bazda ise ipotekli satışların toplam satışlara oranı yüzde 34,4 seviyesinde gerçekleşerek, son üç yıldaki seviyesini korudu.

İpotekli ve diğer ayrıntısında yıllara göre konut satış sayıları, 2013-2017 (bin adet)

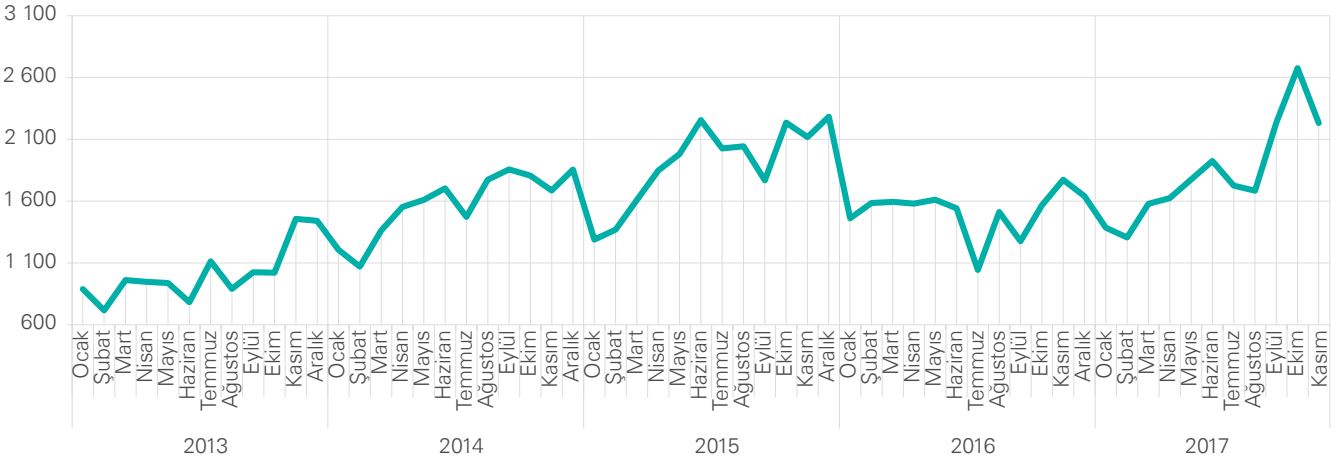


Kaynak: Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü (TKGM)

Yabancılar yapılan konut satışları 2016 yılında 18.189 adet olarak gerçekleşmişti. 2017 verilerine göre toplam satış bu yılın ilk on bir ayında 20.070 oldu. Ekim ayında gerçekleşen 2.677 adetlik konut satışı, 2013 yılından beri görülen en yüksek aylık satış adedi oldu. Kasım ayında ise 2.152 adet konut satıldı. Türkiye'den konut alan

kişilerin ülke uyrukları incelendiğinde, 2017 yılında en yüksek satışın Iraklılara yapıldığı görülüyor. Iraklıları sırasıyla, Suudi Arabistan, Kuveyt ve Rusya vatandaşları izledi. Son dört yıllık satış toplamına bakıldığında, ülke uyruklarına göre satış sıralamasının değişmediği görüldü.

Yabancılar yapılan konut satış sayıları, 2013-2017



Kaynak: Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü (TKGM)

TOKİ

Büyük oyuncuların dışında, çeşitli ölçekte yüzlerce inşaat firmasının bulunduğu sektörde, Toplu Konut İdaresi Yatırımları da önemli bir rol oynuyor. 2017 yılında TOKİ'nin üretimleri sayesinde doğrudan ve dolaylı olarak üzere 900.000 kişilik istihdam sağlandı. TOKİ verilerine göre 81 ilde, 3.325 şantiyede 754.097 konut üretimi rakamına ulaşıldı. Üretilen konutların 627.605'i yani yüzde 85,16'sı sosyal konut niteliğinde. Satılan konut sayısı ise 606.798 olarak gerçekleşti. Yapım ve proje işlemleri aşamasında 82,7 milyar TL tutarında 5.617 ihale sonuçlandı.

İnşaat ruhsatı alma sıralaması

Dünya Bankası'nın inşaat sektörüyle ilgili iki iş yapma kolaylığı kriteri "inşaat ruhsatı alma süreci" ve "gayrimenkulün tapu sicil dairesine kaydedilmesi" olarak belirlenmiş. Bu kriterlere göre inşaat ruhsatı alma süreci kolaylığında Türkiye 189 ülke içinde 98. sırada, gayrimenkul tescili kolaylığı sıralamasında ise 52. sırada.

Ticari Gayrimenkul Sektörü

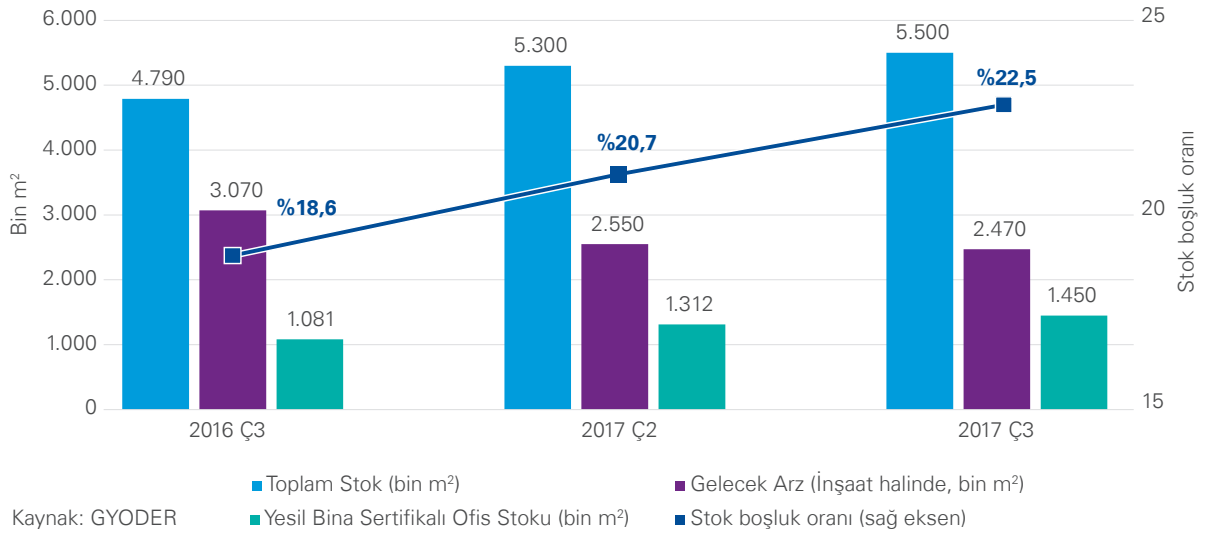
Ofis

Ticari gayrimenkul kapsamında ofis rakamlarını, Türkiye ofis yatırımlarının merkezi olan İstanbul verileriyle değerlendirebiliriz. İstanbul, 2017 itibarıyla ofis stoku açısından arz-talep dengesini bozan bir konumda bulunuyor. 2015 ve 2016 yılları arasında ofis üretimi büyük bir ivme yakalarken, 2016'nın sonlarına doğru pazar doygunluğa ulaştı. Buna rağmen 2017 yılında ofis stoku büyümeye devam etti. Sunulan avantajlı satış ve kiralama koşulları sayesinde talep de

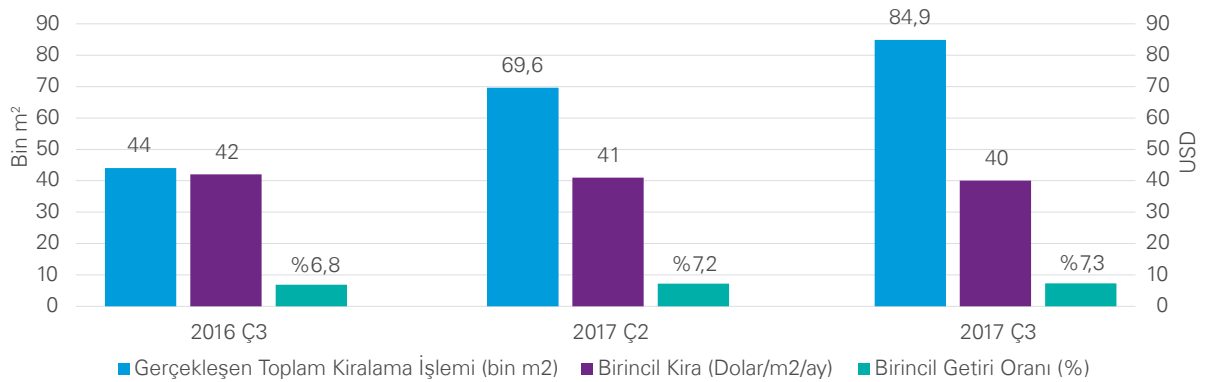
beklenenin üzerinde gerçekleşmesine rağmen, arzın gerisinde kalarak ofis alanlarında boşluklar oluştu.

2017 yılında özellikle Maslak ve Atatürk Havalimanı bölgesindeki büyük ölçekli ofis binalarının kullanıma açılmasıyla, ofis stoku hızlı büyüdü. Gelişmekte olan ofis bölgelerinden olan Kağıthane'de yer alan projelerin de kullanıma açılmasıyla, İstanbul ofis pazarı son iki yıldaki en hızlı büyümesini 2017 3. çeyrekte gösterdi.

Ofis stok boşluk oranları



Ofis kiralama



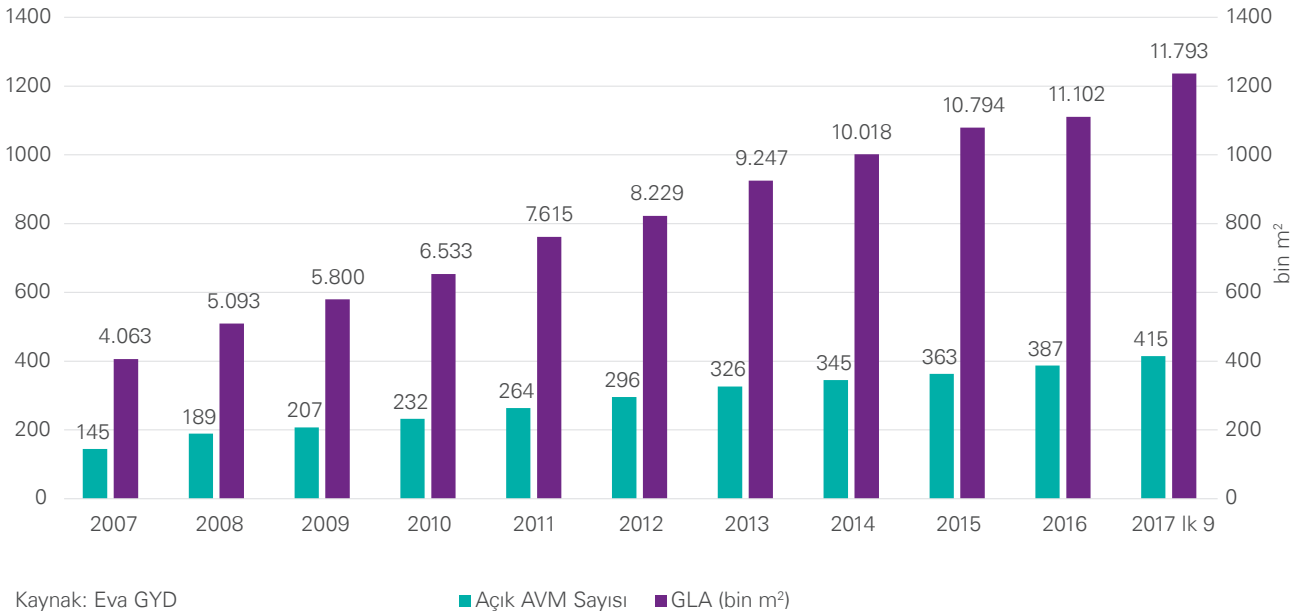
AVM

AVM yatırımlarının 2017'de azaldığını görüyoruz. Ülkemizde 2017 Eylül sonu itibariyle toplam 415 AVM mevcut. AVM'ler nüfus ve ekonomik büyüklükle doğru orantılı olarak İstanbul, Ankara ve İzmir'de yoğunlaşıyor. AVM'lerdeki toplam kiralanabilir alan stoku 2016'ya göre yaklaşık yüzde 5'lik artış ile 11 milyon 793 bin m²'ye ulaştı. Şu anda proje aşamasında 65 AVM bulunuyor ve bunların 30 tanesi İstanbul'da yer alıyor. AVM yatırımlarının büyük şehirlerde

doğgunluk düzeyine gelmesi, Anadolu yatırımlarına olan ilgiyi artırıyor.

Bu noktada fonksiyonunu kaybeden AVM'lerin yüzde 67'sini kiralanabilir alan büyüklüğü 20.000 m² ve üzerinde olan büyük ölçekli AVM'lerin oluşturduğunu belirtmeliyiz. Yatırımların doğru fizibilite etüdü ile hayata geçirilmesi, yatırımcıların stratejik önceliği olmalı. Arz ve talep dengesinin doğru eşleşmediği durumlarda fonksiyonunu yitiren AVM sayısındaki artış devam edecek.

Yıllara göre açılan AVM sayısı ve toplam kiralanabilir alan (bin m²)



Turistik Tesisler

Turizm alanındaki yatırımların hızı, turizm gelirlerindeki düşme nedeniyle azaldı. 2016 yılına kıyasla, 2017 yılı turizm açısından zayıf da olsa bir artışla kapanıyor. Ülkemize gelen turist sayısında 2015 seviyesinin 2018'de yakalanması beklenirken turizm gelirlerinde 2015 düzeyinin yakalanması 2019 yılından önce gerçekleşmeyecek.

Otellerin doluluk oranlarına bakıldığında Avrupa ortalaması 2016 ve 2017'de sırasıyla yüzde 73,0 ve yüzde 71,2 olarak gerçekleşti. Türkiye'deki

doluluk oranı ise 2016 yılında gerçekleşen yüzde 50,7'lik seviyenin üstüne çıkarak 2017 Ekim ayı itibariyle yüzde 60,1 olarak gerçekleşti. Öte yandan Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turistik tesisler için belirlediği birim maliyetler 2017 yılında yüzde 16,2 oranında artış gösterdi. Hem turist sayısı ve turizm gelirlerinin azalması hem de doluluk oranlarının Avrupa'nın en düşüğü olarak gerçekleşmesi nedeniyle yatırım iştahının oldukça azaldığı bir dönemde öngörülen birim başına maliyet artışı sektöre yatırımları olumsuz etkileyecek.

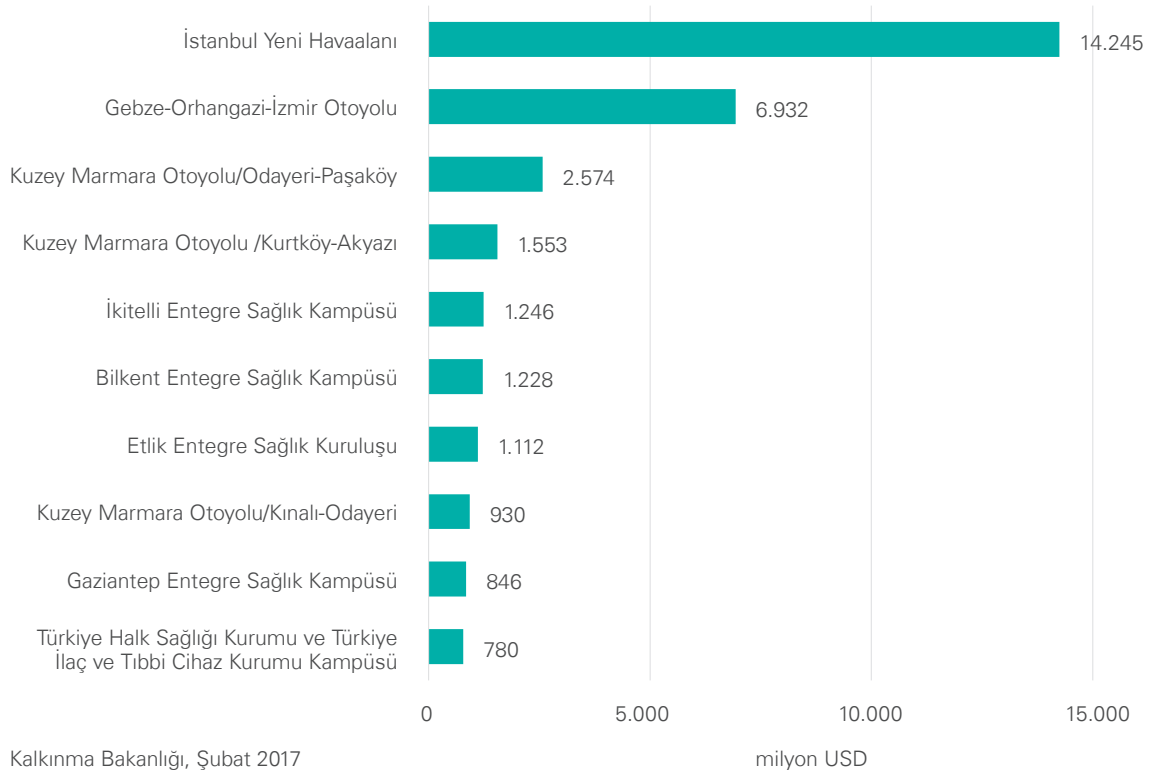
Alt Yapı İnşaatı

Kamu Özel Sektör Ortaklığı (Public Private Partnership - PPP)

Kamu Özel Sektör Ortaklığı (PPP), tasarruf açığı bulunan ülkelerde, altyapı ihtiyaçlarını karşılamak üzere riskin kamu ve özel sektör arasında paylaşılmasına dayalı bir iş birliği modeli olarak ortaya çıktı. Özünde finansman modeli olan PPP, Yap-İşlet-Devret, Yap-İşlet, Yap-Kirala-Devret, İşletme Hakkı Devri formatlarında karşımıza çıkmakla birlikte ülkemizde uygulanan en yaygın model Yap-İşlet-Devret modelidir.

Kalkınma Bakanlığı sözleşme değeri verilerine göre Türkiye’de mevcut PPP projeleri arasında, 68,5 milyar dolarlık sözleşme değeri ile havaalanı projeleri ilk sırada yer alıyor. Bunu sırasıyla enerji (25,8 milyar dolar), karayolu (18,3 milyar dolar), sağlık tesisi (11,5 milyar dolar) projeleri takip ediyor.

Türkiye’deki en önemli 10 PPP projesi (toplam yatırım tutarına göre)



Dev projeler

Türk inşaat sektörü konut dışında özellikle enerji ve ulaşım alanında dev yatırımlarla büyümeyi sürdürüyor. Kanal İstanbul projesi, 15 milyar dolarlık yatırımı ve yaratacağı çok yönlü etkiyle bu projelerin başında geliyor. 2023 yılında tamamlanması beklenen proje sonrası, kanalın iki yakasına toplamda 100 bin adet konut inşa edilmesi planlanıyor.

Ulaşım alanında ortaya konan en önemli projelerden biri Demir İpek Yolu olarak da adlandırılan Bakü-Tiflis-Kars Demiryolu Projesi. Bakü-Tiflis-Ceyhan ve Bakü-Tiflis-Erzurum boru hattı projelerinden sonra Türkiye, Azerbaycan ve Gürcistan'ın ortak gerçekleştirdiği üçüncü büyük projede resmi açılış yapıldı. Hat işletme kapasitesine ulaştığında 1 milyon yolcu ve 6,5 milyon ton yük taşınabilecek. 2034 yılında proje hattı üzerinde 3 milyon yolcu ve 17 milyon yük taşıma kapasitesine çıkılması planlanıyor.

Dünyanın üçüncü, Türkiye'nin ikinci deniz üzerine yapılacak havalimanı olan Rize-Artvin Havalimanı'nın dolgu çalışmaları başlatıldı. Türkiye'nin deniz dolgusuna inşa edilecek ikinci

havalimanı olacak Rize-Artvin Havalimanı için en derin yeri 22 metre olmak üzere 17 metrelik bir dolgu oluşturulacak. Havalimanı, terminal binası ve diğer üst yapı tesisleriyle yılda 2 milyon yolcuya hizmet verecek.

Öte yandan Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Altyapı Yatırımları Genel Müdürlüğüne 3 katlı Büyük İstanbul Tüneli Projesi'nde zemin etüdü çalışmalarına başlandı. Mühendislik faaliyetlerinin bir yıl sürmesi planlanan projede hem karayolu hem de demiryolu ulaşımı yapılabilecek. İnşaat faaliyetlerinin yapım aşaması başladıktan sonra 5 yıl sürmesi bekleniyor. Güzergahtan günde 6,5 milyon yolcunun yararlanması hedefleniyor.

Dünyanın en uzun açıklıklı köprüsü olma unvanını alacak olan Çanakkale 1915 Köprüsü'nün temeli 18 Mart 2017 tarihinde atıldı. Ayak açıklığıyla dünyanın en uzun köprüsü unvanını alacak olan Çanakkale 1915 Köprüsü hizmete girdiğinde Japonya'yı tahtından indirecek.

Yurt dışı müteahhitlik projeleri

Türkiye yurtdışı müteahhitlik hizmetleri sektörü 1972'den 2017 yılı sonuna kadar 119 ülkede 354,6 milyar dolar değerinde 9.173 proje üstlenmiştir.

Türk müteahhitlerinin yurtdışı projelerinin ortalama toplam bedelleri 2000'li yılların başında yaklaşık 20 milyon dolar iken, 2015 yılında geline ortalama proje bedeli 87,4 milyon dolara ulaşmıştır. 2016 yılının ortalama proje bedeli 71 milyon dolar olurken 2017 yılı için rakam 61 milyon dolar düzeyindedir.

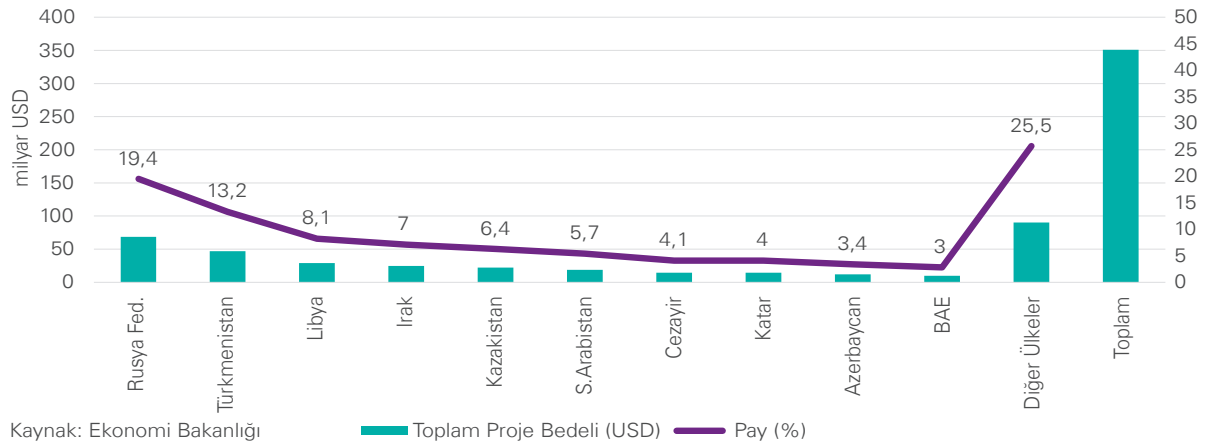
Yıllar	Proje Sayısı	Toplam Proje Bedeli (Usd)	Ortalama Proje Bedeli (Usd)
2002	207	4.491.234.346	21.696.784
2003	337	6.240.609.988	18.518.131
2004	475	8.630.834.610	18.170.178
2005	452	12.978.472.136	28.713.434
2006	574	22.079.142.361	38.465.405
2007	615	25.039.971.457	40.715.401
2008	656	23.995.417.571	36.578.380
2009	511	20.334.308.971	39.793.168
2010	631	23.367.247.330	37.032.088
2011	561	23.915.301.304	42.629.771
2012	545	30.073.223.340	55.182.083
2013	428	29.890.222.255	69.836.968
2014	345	26.856.659.319	77.845.389
2015	265	23.162.952.814	87.407.369
2016	190	13.577.339.410	71.459.681
2017	241	14.666.729.498	60.857.799

Türk müteahhitlerinin yurtdışı projeleri özellikle Rusya ve Bağımsız Devletler Topluluğu'nda, daha sonra Ortadoğu ve Afrika'da yoğunlaşıyor. Bugüne kadar üstlenilen projelerin 2017 sonu itibarıyla bölgesel dağılımı; Rusya ve BDT yüzde 46,8 (165,9 milyar dolar), Ortadoğu yüzde 26,2 (92,8 milyar dolar), Afrika yüzde 18,1 (64,2 milyar dolar - Sahraaltı Afrika yüzde 4,1, Kuzey Afrika yüzde 14), Avrupa ve Amerika yüzde 5,6 (20 milyar dolar), Asya Pasifik Bölgesi yüzde 3,3'tür (11,8 milyar dolar).

1972'den bugüne dek gerçekleştirilen projeleri analiz ettiğimizde, Rusya'nın yüzde 19,4 oranıyla lider olduğunu görüyoruz. Rusya'yı Türkmenistan izlerken, ilk onda yer alan ülkelerin 4'ü BDT ülkeleri, 6'sı ise Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleridir.

Son dönemde Liberya, Çad, Ruanda, Seyşeller, Sri Lanka, Çekya, Estonya, Madagaskar, Filipinler, Macaristan, Malavi ve Vietnam'ın da eklenmesi ile Türk müteahhitlerinin yer aldığı pazar sayısı 119'a yükselmiştir. Öte yandan, 2017 yılında ilk kez Sahraaltı Afrika ülkesi (Tanzanya) geleneksel pazarlarımızın önüne geçerek en fazla proje üstlenilen ülke konumuna geldi. Bunda, Türkiye'nin 2013 yılında Afrika Kalkınma Bankası'na üyeliğini tamamlamasını takiben T.C. Ekonomi Bakanlığı tarafından Sahraaltı Afrika'ya yönelik hedef ülke çalışmaları gerçekleştirmesi önemli rol oynadı. Böylece Tanzanya, Etiyopya, Nijerya, Mozambik ve Gana gibi öncelikli ülkeler başta olmak üzere Sahraaltı Afrika da Türk müteahhitlerinin hedef pazarları arasına girmiş oldu. Bu kapsamda, firma temsilcilerinin de katılımıyla Etiyopya, Nijerya ve Mozambik'e "Müteahhitlik Heyeti Programı" gerçekleştirildi.

Yurtdışı müteahhitlik hizmetleri ülkelere göre dağılım / 1972-2017



Önemli uluslararası oyuncular

Türkiye inşaat sektörü firmaları arasında uluslararası arenada faaliyet gösteren büyük ölçekli birçok şirket var. Uluslararası inşaat sektörü dergisi ENR'ın 2017 yılı içerisinde açıklanan "Dünyanın En Büyük 250 Uluslararası Müteahhidi" listesine 46 firmayla giren Türkiye, dünya sıralamasında Çin'den sonra ikinci ülke olarak yer aldı.

Uluslararası müteahhitlik pazarının son üç yılda toplam yüzde 14 oranında gerileme gösterdiği konjonktürde, Türk müteahhitlik firmalarının yurtdışı performansı ise artış gösterdi. ENR listesindeki Türk firmalarının sayısı 2016'ya göre 40'tan 46'ya yükselirken aynı dönemde Türk firmalarının pazar payı da arttı. Listedeki Türk firmaların toplam pazar payı 2013 yılında yüzde 3,8 iken 2016 yılında ise yüzde 5,5 olarak gerçekleşti. Türk müteahhitlerin bölgesel gelirlerdeki payı Avrupa'da bir miktar

azalırken, ana pazarlarının tümünde artış gösterdi. Pazar payı Ortadoğu'da yüzde 7,9'dan yüzde 9,1'e, Asya'da yüzde 5,5'ten yüzde 7,0'ye, Afrika'da yüzde 4,7'den yüzde 5,1'e çıktı.

Listenin ilk şirketi olan Rönesans Holding, Heitkamp Ingenieur und Kraftwerksbau GmbH şirketinin yüzde 100'ünü satın alarak bünyesine kattı. Rönesans Holding ayrıca, Hollandalı şirket Ballast Nedam'ı da satın alarak 1 milyar euro ciro büyüklüğüne ulaştı. Rönesans Holding, Avrupa'da dünyanın en uzun demiryolu tüneli Gotthard Base'i hayata geçirerek Zürih ile Milano'yu birbirine bağladı. Şirket, Hollanda'nın Rotterdam kentinde yaklaşık 1 milyar euro tutarında, yol ve tünellerden oluşan PPP projesini de aldı. Rönesans Holding'i sıralamada Polimeks ve Enka takip ediyor.



ENR, Dünyanın en büyük 250 uluslararası müteahhidi listesindeki Türk şirketleri

2017 Sıralaması	2016 Sıralaması	Şirket
38	44	Rönesans Holding, Ankara
42	40	Polimeks İnşaat Taahhüt ve Sanayi Ticaret A.Ş., İstanbul
72	79	ENKA İnşaat ve Sanayi A.Ş., İstanbul
76	81	TAV İnşaat, İstanbul
78	93	Yapı Merkezi İnşaat ve Sanayi A.Ş., İstanbul
79	**	Alarko Taahhüt Grubu, İstanbul
85	135	Limak İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş., Ankara
86	86	Ant Yapı Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul
92	137	GAP İnşaat Yatırım ve Dış Ticaret A.Ş., İstanbul
98	**	Universal Acarsan Sağlık Hizmetleri ve İnşaat Ltd. Şti., Gaziantep
105	98	Nata İnşaat Turizm Taşımacılık Ticaret ve Sanayi A.Ş., Ankara
109	133	Mapa İnşaat ve Ticaret A.Ş., Ankara
110	101	Çalık Enerji Sanayi ve Ticaret A.Ş., Ankara
112	118	Tekfen İnşaat ve Tesisat A.Ş., İstanbul
125	157	Sembol Uluslararası Yatırım Tarım Peyzaj İnşaat Turizm Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul
128	146	Doğuş İnşaat ve Ticaret A.Ş., İstanbul
130	141	Kuzu Grup, İstanbul
134	121	Yüksel İnşaat A.Ş., Ankara
140	151	Onur Taahhüt Taşımacılık İnşaat Ticaret ve Sanayi A.Ş., Ankara
151	148	Nurol İnşaat ve Ticaret A.Ş., İstanbul
154	**	Gülşan İnşaat Sanayi Turizm ve Nakliyat Ticaret A.Ş., Ankara
156	138	İlk İnşaat Taahhüt Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul
158	173	Eser Taahhüt ve Sanayi A.Ş., Ankara
162	155	GAMA İnşaat A.Ş., Ankara
165	158	STFA İnşaat Grubu, İstanbul
166	**	Tepe İnşaat Sanayi A.Ş., Ankara
167	169	KAYI İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul
168	174	Esta İnşaat Sanayi Lojistik ve Dış Ticaret A.Ş., İstanbul
175	182	İC İçtaş İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul
176	193	Aslan Yapı ve Ticaret A.Ş., Ankara
186	217	Metag İnşaat Ticaret A.Ş., Ankara
187	206	SMK Ulusal İnşaat ve Ticaret A.Ş., Ankara
190	222	AE Arma-Elektropanç Elektromekanik Sanayi Mühendislik Taahhüt ve Ticaret A.Ş., İstanbul
194	195	SUMMA Turizm Yatırımcılığı A.Ş., İstanbul
196	200	Bayburt Grup A.Ş., Ankara
200	231	Anel Holding A.Ş., İstanbul
206	226	Yenigün İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş., Ankara
216	**	Gürbağ A.Ş., Ankara
223	184	Cengiz İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul
224	246	Kolin İnşaat Turizm Sanayi ve Ticaret A.Ş., Ankara
225	**	Dekinsan Grup İnşaat A.Ş., Ankara
226	**	Makyol İnşaat Sanayi Turizm ve Ticaret A.Ş., İstanbul
233	224	Zafer Taahhüt İnşaat ve Ticaret A.Ş., Ankara
239	**	Polat Yol Yapı Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul
244	**	Caba Grup A.Ş., Ankara
250	**	MBD İnşaat Sanayi Turizm Mühendislik ve Ticaret A.Ş., Ankara

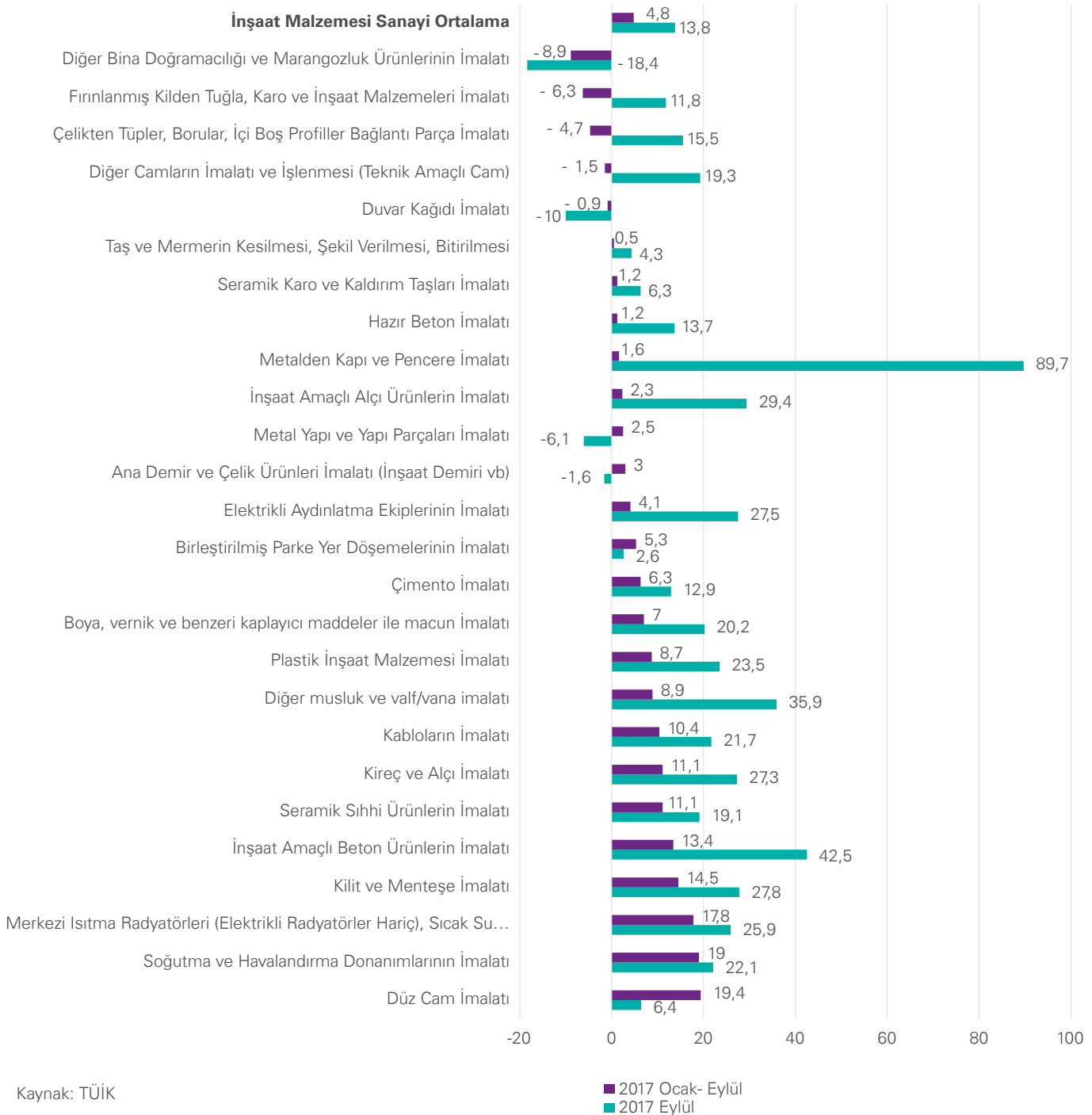
İnşaat malzemesi sanayi üretimi

Türkiye inşaat sektörünün büyümesiyle doğru orantılı olarak inşaat malzemesi sanayisi de gelişmeyi sürdürüyor. İMSAD tarafından analiz edilen 2017 yılı Eylül ayı verilerine göre inşaat malzemesi sanayisi ortalama üretimi 2016 yılı aynı dönemine göre yüzde 13,8 artış gösterdi. Eylül ayındaki üretim artışı ile birlikte Ocak-Eylül dönemi üretimi de geçen yılın yüzde 4,8 üzerinde gerçekleşti. Üretimdeki artış iç ve dış talepteki artışı oransal olarak ortaya koyuyor.

İnşaat malzemeleri sanayinin önemli başlıkları, çimento, düz cam, soğutma ve ısıtma donanımları, merkezi ısıtma radyatörleri, kilit ve menteşeler, seramik sıhhi ürünleri, inşaat amaçlı beton ürünleri ile kablo üretimleri olarak sıralanabilir. Bu ürünler detayında yılın ilk dokuz ayında üretim arttı.

Mermer, hazır beton ile seramik karolar üretim artışı ise diğerlerine kıyasla düşük oranda gerçekleşti.

Sanayi üretimi büyüme, 2017 Eylül / 2017 Ocak- Eylül (Bir önceki yılın aynı ayına ve dönemine göre, yüzde)

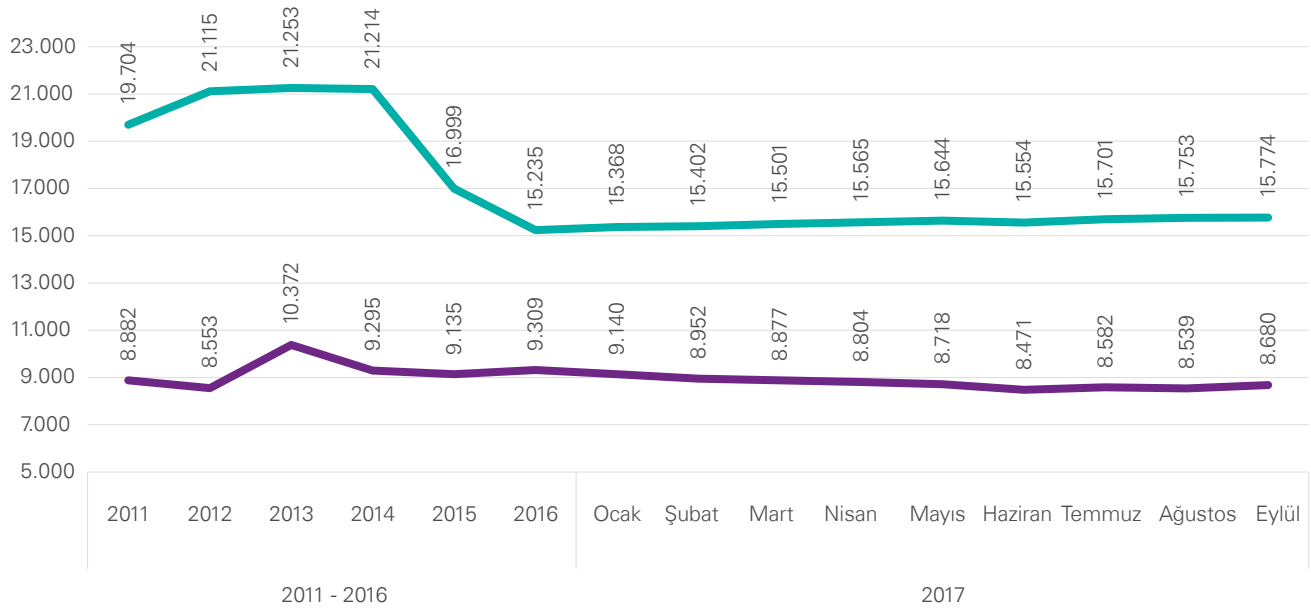


İnşaat malzemesi dış ticareti

İnşaat malzemeleri ihracatı 2016 yılını çok sert bir düşüşle tamamladı. 2013 yılında toplam 21 milyar doları aşan bir performans gösteren inşaat malzemeleri ihracatı, 2017 yılına 15,3 milyar dolar seviyesinde girdi. 2017 yılının ilk sekiz ayında ihracat 15,7 milyar dolar seviyesine ulaştı ve 2016'ya oranla yüzde 4,1 oranında artış gösterdi.

Sektörün gelişimini, ihracattaki yukarı yönlü değişimle birlikte ithalat rakamlarındaki düşüş de destekledi. 2017 Ocak-Eylül döneminde inşaat malzemeleri sektörü ithalatı 2016'nın aynı dönemiyle karşılaştırıldığında yüzde 11,6 oranında düşüş gösterdi. 2017 yılı Eylül ayı sonunda yıllık ithalat da 8,6 milyar dolar düzeyine geriledi. 2017 yılının son çeyreğinde de ithalattaki düşüşün sürdüğünü tahmin ediyoruz.

İnşaat malzemeleri ihracatı ve ithalatı (yıllık – milyon dolar)



Kaynak: TÜİK

İhracat İthalat

Çimento sanayi

Türkiye’de çimento sektörü ekonomik büyümenin önemli göstergelerinden biri olarak değerlendiriliyor. Çimento sektörü üretim, iç pazar ve dış pazar satışlarının Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği tarafından analiz edilen istatistiklerinde, çimento sektörünün en önemli pazarının iç pazar olduğu açıkça görülüyor. Türkiye inşaat sektöründeki gelişmelerle doğru orantılı olarak iç pazar satışları da yüksek miktarlarda gerçekleşiyor.

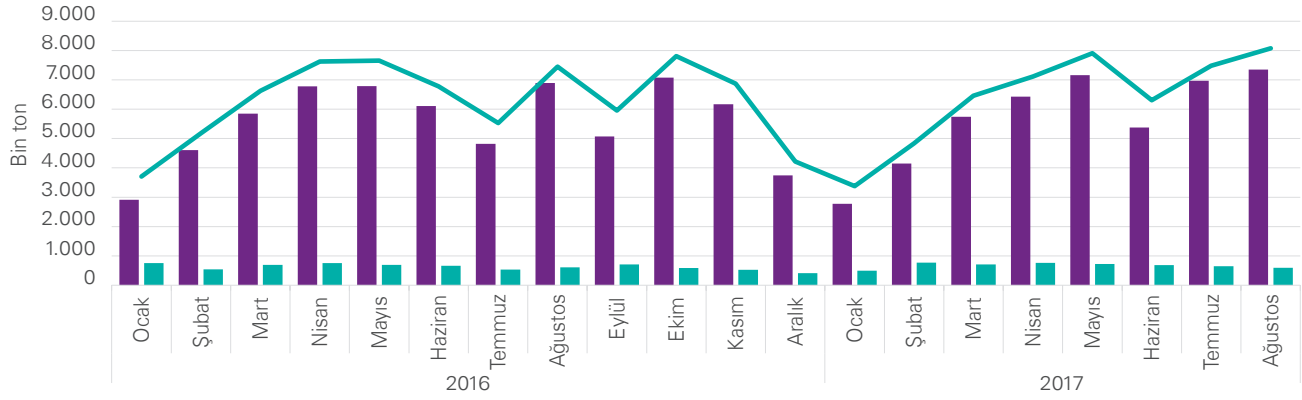
2017 yılının ilk 8 ayında çimento üretiminde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2 oranında bir artış yaşandı. Üretilen çimentonun yüzde 10,5’i ihraç edildi. Yine 2017 yılı ilk 8 ay verisine göre iç satışlarda yüzde 2,7, ihracatta ise yüzde 2,9’luk bir artış gerçekleşti.

İki yılın grafiklerine bakıldığında, 2016 yılının Temmuz ayındaki siyasi çalkantıların satışlara olumsuz etkisini görüyoruz. 2017 yılında ise Haziran ayında bayram tatili etkisi ile satış grafiklerinde düşüş yaşandı.

Türkiye’de 2016 yılında toplam 501 milyon dolarlık bir değere ulaşan çimento ihracatı, Kasım sonu verileri itibarıyla 2017 yılında 494 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Altyapı ve inşaat faaliyetlerinin devam etmesi, çimento talebini de artıracak. 2023’de çimento üretiminin 99,9 milyon tona ulaşması bekleniyor. TİM 2023 İhracat Stratejisi kapsamında çimento sektörünün 2023 yılında 1 milyar dolarlık ihracat yapması hedefleniyor.

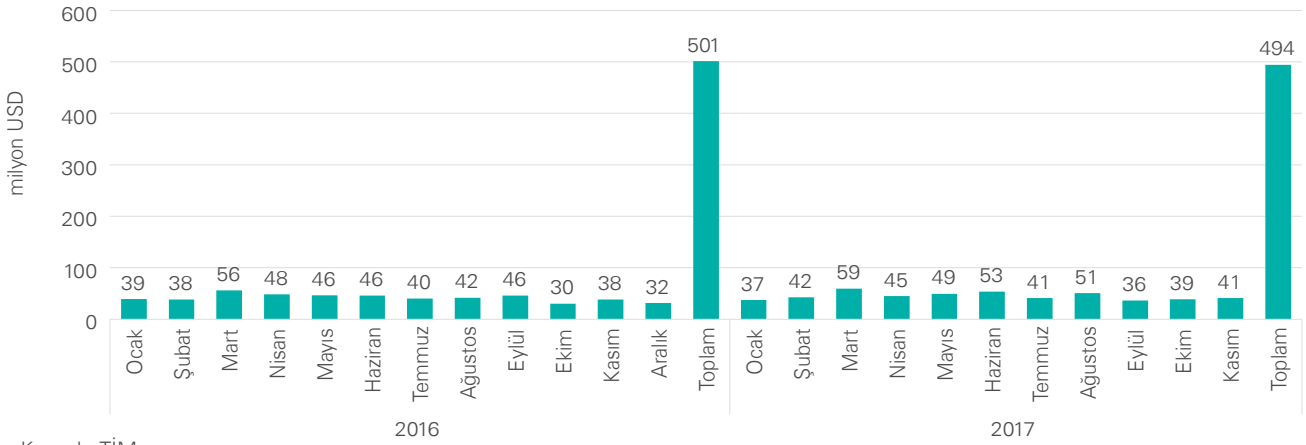
Çimento üretim ve satışları, 2016-2017



Kaynak: Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği

İç Satış Dış Satış Üretim

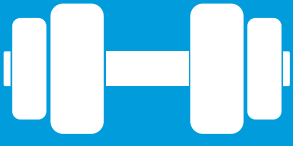
Çimento ihracatı, 2016-2017



Kaynak: TİM

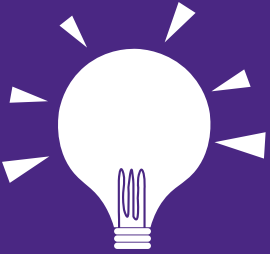
İnşaat sektörü durum analizi





Güçlü yönler

- İstanbul marka şehir olarak dünya yatırımcılarının ilgisini çekmeye devam ediyor.
- Genç nüfus Türkiye'nin tüm alanlardaki en güçlü yanı olmayı sürdürüyor. Türkiye'de göç kaynaklı insan gücünün artması da, inşaat sektörünün istihdam kaynaklarını artırıyor.
- İnşaat alanındaki şirketlerin kurumsallaşma oranları giderek artıyor. Bu da şirketleri yönetim ve finans anlamında güçlü bir noktaya taşıyor.



Fırsatlar

- Türkiye'nin inşaat alanında itibarının yüksek olması ve yurt dışı pazarda inşaat alanının en önemli ikinci ülkesi olarak görülmesi, tüm sektörün önünü açan bir güven ortamı yaratıyor.
- Türkiye'nin coğrafi konumu sektör oyuncularının değerlendirdiği fırsatlar yaratıyor.
- Genç ve dinamik nüfus ortamı inşaat sektörü için hala önemli fırsat, doğal talep böylece devam ediyor.
- Konut alımını ve tasarrufu teşvik amacıyla alınan önlemler (konut hesabı açarak birikim yapan kişilere yönelik yüzde 15 devlet desteği) ve bunun ekonomi üzerindeki etkisi önemli. Hükümet politikalarının inşaat sektörünün gelişmesine yönelik olarak sürekli güncel tutulduğunu görüyoruz.
- Türkiye konut sektöründe orta ve orta alt gruba ait konut ihtiyacı oldukça yoğun olarak sürüyor.
- Ekonomi, olumsuz etkilere karşı büyüme eğilimi göstermeyi sürdürüyor.
- Yabancı yatırımcının ilgisi sürüyor, döviz kurundaki artış yabancı yatırımcılar için göreceli bir avantaj yaratıyor.
- Yabancılar yönelik yatırımlarda, vize, vatandaşlık, oturma izni ve bürokratik işlemlerin azaltılması bir fırsat ortamı yaratıyor.
- Yatırımcıların değer kazanan bölgelerde konut alma eğilimleri devam ediyor.
- Yüksek kentsel dönüşüm ihtiyacı, sektörün orta ve uzun vadede geleceğini güvence altına alıyor.



Zayıf yönler

- Bankaların konut kredisine yönelik yüksek faiz uygulamaları. Kredi faizlerinin yükselmesi potansiyel konut müşterilerinin kararlarını olumsuz etkiliyor ve toplam talebi baskı altına alıyor.
- Bina inşaat maliyetlerindeki artış devam ediyor.
- Ekonomik güven endeksinin düşük seyri sürüyor.
- Konut standartları tüm önlemlere rağmen hala düşük seviyede.
- İnşaat sektörünün nitelikli işgücü ihtiyacı. Sektörde kayıtsız işçi çalıştırma oranları yüksek, bu da inşaat standartlarında yaşanan olumsuzlukların en büyük sebeplerinden biri.
- Ar-Ge alanındaki faaliyetler hâlâ gelişmiş ülkeler düzeyinde değil.
- İnşaat alanında dünyada hız kazanan teknoloji devrimi Türkiye’de henüz başlangıç aşamasında.
- Yükselen demir fiyatlarının sektör maliyetlerine etkisi yüksek.
- Vergi oranlarının yüksekliği.
- Türkiye’de Babyboomers (1945-1965) kuşağının yönetimde ağırlıklı olarak görev alması nedeniyle, kuşak çatışmalarının iş yapma metotlarında tartışmaya yol açması.



Tehditler

- Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmaların tüketici güveni üzerinde olumsuz etki yaratması ve tüketicilerin satın alma eğilimlerini geciktirmesi, iç talebi daraltıcı bir etki yapabilir.
- Süregelen jeopolitik riskler, hem iç pazara yönelik yabancı yatırımlarını azaltıcı etki yapıyor hem de Türkiye inşaat sektörü için önemli bir hedef pazar olan Ortadoğu’da iş hacimlerini düşürüyor.
- AVM yatırımlarında yapılan hatalar, fonksiyonunu yitiren AVM sayısını artırıyor. Atıl alan kapasitesi yükseliyor.
- Turistik yatırımlar, turizm gelirlerinin düşmesine paralel olarak azalma yönünde.
- Artan arz nedeniyle özellikle ofis kiralari düşüş eğiliminde.
- Yine artan arz sebebiyle konut alımında gözle görülür bir yavaşlama beklentisi oluşuyor.
- Ekonominin tüm dünyada yeni normal olarak değerlendirilebilecek inişli çıkışlı göstergeleri bölgesel iyileşmelere rağmen genel ihtiyat halinin sürmesine neden oluyor.
- Türkiye’deki şirketler belirsiz makroekonomik şartlar nedeniyle bekle-gör stratejisini uygulamaya devam ediyor.
- Petrol ve doğal gaz fiyatlarındaki düşüşün enerji ihracatçısı ülkelerin gelirlerini de düşürmesi, inşaat faaliyetlerini ve Türk müteahhitlerin iş hacmini olumsuz yönde etkiliyor.
- Artan faizler nedeniyle ipotekli satışlar olumsuz etkileniyor ve konut yatırımı yerine cazip hale gelen banka mevduat faizleri tercih ediliyor.



Projeksiyonu

İnşaat sektörü tüm dünyada içinde bulunduğu büyümeyi, rakamsal öz kaynakların ötesinde doğru bir yönetim stratejisi oluşturarak gerçekleştirebilir. Bu stratejinin ülke, ölçek ve faaliyet alanları ışığında birçok farklı uygulama planı olabilir ama dünya genelinde sektörün temel ve ortak ihtiyacı, teknolojiyi, insanı ve yönetim araçlarını uyum içinde geliştirmek.

Her alanda yenilikçi düşünmek ve yenilikleri teknolojinin olanaklarıyla

hayata geçirmek sektörün hız kazanmasına yardımcı olacaktır. Bugün gelinen noktada, yapay zekanın yardımıyla verimli bir biçimde çalışan robotik işgücü, sektörün aradığı iş gücü çözümü olabilir. Endüstri 4.0 sadece sanayi üretiminin değil, inşaat üretiminin de içinde bulunduğu bir değişimi simgeliyor. İnşaat sektörü kurumları hızla evrimlerini tamamlamalı ve dijitalleşme hızlarını artırmalı.

Ülkemiz inşaat sektörüne yönelik olarak, Sektörel Bakış 2017 çalışmamızda, faiz oranlarının, hükümetin hedeflediği gibi daha da aşağılara çekilebilirse, konut sektöründeki canlanmayı tetikleyeceğini öngörmüştük. Bu öngörümüzü de, Türkiye'nin demografik yapısından kaynaklanan konut ihtiyacına, halkımızın tasarruf ve yatırım tercihleri ile yakın coğrafyalardaki sorunlar nedeniyle aldığımız göç ve yabancıardan gelen konut talebi de eklendiğinde pazarda hala talep kaynaklı önemli potansiyele bağlamıştık. Kentsel dönüşüm projelerinin büyüklüğü bu talep ile birleştiğinde konut sektörünün ekonominin lokomotifini olma durumunun devam edeceğini belirtmiştik. 2017 yılında faizlerde değişiklik olmamasına rağmen hükümetin vergi desteği ile konut satışlarında artış gözlemledik.

Konut satışları yılın ilk on bir ay toplamında yıllık bazda yüzde 6,5 oranında arttı. Özellikle Eylül ayında satışlar yıllık bazda yüzde 29 artışla sıçrama yaptı ve 140 bine ulaştı. Bu artışın arkasındaki temel faktörlerin, tapu harcı indirimi ve yüzde 8 KDV oranı uygulaması olduğu söylenebilir. 2017 yılı rekor rakamlarına karşın diğer taraftan, bölgesel arz-talep koşulları farklılık gösterse de, yurt genelinde konut fiyatlarında yıllık artış hızı yavaşlatıyor ve yeni konutlarda stok erime hızı düşüyor.

REIDIN-GYODER Yeni Konut Fiyat Endeksi sonuçlarına göre, 2017 Eylül ayında bir önceki aya göre artış yüzde 0,34 gibi sınırlı bir oranda gerçekleşti. Eylül ayı stok erime hızı rakamları değerlendirildiğinde ise adet bazında yüzde 2,7 oranında, metrekare bazlı ise yüzde 2,5 oranında stoklarda erime gözlemlenmiştir. Yine REIDIN tarafından hazırlanan Türkiye Satılık Konut Fiyat Endeksi Eylül ayında bir önceki aya göre yüzde 0,79, yıllık bazda yüzde 11,55 oranında artmıştır. Türkiye Kiralık Konut Fiyat Endeksi'ndeki yıllık artış ise yüzde 4,89 ile oldukça sınırlı gerçekleşmiştir. Değerlendirmeler, 2017 yılında

talepteki canlanmanın 2018 yılı için kalıcı olamayabileceğine yönelik endişeleri akıllara getiriyor. Ayrıca, yurt içinde yükselen enflasyon, faiz oranları ve döviz kurları ile harcanabilir gelirden beklenen düşüş talebi sınırlayabilir.

2017 yılı değerlendirmemizde yurtdışında planlanan, devam eden ve tamamlanan İzmir-Ankara otoyolu, nükleer santraller, Kanal İstanbul ve şehir hastaneleri gibi büyük altyapı projelerinin hükümetin 2023 hedefleri içinde yer alan ulaşım, enerji, sağlık yatırımları finansman ihtiyaçları ile çözülebildiği sürece sektörü canlı tutmaya devam edeceğini öngörmüştük. Yurtdışında rekabetçi gücünü uzun süredir ENR listesinde 2. sırada yer alarak kanıtlamış olan inşaat sektörünün petrol fiyatları ve siyasi karışıklıklar nedeniyle olumsuz etkilendiği mevcut pazarlarını Afrika, İran, Güney Amerika gibi alternatif pazarlarla destekleme arayışını 2017 yılında da devam edeceğini öngörmüştük. Bununla birlikte yurtdışı müteahhitlik hizmetlerinden yaratılan katma değer in tasarım odaklı müşavirlik hizmetleri ile artırılması da, 2018 ve sonrası için sektörün stratejik bir hedefi olmalı.

Öngörülerimize paralel olarak 2017 yılında kur ve faizlerde gerçekleşen yükselme firmaların finansman kabiliyetini ciddi ölçüde zorladı. Ancak 2017 yılında yurtdışında 14,6 milyar dolar büyüklüğünde 241 yeni proje üstlenilmiş olup; bu performans 2016 yılında 13,5 milyar dolar olarak gerçekleşen proje bedeli ile karşılaştırıldığında yurtdışı müteahhitlik hizmetleri segmentinde sınırlı oranda toparlanma olduğunu gösteriyor.

Müteahhitlerimizin iyi tanıdığı Suudi Arabistan, Cezayir, Türkmenistan ve milli gelirleri petrole bağlı olan Nijerya gibi ülkelerde sınırlı da olsa artış gösteren petrol fiyatları, ilgili ülkelerin yatırım programlarına yansımaktadır.



Otomotiv

Sektörel Bakış

2018

—

kpmg.com.tr



Dünyada ve Türkiye’de eğilimler

Otomotiv sektörü, etki alanının genişliği ve diğer sektörlerle olan etkisi ve katkısıyla modern ekonominin gelişiminde geniş ve önemli bir yere sahip. İnsan hayatını doğrudan etkileyen bir sektör olması sebebiyle ise, tüketicilerin talep ve ihtiyaçlarına uygun olarak sürekli bir dönüşüm halinde. Gerek büyük kentlerdeki trafik ve park yeri sıkıntıları gerekse artan maliyetler, tüketiciyi sahip olmak yerine mobilite çözümlere yönlendiriyor.

Tüm dünya sıfır kaza ve sıfır emisyon vizyonu dahilinde kapsamlı bir dönüşüm içinde ve gelişmiş ülkelerin art arda açıkladığı sıfır emisyon planları, otomotiv sektörünün geleceğini de doğrudan etkiliyor. Benzinli ve dizel araç kullanımını yasaklayacağını açıklayan ülkeler arasında İngiltere, Almanya, Norveç ve Fransa başı çekiyor. Son olarak dünyanın en büyük otomobil pazarı olan Çin de, sıfır emisyon planını açıkladı. Bu vizyonun büyük bir değişimi beraberinde getireceğini görüyoruz.

Teknoloji ve ilaç endüstrisinin hemen ardından dünya Ar-Ge yatırımlarının büyük bir bölümünün sahibi olan otomotiv sektörü, geleceği inşa etmek için sıra dışı bir faaliyet içinde. Üreticilerin sıfır kazaya ve daha az yakıt kullanımına yönelik çalışmaları Ar-Ge faaliyetleri içinde önemli bir yer kaplıyor. Teknoloji şirketlerinin sektöre girişi ve yarattığı yıkıcı etkiler inovasyon vizyonunu da değiştirdi ve otomotiv sektörü Ar-Ge faaliyetlerinin merkezine dönüştü. Şirketler için inovasyonun gücü rekabetin gücünü de belirliyor.

Öyle ki, her bir otomobil şirketinin aynı zamanda bir teknoloji şirketi gibi davranması ve geleneksel üretimin, yeni trendlerle evrilmesi bir zorunluluk halini aldı. 2017 yılının öncelikli

gündemi olan elektrikli araçların geliştirilmesi 2018 için de öncelikler arasında. Giderek sıklaşan çevresel regülasyonlar hibrit ve elektrikli araçların gelişimine hız kazandırıyor.

Bağlanabilirlik ve dijitalizasyonun gelişimi, araçların aynı zamanda birer veri merkezi olacağını gösteriyor. Bununla bağlantılı olarak araç içinde üretilen verinin sahipliği ve kimin koruması/hakimiyeti altında olacağı önemli bir tartışma ve rekabet konusu olmaya başladı.

Otonom araçların geliştirilmesi için teknoloji firmalarının da pazara girmesi, pazarı belirgin biçimde ikiye ayırdı. Bir tarafta platform tasarımı ve üretimi, diğer tarafta ise otonom sürüşü ve iletişimi sağlayan teknolojik çözümler. Geleneksel firmalar ve teknolojik çözümler üreten otomotiv firmalarının yakın bir gelecekte bir ortak paydaya ulaşması bekleniyor ancak sektör evrimini şimdilik sürdürüyor.

Öte yandan otomotiv sektörü Endüstri 4.0 süreçlerini en hızlı benimseyen ve hayata geçiren sektörlerin başında geliyor. Sektör, nesnelerin interneti, robot teknolojileri ve özellikle yedek parça üretiminde bir devrim sayılabilecek 3D (katmanlı) üretim olanaklarını verimli bir biçimde kullanmaya başladı. Özellikle prototiplerin oluşturulmasında başvurulmuş 3D teknolojisi prototip maliyetlerinin yüzde 50’ye varan oranda düşmesini sağlıyor. Bu teknolojinin gelişmesiyle, işgücünün toplam üretim maliyetleri içindeki payının giderek düşmesi ve düşük işgücü maliyeti avantajının önemini kaybetmesi öngörülüyor. Genel anlamda ise akıllı üretim teknolojileri ürün tasarımının gelişmesi, geleneksel üretimin dönüşmesi ve tedarik zincirindeki verimsizliklerin giderilmesi anlamında sektörü kökten etkileyecek.

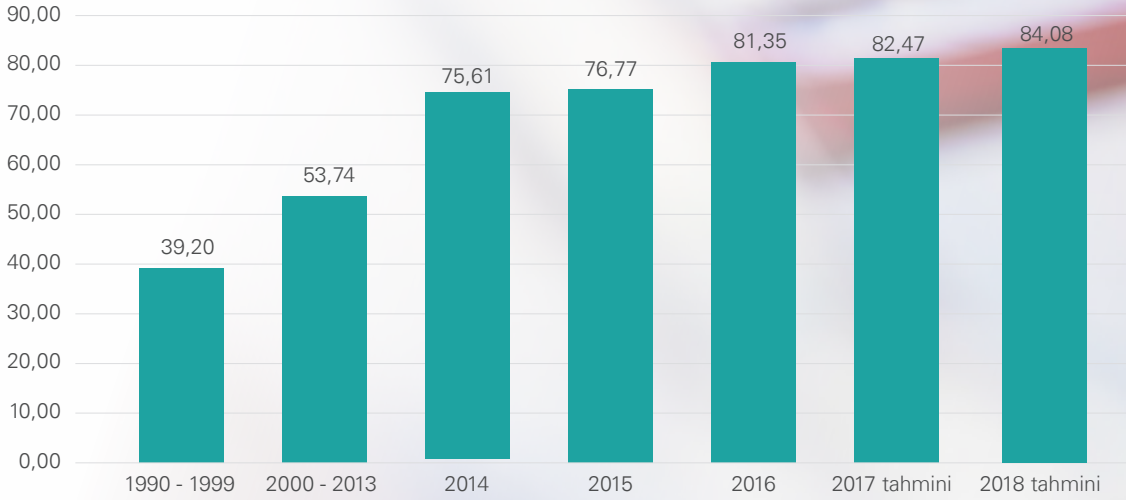
Küresel pazarın bir başka dinamiği de gelişmekte olan ülkelere ve yükselen tüketim taleplerine yönelik olarak düşük maliyetle araç tedariki. Ancak yükselen talep kadar değişen araç kullanım trendleri de, otomotivin gelecek planlarını şekillendiriyor. Araç kiralama sektörüne olan ilginin ve otomobil paylaşma uygulamalarının artması müşteri beklentilerini yükseltiyor. Müşteri, bir sonraki sürüşünde aynı kaliteyi arzuluyor ve bu da otomotiv firmalarının bu deneyimi yaşatmaya rekabet açısından mecbur olduğunu gösteriyor.

Araç paylaşma uygulamalarının araç sahipliğini düşürmesi ve buna bağlı olarak özel araç satışlarının da azalabileceği öngörülüyor. Diğer

yandan paylaşımlı kullanılan araçların daha sık ve daha yüksek kapasiteyle kullanılması nedeniyle çok daha hızlı yıpranması ve arızalanması, araç satışları üzerinde olumlu etki yapabilir.

Dünya otomotiv sektörünün içinde bulunduğu bu değişim, Türkiye otomotiv sektörünü de doğrudan etkiliyor. Sektör son yıllarda Avrupa'ya entegrasyonunu artırdı ve büyümesini sürdürdü. Türkiye otomotiv sektörünü bugün geldiği noktadan yukarıya taşıyacak, rekabet gücünü artıracak önemli konulardan biri, Ar-Ge faaliyetlerinin geliştirilmesidir. Uzun süredir planlanan rekabetçi Türk markasının hayata geçirilmesi sektör itibarı için önemlidir.

Dünya genelinde otomobil satışları (milyon adet)



Kaynak: LMC Automotive



Türkiye Pazarı





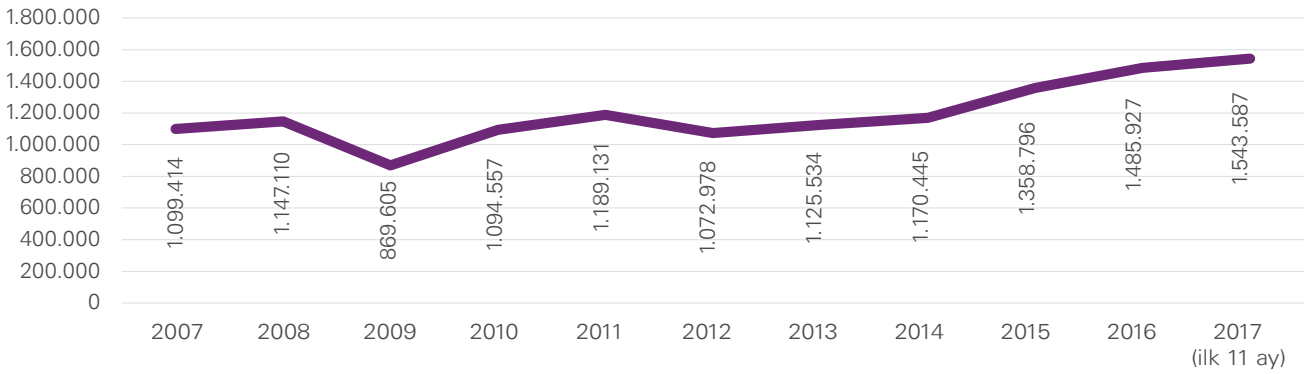
Türkiye Otomotiv Sektörü

Türkiye otomotiv sektörü, yeni ürün ve kapasite yatırımlarıyla üretim ve ihracat rakamlarını her yıl biraz daha artırarak dünya pazarındaki yükselişini sürdürüyor. 2016 yılı verilerine göre Türkiye yüzde 16,1'lik artış ile 2016'da üretim performansını en çok artıran ülkelerden biri konumuna geçerek, dünya sıralamasında iki basamak birden yükseldi ve 15. sırada yer aldı. Avrupa'da Almanya, İspanya, Fransa, Birleşik Krallık ve Rusya'nın ardından 6. oldu.

Türkiye, AB'ye yapılan motorlu taşıt ihracatında ise Japonya, Güney Kore ve ABD gibi güçlü oyuncularını geride bırakarak ilk sırada yer alıyor.

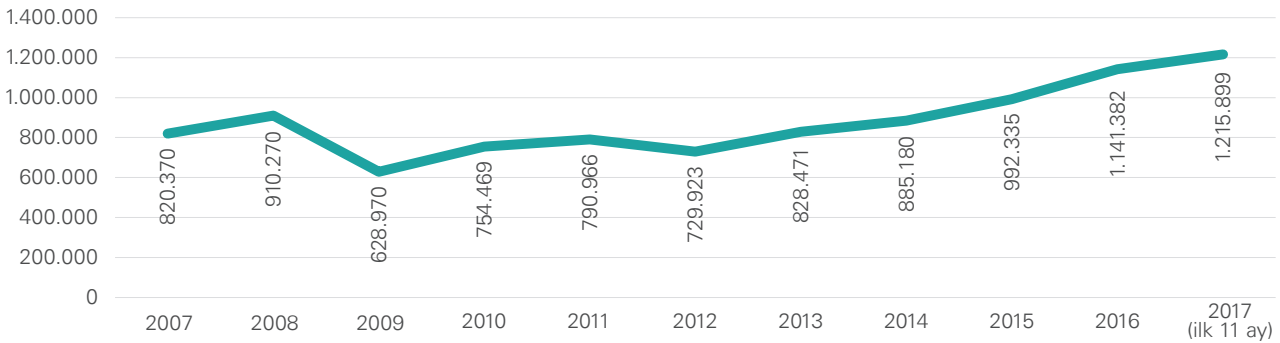
Rakamlar, birçok olumsuz etkene rağmen 2017'de büyümenin devam ettiğini gösteriyor. Otomotiv sektörü üretim ve ihracatı son 10 yılda en yüksek düzeye 2016 senesinde erişmişti. Kasım 2017 sonuna kadar gerçekleşen rakamlar, geçen seneki başarının 2017'de devam ettiğini ve rakamların yükseldiğini gösteriyor.

10 yıllık toplam otomotiv üretimi (adet)



Kaynak: OSD

10 yıllık toplam otomotiv ihracatı (adet)



Kaynak: OSD

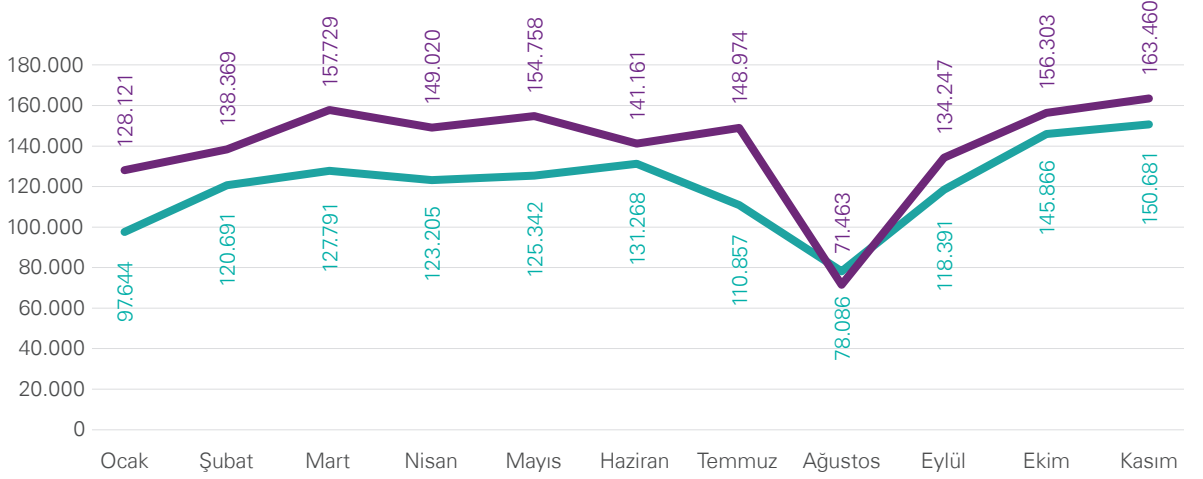
Üretim ve ihracat 2017

2017 yılı başında iç pazarda yaşanan daralmanın otomotiv üretimine olumsuz etki edeceği öngörülmüyordu. Ancak AB pazarındaki istikrarlı büyüme ve ülkemizde üretimine başlanan yeni ürünlerin de etkisiyle, hem üretim hem de ihracat, sektör tarihinin en yüksek düzeyine ulaştı. Otomotiv üretim ve ihracat rakamları 2017 boyunca birbirine paralel seyretti.

OSD verilerine göre yılın 11 ayında toplam

otomotiv sektörü üretimi, 2016'nın aynı dönemine göre yüzde 16 artış gösterdi ve 1 milyon 543 bin adet düzeyinde gerçekleşti. Otomobil üretimi ise 2016 yılının aynı dönemine oranla yüzde 24 arttı ve 1 milyon 48 bin adet olarak kaydedildi. Otomotiv üretiminin alt kırılımlarında, 2017 Ocak-Kasım döneminde ticari araç grubu üretimi yüzde 2 arttı, hafif ticari araç grubunda yüzde 1, ağır ticari araç üretimi ise yüzde 18 artış görüldü.

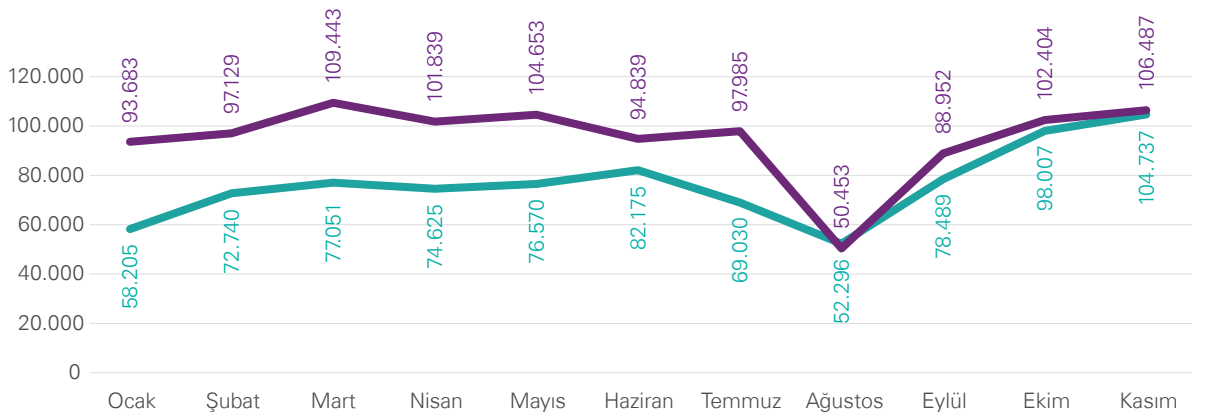
Otomotiv sektörü üretimi (adet)



Kaynak: OSD

— 2016 — 2017

Otomobil üretimi (adet)



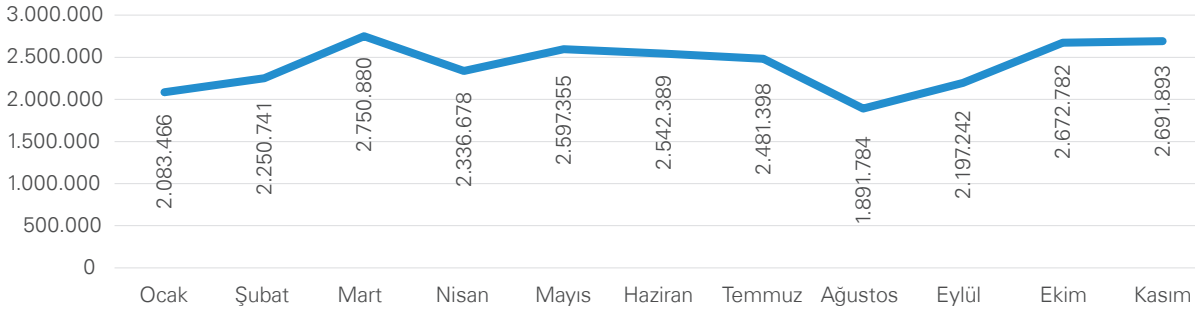
Kaynak: OSD

— 2016 — 2017

Otomotiv sektörü, son 11 yılda olduğu gibi 2017'de de en çok ihracat yapılan sektör unvanını elinde tutuyor. TİM verilerine göre Türkiye'nin 1 Ocak-30 Kasım 2017 tarihleri arasında 142 milyar doların üzerinde gerçekleşen toplam ihracat rakamının 26 milyar dolarlık bölümü otomotiv sektörü tarafından gerçekleştirildi. Toplam ihracattaki payı ise ilk 11 aylık dönemde yüzde 18,3 seviyesinde gerçekleşti. Böylece otomotiv sektörü ihracatı, küresel finans krizi öncesinde 2008 yılındaki 24,7 milyar dolarlık rekor seviyenin üzerine çıkmış oldu.

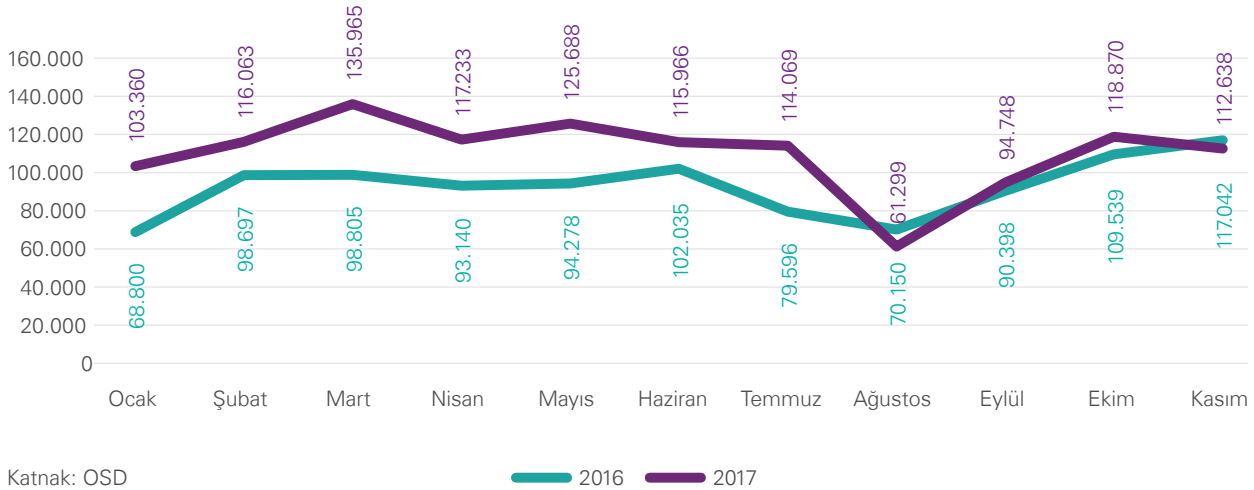
2017 yılının ilk 11 ayında toplam otomotiv ihracatı adet bazında yüzde 19 artarken, otomobil ihracatı yine adet bazında yüzde 28 artış gösterdi. 2016 ve 2017'nin ilk 11 aylık dönemi OSD verilerine göre karşılaştırıldığında otomotiv ihracatındaki artış dolar bazında yüzde 21, euro bazında yüzde 20 oldu. Bu dönemde otomobil ihracatı yüzde 49 artarak 10,8 milyar dolar düzeyinde gerçekleşti. Euro bazında otomobil ihracatı ise yine yüzde 48 artarak 9,6 milyar euro düzeyine yükseldi.

Otomotiv sektörü aylık ihracat kayıt rakamları (bin USD) 30.11.2017 tarihi itibarıyla



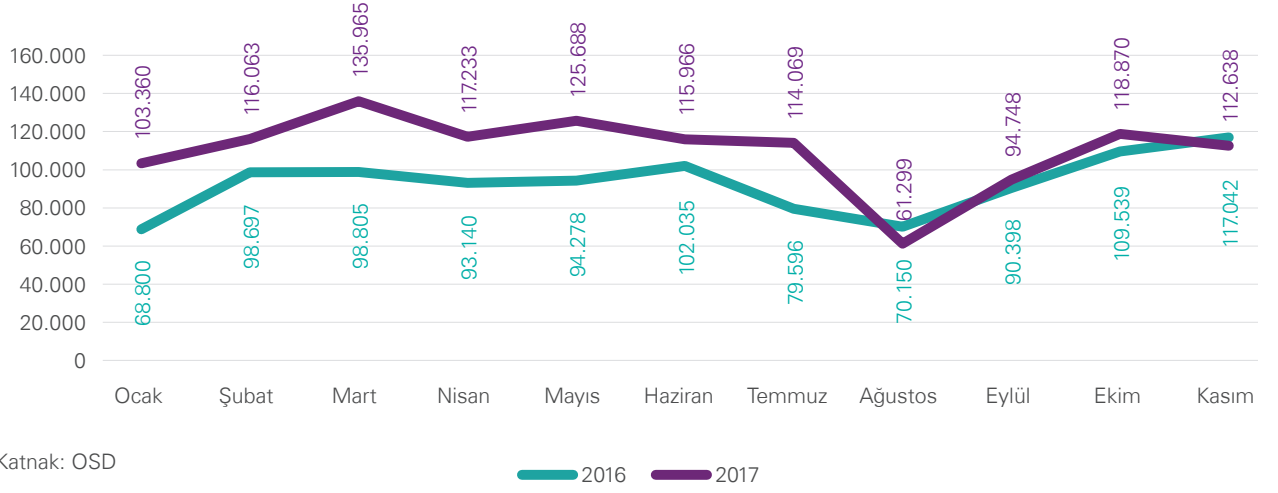
Kaynak: OSD

Otomobil ihracatı (adet) 30.11.2017 tarihi itibarıyla



Kaynak: OSD

Otomotiv sektörü ihracatı (adet)

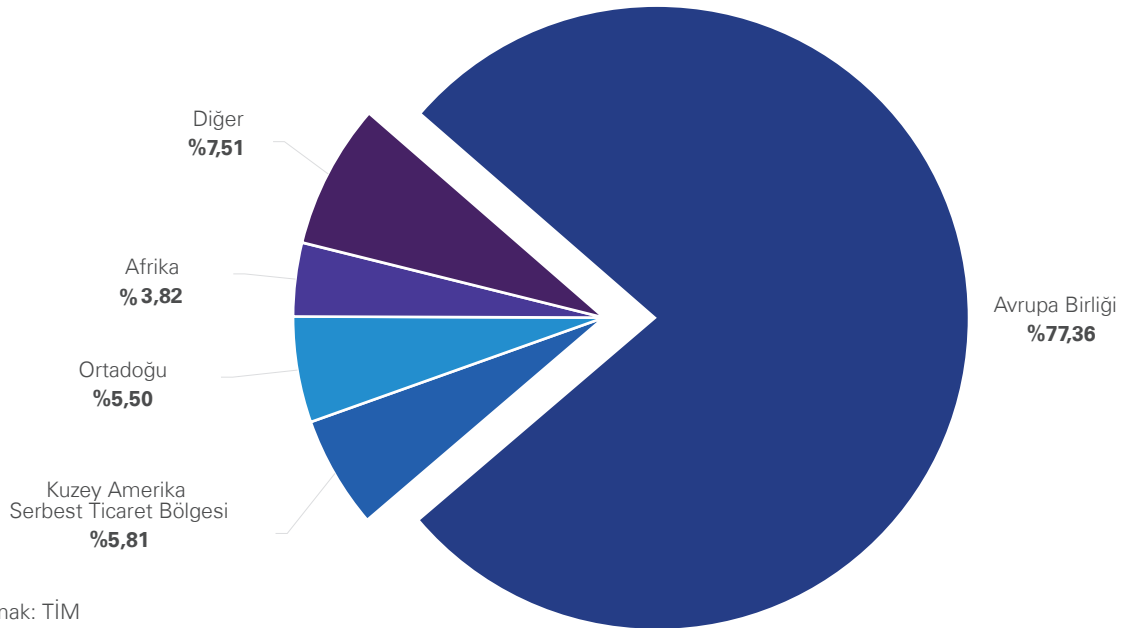


TİM verilerine göre 2017 yılı ilk 11 aylık sonuçlar değerlendirildiğinde, AB pazarının Türkiye için önemi ortaya çıkıyor. 2017 Kasım ayı sonu itibarıyla toplam otomotiv sektörü ihracatının yüzde 77'den fazlası AB ülkelerine yapıldı. Almanya ilk sıradaki yerini korudu, sırasıyla İtalya, Fransa, İngiltere ve İspanya AB ülkelerine en çok ihracat yapılan ülkeler oldu. Brexit kararının ardından henüz AB ülkeleri arasında değerlendirilen Birleşik Krallık'a yapılan otomotiv ihracatı yüzde 24,5 oranında arttı. Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi (NAFTA) ihracatı

önemli bir pazar olarak listeye girdi. NAFTA'da yüzde 90 oranında artan bir ihracat rakamına ulaşıldı ve toplam ihracatta yaklaşık yüzde 6 oranıyla en çok ihracat yapılan ikinci ülke grubu oldu. Afrika ülkeleri ihracatında yüzde 2 oranında düşük bir artış oldu. Ortadoğu ülkeleri ihracatı yüzde 10'a yakın büyüdü, toplam ihracattaki oranı ise yaklaşık yüzde 5,5 oldu. Ülke grupları arasında oransal büyüme analiz edildiğinde 2017 yılında Uzakdoğu ülkelerine yapılan yüzde 60'lık artış önemli bir gelişme olarak kaydedildi.

1 Ocak - 30 Kasım 2017

Konsolide ülke gruplarına göre sektörel ihracat



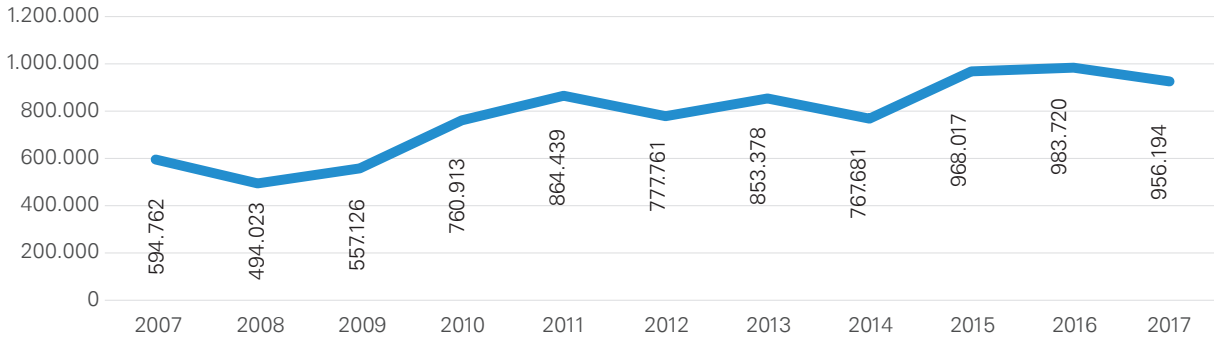
Türkiye Otomotiv Pazarı

2017 yıl sonu sonuçlarına göre, otomobil ve hafif ticari araç pazarı yüzde 2,8 oranında daralma yaşadı. Otomobil pazarı yüzde 4,5 oranında azalırken, hafif ticari araç pazarı yüzde 2,9 oranında artış gösterdi. Bu sonuçlara göre toplam satış adedi 956.194 olarak gerçekleşti. 2016 yılında bu rakam 983.720 idi.

Toplamdaki bu azalmayı yaratan otomobil satışları 2017 yılında 722.759 oldu. Geçen yıl bu sayı 756.938 adet idi. Satışlardaki azalma oranı bu rakamla yüzde 4,5 oldu.

Hafif ticari araç pazarı ise 2017’de, 2016’ya göre yüzde 2,93 artış gösterdi. Geçtiğimiz yıl hafif ticari araç satış rakamı 226.782 düzeyinde gerçekleşmişti.

Otomotiv sektörü toplam perakende satışlar (adet) Otomobil + hafif ticari araç

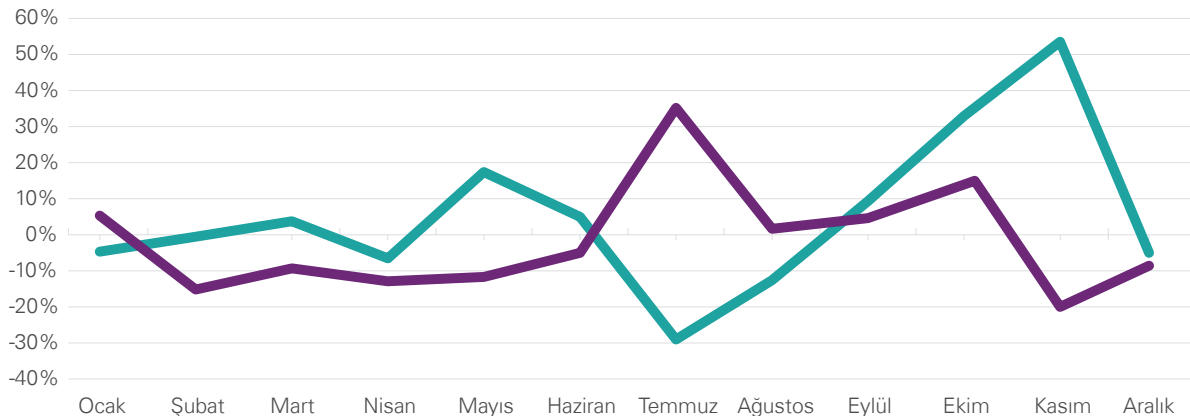


Kaynak: ODD

2017 yılı Ocak ayına otomobil satışlarında yüzde 10’a yakın artışla giren sektör, Şubat ayında hızını kesti ve satışlar 2016 yılının aynı dönemine göre yüzde 5,6 oranında azaldı. Mart ayında bu düşüş, yüzde 13 oranında gerçekleşti. Çok yakın oranlarda Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında devam eden düşüşün ardından Temmuz ayında yüzde 37’ye varan bir satış artışı gerçekleşti. Bu artışta

vergi oranlarında yapılması beklenen yeni düzenlemelerin etkili olduğu kadar baz etkisinin de büyük etkisi olduğunu belirtmeliyiz. Ağustos ve Eylül’de sakin bir artışla devam eden satışlar, Ekim ayında yılsonu etkisiyle yükselme eğilimine girdi. Ancak bu yükseliş trendi uzun sürmedi ve Kasım ve Aralık aylarını sırasıyla 2016’nın aynı aylarına göre yüzde 20,7 ve 7,7 azalarak kapadı.

Otomobil pazarı değişim (%)



Kaynak: ODD

— 2016 — 2017

Motor hacimlerine göre satışlar

2017 yıl sonu sonuçlarına göre, otomobil pazarında motor hacmine göre satışlarda en yüksek payı yüzde 96,7 oranıyla 1600cc'nin altındaki otomobiller aldı. Toplam satış rakamı 1600cc altı için 694.464 olarak gerçekleşti. 1600-2000cc aralığındaki otomobiller satışlardan 21.568 ile yüzde 3 pay alırken, 2000cc üstü otomobillerin toplam satıştaki yeri sadece yüzde 0,3 oldu.

2016 yılı ile karşılaştırıldığında, 1600cc altındaki otomobil satışlarında yüzde 4,8, 1600-2000cc aralığındaki otomobil satışlarında yüzde 4,1 ve 2000cc üstü otomobillerde ise yüzde 46,9 azalma gerçekleşmiş oldu.

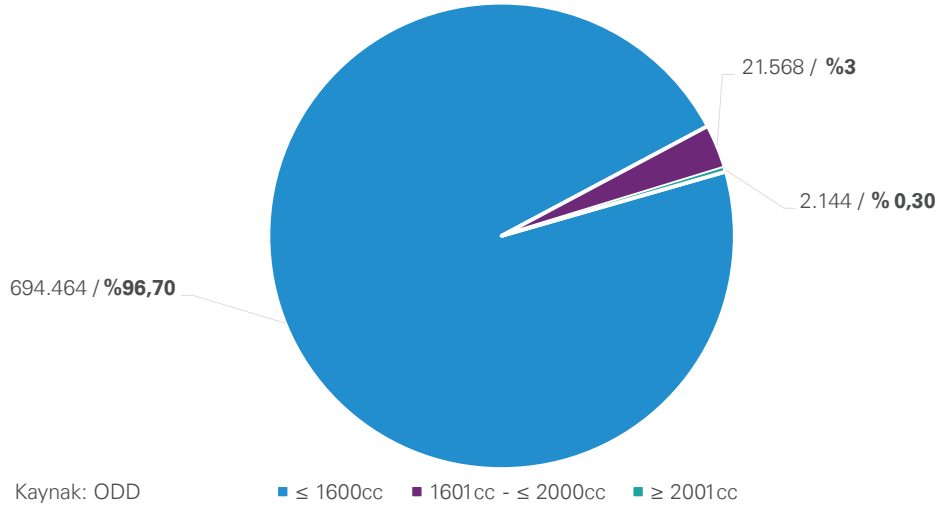
2017 yılında 85kW altı 55 adet 121Kw üstü

21 adet olmak üzere toplam 76 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti.

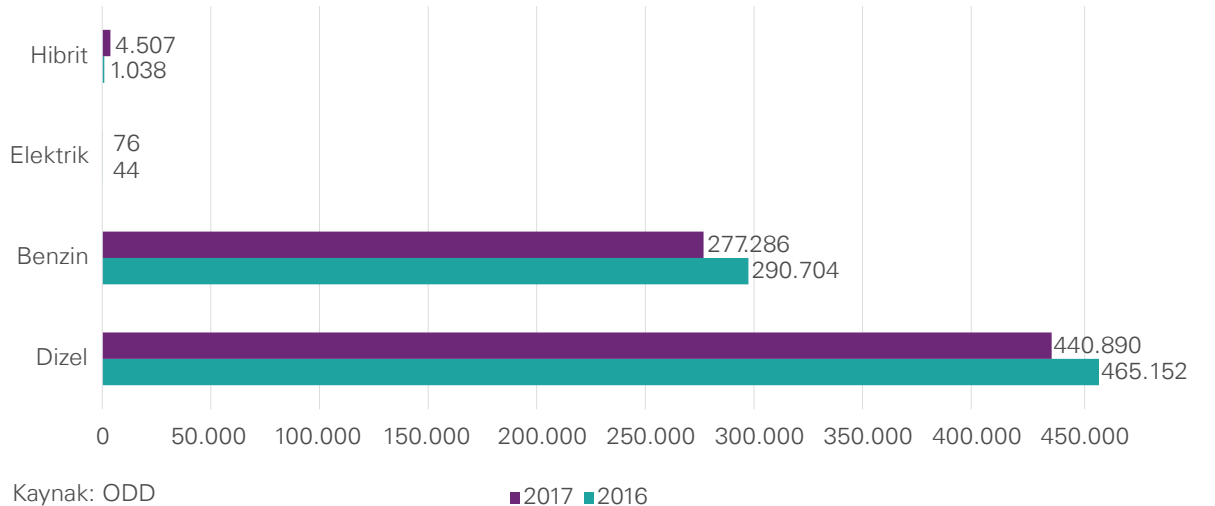
2017 yılında, 1600cc altı 464 adet, 1601cc-1800cc (>50 kW) aralığında 3.704 adet, 1801cc-2000cc aralığında 63 adet, 2001cc-2500cc (>100KW) aralığında 266 adet, 2500cc üstü ise 10 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşti. Böylece yıl boyunca toplam 4.507 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşmiş oldu. Böylece 2016'ya göre hibrit otomobil satışları yüzde 334 seviyesinde çarpıcı bir artış gösterdi.

2017 yılında dizel otomobil satışları ise 2016'ya göre yüzde 5,2 oranında azaldı. Ancak toplam satışlar içerisinde dizel payı önemli bir değişiklik göstermeden yüzde 61 (440.890) oldu.

Motor hacimlerine göre dizel ve benzinli araç satışları, 2017 (adet)



Araç satışları, 2016/2017 (adet)

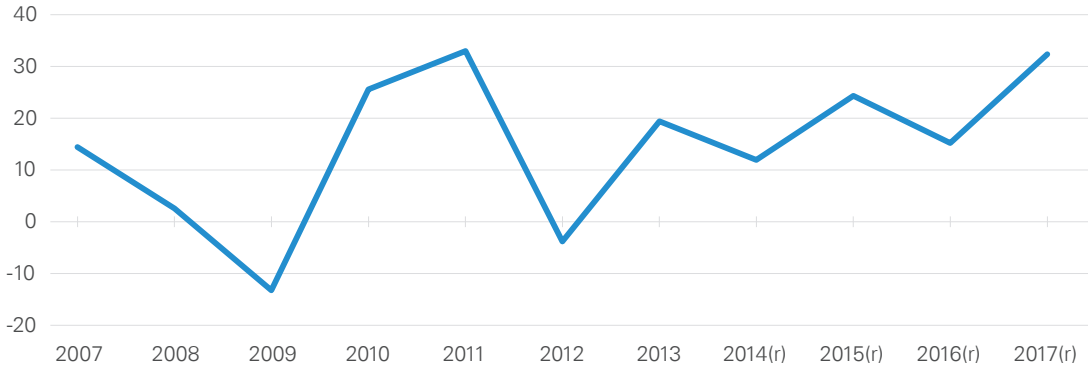


Sektörel endeksler

TÜİK verilerine göre otomotiv sektörünü kapsayan NACE Rev.2 sınıfları, sektörün bitmiş araç ve yedek parça imalatı için C-29 (motorlu kara taşıtı, treyler ve yarı treyler imalatı) kategorisinde takip ediliyor (C kategorisinde mevsim ve takvim etkisinden arındırılmış endekslerin değişimi veriliyor).

Buna göre; 2016 yılının üçüncü çeyreğinde yaşanan siyasi çalkantılara bağlı düşen endeks, devam eden aylarda tutarlı bir biçimde artış gösterdi. 2017'nin ilk 10 ayında da artış sürdü.

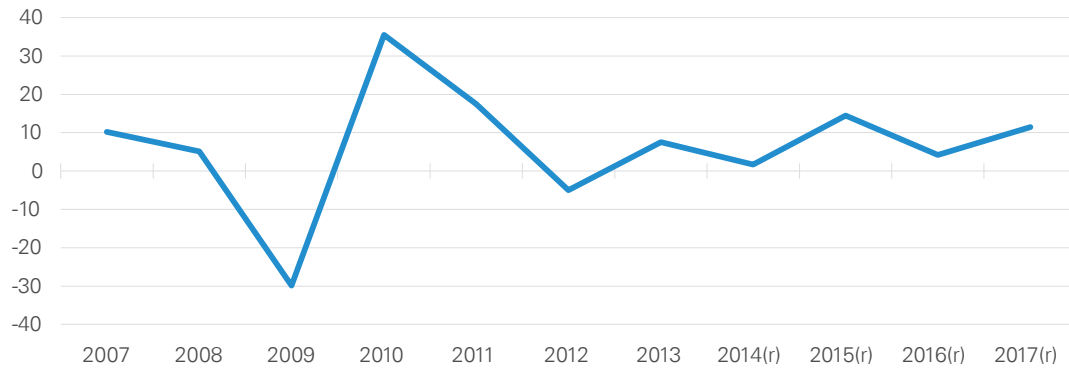
C29-Sanayi ciro endeksi



Kaynak: TÜİK 2007-2017

C-29 sınıfına ait sanayi üretim endeksindeki görüntü 2016'da olduğu gibi ciro endeksine paralel bir seyir izledi. Bu seyrin paralellik göstermesine rağmen üretimdeki artış oranları 2016'da olduğu gibi 2017'de de cironun gerisinde kaldı. Ancak 2016 yılına göre ortalama üretim endeksi 2017'nin 9 ayında yüzde 11,4 oranında arttı. 2017'yi aylar bazında değerlendirdiğimizde Ağustos ayındaki 147,2'lik değer dışında tüm aylarda benzerlik görülüyor.

C29-Sanayi üretim endeksi



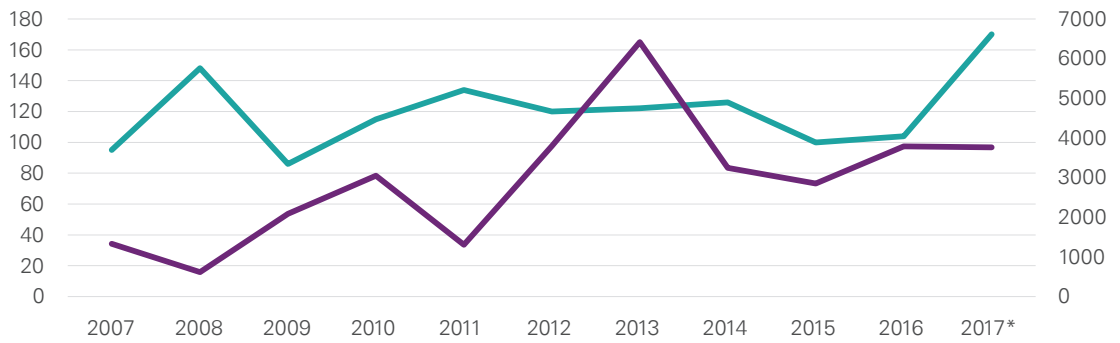
Kaynak: TÜİK 2007-2017

Yatırım Teşvik Sisteminde ‘öncelikli’ olarak değerlendirilen otomotiv sektörü yatırımları

Ekonomi Bakanlığı verilerine göre son 10 yılda otomotiv sektöründe yatırım teşviki için düzenlenen belge adedi 2017 yılında büyük bir çıkış yakaladı. 2017’nin 10 ayında 170 adet yatırım teşvik belgesi verildi ve son 10 yılın zirvesine oturdu. Belge adedi yüzde 70’e yakın bir oranda artmasına rağmen toplam yatırım tutarı, 10 aylık verilerle 2016 yılı toplamına yakın izleniyor. Son 2 ayda verilecek belge sayısı ve yatırım tutarı bu rakamı değiştirebilir. 2017’nin

10 ayında yapılan yatırımın, 1 milyar 658 milyon TL’si yabancı, 2 milyar 103 milyon TL’si yerli yatırımlardan oluştu. 2017 yılı belge adedindeki yükseliş, son 10 yılda sektöre yapılan en büyük yatırımların 2013 yılında gerçekleştiği sonucunu değiştirmedir. Belge sayısının artışında bölgesel teşvik uygulamaları kapsamındaki bazı yatırımlar için yerel birimlere başvurunun olanaklı hale gelmesinin etkili olduğunu düşünüyoruz.

Belge adedi ve yatırım tutarı 2007-2017, milyon TL



Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

— Belge adedi

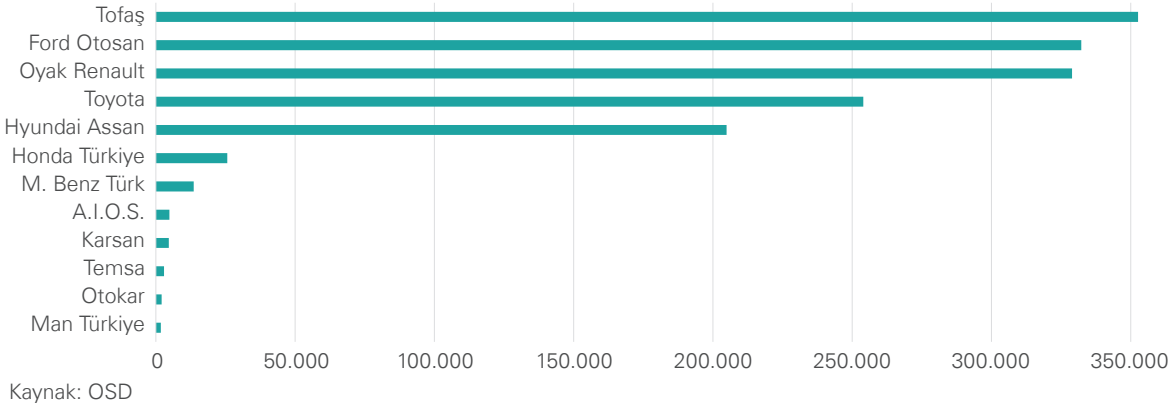
— Yatırım tutarı

Önemli sektör oyuncularları

Türkiye otomotiv sektörü 12 firma ile 18 fabrikada faaliyetlerini sürdürüyor. Bu 12 firmanın 4’ü yalnızca otomobil, 6’sı sadece ticari araç, 2’si ise hem otomobil hem de ticari araç üretimi yapıyor. İstanbul Sanayi Odası tarafından açıklanan 500 büyük sanayi kuruluşu arasında ilk 10 sırada Ford Otosan, Oyak-Renault ve Tofaş yer alıyor. Hyundai Assan, Mercedes-Benz Türk, Toyota Otomotiv Türkiye gibi oyuncular da listenin devamında yer alıyor.

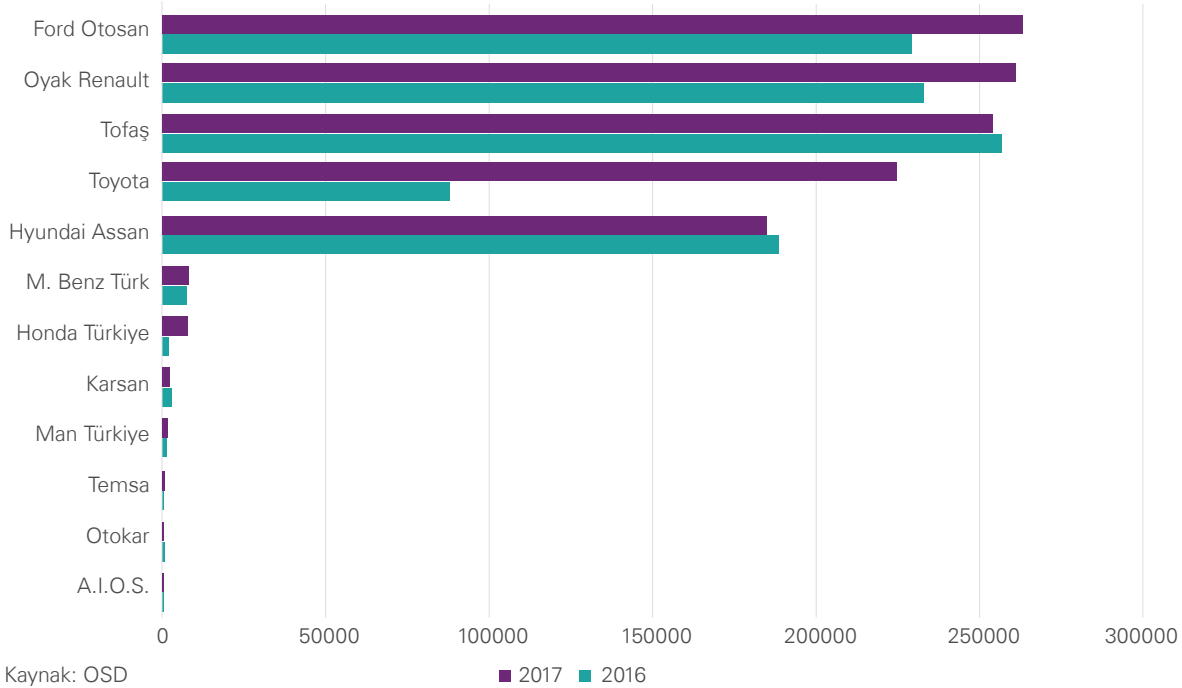
Toyota, Oyak Renault, Tofaş, Hyundai Assan ve Honda’nın son dönemde otomobil modellerine yaptıkları yatırımlar çok olumlu sonuçlar verdi. 351.898 adetle Tofaş, 2017 yılının ilk 11 ayında Türkiye otomotiv sektörünün en büyük üretim rakamına ulaştı. Tofaş’ı sırasıyla Ford Otosan, Oyak Renault, Toyota ve Hyundai Assan izledi.

Firma bazında üretim rakamları 2017 (adet, Ocak - Kasım)



İhracatta ise ilk sırada Ford Otosan yer aldı. Oyak Renault, Tofaş, Toyota ve Hyundai Assan sırasıyla ilk 5 firmanın içinde yer aldı. 2017 yılı rakamlarında Tofaş, Renault ve Toyota'nın, üretime başlanan yeni modellerinin önemli payı var. Ford Otosan hafif ticari araçlar konusunda pazardaki payını sürekli artırıyor. Hem üretim hem ihracat büyümesini de bu segmentteki gücü ile yakalıyor.

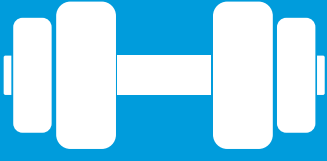
Firma bazında ihracat (adet, Ocak - Kasım)



Otomotiv sektörü durum analizi

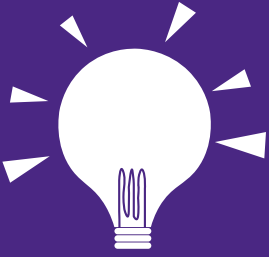
Türkiye ihracatının öncüsü olan otomotiv sektörünün bu özelliğini koruyabilmesi için tüm firmaların Almanya başta olmak üzere dünya genelinde başlayan “dönüşüm planı”nın içinde yer alması gerekiyor. Bu dönüşüm planına uyum sağlamak, Ar-Ge yatırımlarına öncelik vermek ve inovasyonu kurum kültürünün bir parçasına dönüştürmekle mümkün. Küresel rekabette önemli oyuncuların Türkiye otomotiv sektörü için teknolojinin desteğiyle hayata geçirilen yenilikçi ve katma değeri yüksek çözümler çok önemli. Dönüşümün içinde bir an önce yer alınmazsa, Türkiye ekonomisi için olağanüstü önem taşıyan sektörün geleceği riske atılmış olacak.





Güçlü yönler

- Genç ve artan nüfus Türkiye'nin otomotiv iç pazarındaki en güçlü yanlarından biri. AB ülkelerinde iç talepte azalma yaşanırken, Türkiye iç talep konusunda avantajını koruyor.
- Mevzuat değişimlerine, konjonktürel dalgalanmalara, standart değişimlerine adaptasyon yeteneği Türkiye'nin otomotivde olduğu gibi pek çok alanda güçlü olduğu bir yön. Sektöre yönelik araştırmalarda küresel yöneticiler bu değişimleri ilk tehdit olarak öne sürerken, Türk yöneticilerin adaptasyon ile ilgili konularda daha iyimser olduğu gözleniyor.
- Güçlü grupların yabancı ortaklıkları ve gelişmiş tedarik sanayisi sektöre güç veriyor.
- AB ülkelerine kıyasla düşük işgücü maliyeti de sosyal gelişim açısından olumsuz ancak üretim maliyetleri açısından olumlu bir etken olarak karşımıza çıkıyor.



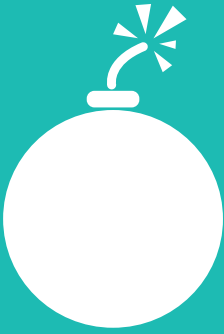
Fırsatlar

- İnovasyon ihtiyacı birçok fırsatı içinde barındırıyor. Türkiye otomotiv sektörü, sayıları giderek artan girişim merkezleriyle, girişimcilerle bir araya gelecek platformları yaratacak olanağa sahip. Türkiye'nin her alanda Ar-Ge ve tasarım merkezi olma vizyonunu artık gerçekleştirmesi gerekiyor.
- Hükümet, Ar-Ge ve yatırım teşviklerinde sağlanan yeni avantajlarla bu vizyonda kendine düşen katkıyı sağlıyor.
- Türkiye güçlü bir iç pazar potansiyeline sahip.
- Jeopolitik konum, birçok pazara kolay ulaşılabilirlik fırsatı sunuyor.
- Lojistik sektöründeki gelişim, ihracatı olumlu yönde etkiliyor. Bu avantaj fırsatları da beraberinde getiriyor.
- Hurda teşviki programının yenilenerek hayata geçirilmesi, yaşlı araçların trafikten çekilerek hem çevre kirliliğinin azaltılması hem de araç ve yaya güvenliğinin artırılmasına yardımcı olabilir. Diğer yandan bu uygulama pazarı canlandırma ve hurda ithalatını düşürmek için önemli bir fırsat.



Zayıf yönler

- Endüstriyel tasarım, patent ve uluslararası standartlar konusunda daha çok yol alınması gerekiyor.
- Sektörün Endüstri 4.0 yapılarına geçmesinde eğitilmiş iş gücü eksikliği önemli bir engel olarak ortaya çıkıyor. Üniversitelerde lisans ve yüksek lisans düzeyinde otomotiv ile ilgili bölümler yeterli talebi görmemesi sektörün uzun dönem verimliliğini de etkiliyor.
- Lojistik sektörü gelişiyor ama altyapıda önemli eksiklikler var.
- Dış politika kaynaklı bölgesel sorunlar sektörü doğrudan etkiliyor.
- Ham maddede dışa bağımlılık sektörü olumsuz etkiliyor.



Tehditler

- Türkiye otomotiv sektörü için iç pazara yönelik en önemli tehditlerin başında giderek artan vergi oranları geliyor. Yürürlüğe girecek yeni değişikliklerin pazarı rakamsal olarak daraltacağı öngörülüyor.
- AB ve küresel teknik mevzuata uyum çalışmaları, AB ile sürdürülen katılım müzakerelerinin donma noktasına gelmesi ile risk altına girdi. Firmalar, teknik uyum konusunda yaptıkları yatırımları sürdürseler de sürecin durağanlığı motivasyonu etkiliyor.
- Endüstri 4.0 ve geleceğin fabrikalarına dönüşümde Avrupa'nın gerisinde kalınma ihtimali sektörün bir an önce gündemine alması gereken önemli bir risk.
- Makroekonomik konjonktür sektöre yönelik en önemli tehditlerden biri olarak karşımıza çıkıyor.
- Doğu Avrupa, Çin, Hindistan gibi otomotiv alanında agresif büyüyen ülkelerin daha düşük maliyetle üretim yapabilme potansiyeli, Türkiye'nin yeni yabancı yatırımları çekmek için sahip olduğu düşük işgücü maliyeti avantajı üzerinde bir tehdit oluşturuyor.
- Aynı şekilde ihracatta fırsat olarak değerlendirilen İran pazarının yatırımcıyı çekme potansiyeli sektörü bekleyen bir başka tehdit.
- Brexit sonrası Gümrük Birliği'nden de çıkacağını açıklayan Birleşik Krallık ile AB arasında yeni bir serbest ticaret anlaşması olmazsa, Türkiye otomotiv sektörünün en önemli pazarlarından birini kaybetme ihtimali doğuyor.
- Yüksek reel faizler nedeniyle tüketici, finansman ve işletme kredilerinin yeterince kullanılamaması bir başka tehdit.
- Otomotiv tedarik sanayisi için, araç ithalatının giderek artması ve ithal parçaya dayalı araç üretimi nedeniyle dış ticaret dengesinin ithalat lehine bozulması önemli bir tehdit oluşturuyor.
- Genel parite değişimleri tüm zamanlarda bir tehdit olarak değerlendirilebilir. Sektörün girdi maliyetleri değişimlerden olumsuz yönde etkileniyor.

Otomotivde yeni vergi oranları

2016 yılı sonlarında yapılan değişiklikle otomobilin matrahının da ÖTV hesaplamasında dikkate alınması uygulamasına başlandı ve buna bağlı olarak otomobil satışlarında hesaplanan ÖTV tutarları da genel olarak arttı. Söz konusu artışla birlikte otomobiller üzerinden alınan vergilerde vergileme sınırına mı gelindiği tartışılırken, sektör beklentilerinin aksine, binek otomobillerin MTV'sinde 2018 yılından itibaren ciddi oranda artış yapılmasına yönelik yasal düzenleme yapıldı.

Söz konusu MTV'deki değişim 2017 sonuna kadar otomobil stoklarının erimesine neden olabilecektir.

Motor Silindir Hacmi (cm³)	Taşıt Değeri (TL)	Satır Numarası	Taşıtların Yaşları ile Ödenecek Yıllık Vergi Tutarı (TL)		
			1 - 3 yaş (Eski)	1 - 3 yaş (Yeni)	Artış
Otomobil, kaptıkaçtı, arazi taşıtları ve benzerleri					
1300 cm³ ve aşağısı	40.000'i aşmayanlar	1	646,00	743,00	%15
	40.000'i aşıp 70.000'i aşmayanlar	2		817,00	%26
	70.000'i aşanlar	3		892,00	%38
1301 - 1600 cm³ e kadar	40.000'i aşmayanlar	4	1.035,00	1.294,00	%25
	40.000'i aşıp 70.000'i aşmayanlar	5		1.423,00	%37
	70.000'i aşanlar	6		1.553,00	%50
1601 - 1800 cm³ e kadar	100.000'i aşmayanlar	7	1.827,00	2.512,00	%37
	100.000'i aşanlar	8		2.741,00	%50
1801 - 2000 cm³ e kadar	100.000'i aşmayanlar	9	2.878,00	3.957,00	%37
	100.000'i aşanlar	10		4.317,00	%50
2001 - 2500 cm³ e kadar	125.000'i aşmayanlar	11	4.317,00	5.936,00	%38
	125.000'i aşanlar	12		6.476,00	%50
2501 - 3000 cm³ e kadar	250.000'i aşmayanlar	13	6.019,00	8.276,00	%37
	250.000'i aşanlar	14		9.029,00	%50
3001 - 3500 cm³ e kadar	250.000'i aşmayanlar	15	9.166,00	12.603,00	%37
	250.000'i aşanlar	16		13.749,00	%50
3501 - 4000 cm³ e kadar	400.000'i aşmayanlar	17	14.411,00	19.815,00	%37
	400.000'i aşanlar	18		21.617,00	%50
4001 cm³ ve yukarısı	475.000'i aşmayanlar	19	23.586,00	32.431,00	%38
	475.000'i aşanlar	20		35.379,00	%50

2017 İzdüşümü

Küresel terör, siyasi çalkantılar, jeopolitik gerilimler ile geçen 2016'nın ardından, 2017 temkinli girilen bir seneydi. Ancak, ülke ekonomisi beklentilerin çok üzerinde büyüdü, otomotiv sektörü üretim ve ihracatta rekor sayılan rakamlar gördü. İç pazarda yaşanan daralmaya rağmen, ihracat alanında sektörün aldığı yüzde 18,3'lük pay, hem sektör sonuçlarına hem de ülke ekonomisine büyük bir değer kattı.

Dünya genelinde ise açıklanan 2017 3. çeyrek sonuçlarına göre, 2017 yılı dünya toplam otomotiv üretimi bir önceki yıla oranla yüzde 2,4 artışla 98,6 milyon adet düzeyinde gerçekleşmiş olacak.

Kaynak: LMC Automotive



Küresel ekonominin 2018'deki seyrini ABD-Kuzey Kore gerilimi, Almanya'daki koalisyon sancısı, Katalonya'daki bağımsızlık hamlesi, Orta Doğu'da yaşanan hareketlilik ve sınır bölgesindeki gibi kriz potansiyeli yüksek başlıklar belirleyecek.

ABD ve Türkiye ilişkileri sektör için kritik önem taşıyor. İlişkilerin seyrine bağlı olarak bir takım kısıtlamaların hayata geçirilmesi sektör için olumsuz sonuçlar doğurabilir.

ABD Merkez Bankası'nın (FED) politika faiz artırma beklentisi ve Avrupa Merkez Bankası'nın uygulayacağı para politikası, Brexit sürecinin AB ve diğer ülkelere olan etkisi, Çin ekonomisindeki gelişim ve yüksek borçluluk oranı, jeopolitik riskler ve gelişmeler ile küresel ticari politikalarındaki korumacılık yaklaşımı, 2018 ekonomisinde etkili olacak diğer faktörler.

Ülkemizde ise 2018 yılında TCMB'nin para politikası ve enflasyonla mücadele kararlılığı, cari işlemler açığındaki gelişim, yapısal reformlara ait atılacak adımlar ve ekonomik aktivitenin gelişimi ve büyümüş hızı etkili olacaktır.

2018 yılında dünya otomotiv üretiminin 2017 yılına göre yüzde 1,3 artışla yaklaşık 100 milyon adede ulaşacağı tahmin ediliyor.

Türkiye'de ise, 2018 yılı sektör performansının 2017 sonuçlarına paralel gerçekleşeceğini tahmin ediyoruz. Otomotiv üretiminin 1,7 milyon adet, otomotiv pazarının ise yaklaşık 1 milyon adet olarak gerçekleşmesini bekliyoruz.

TOBB ve Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı girişimiyle kurulan 'Yerli Üretim Ortak Girişim Grubu'nda Anadolu Grubu, BMC, Kıracha Holding, Turkcell ve Zorlu Holding yer alıyor. Yerli Üretim Ortak Girişim Grubu'un 2019'da prototipi oluşturması ve 2021'de yerli otomobili satışa sunması hedefleniyor.

Perakende

Sektörel Bakış

2018

—

kpmg.com.tr



Dünyada ve Türkiye’de eğilimler

Perakende sektörü, dinamiklerinin dünya genelinde benzer özellikler gösteren kendine özgü yapısıyla diğer sektörlerden ayrışıyor. Sektörü yönlendiren en etkili iki güç olan müşteri talepleri ve müşteri davranışları, ortaya çıktıkları coğrafya ve demografiden bağımsızlaşarak kısa sürede küresel ölçekte bir davranış biçimine dönüşüyor. Perakende sektöründe faaliyet gösteren firmalar, müşterinin talep ve davranışları ile ilgili olarak oldukça benzer etkiler ve bunların yarattığı sorunlarla mücadele ediyor.

Dünya genelinde sektörün önündeki temel sorun, müşteri davranışlarının ve yolculuğunun değişmiş olması. İletişim kanallarında geline nokta müşteriler, birçok kanalı kullanarak her türlü bilgiye ve her türlü alışveriş olanağına ulaşabiliyorlar. Bu nedenle tek kanaldan faaliyet gösteren perakende firmaları ve geleneksel alışveriş tehdit altında.

Online alışveriş, ardından yükselen mobil alışveriş ve şimdilerde sıkça sözü edilen sosyal alışveriş, geleneksel fiziksel mağazacılığın cirolarını büyük ölçüde etkiliyor. Omnichannel perakende uygulamalarıyla, fiziksel mağazayı sosyal medya hesapları, e-ticaret sitesi, mobil uygulamalar ile bir bütün haline getiren firmalar, daha büyük bir kitleye ulaşarak satışlarını ve karlılıklarını artırıyor.

Diğer yandan teknoloji ve dijitalleşme ile birlikte tüketici verileri çok büyük miktarlara ulaşmış durumda. Bu veriler, teknolojinin desteğiyle tüketiciye en doğru ürün ve hizmetin sunulabilmesi için büyük önem taşıyor. Büyük veriyi yönetmek her sektörde çok önemli ancak perakende sektörü için kritik önemde. Çünkü sektörün atacağı her adım artık bu analizlerin doğruluğuna bağlı. Verilerle beslenen yapay zekanın etkin kullanımına dek uzanan

dijitalleşme adımları, müşteri hizmetindeki başarı ve yaratılan müşteri memnuniyetinin büyüklüğü ciroları da doğrudan etkiliyor. Bu nedenle veri analitiği sektörün öncelikli gündem maddelerinden biri haline geliyor. Bunun için perakende firmalarının müşteri yolculuğunu en iyi şekilde okuyabilecek ve takip edebilecek sistemlere sahip olması gerekiyor. Ancak bu yatırımlardan gelecek dönüşler her zaman doğru kestirilemediği için, bu Bilgi Teknolojileri altyapılarındaki dönüşüm yeterince hız kazanmıyor.

Ancak sektöre büyük fırsatlar sunan müşteri verileri başka bir ortak sorun da yaratıyor: Büyük verinin güvenliği. Müşteriler paylaştıkları kişisel verilerin korunduğundan, üçüncü partilerle paylaşılmadığından emin olmak istiyor ve bu güveni oluşturan sektör oyuncularından alışveriş yapmayı tercih ediyor.

Dünya perakendecilerinin diğer bir ortak konu başlığı ise yetenek yönetimi. Tüm dünyada yetenek yönetimi ile ilgili stratejilerin, karlılık üzerinde etkisi söz konusu. Müşterilerin artık iyi hizmetle yetinmediği, kişiye özel hizmet talep ettiği günümüzde, çalışan sadakati ve yetenek geliştirme programları büyük önem taşıyor.

Sektöre yenilikçi bakış açısı getirmeye yönelik hamleler, yükselen Y ve olgunlaşan Z kuşağı başta olmak üzere tüm müşteri segmentlerini ilgilendiren diğer bir konu. Yeniliğe ve hızlı dönüşüme öncülük eden perakendeciler, genellikle yeteneği de doğru yöneten, verilerini doğru analiz eden ve teknolojik yatırımlar konusunda herkesten önce davrananlar oluyor. Müşterisini anlayan, çalışanın rolünün farkında olan, tedarik zincirini doğru yöneten ve geleceği görebilen perakendeciler, kısaca “start-up” gibi düşünebilenler, başarılı perakende modelleriyle büyümeyi sürdürüyor.

Küresel perakende ve e-ticaret oranları

Dünya çapında perakende satışlarının, e-ticaret de dahil olmak üzere 2017 yıl sonunda 23.445 milyar dolar olarak gerçekleştiği tahmin ediliyor. E-ticaret sektörü her yıl, geleneksel perakende sektöründen yaklaşık yüzde 1 oranında pay alıyor. Perakende e-ticaret satışları 2017 yılsonunda dünya çapında 2.350 milyar dolara ulaşacak. Bu oran toplam perakende satışlarının yüzde 10,1'ini oluşturuyor. Bu noktada, küresel e-ticaretin toplam perakende satışları içerisindeki payı 2011 yılında yüzde 3,6 iken 2016'da bu oranın yüzde 8,7'ye yükseldiğini belirtmek gerekiyor.

Küresel e-ticaret satışlarının 2021 yılına kadar yıllık ortalama yüzde 20 artması ve 4.048 milyar dolara çıkması bekleniyor. Bu göz alıcı sonuçlarla birlikte e-ticaret sektörü de kendi içinde müşteriye sunduğu hizmet farklılıklarıyla dönüşüyor. Satın alınan ürünün aynı gün kargoya verilmesi bir norm haline geldi. Bazı ülkelerde online işlem yapan müşteri, aynı gün içinde istediği mağazadan ürünü uğrayıp teslim alabiliyor, aynı gün özel kurye gönderimi de seçenekler arasında yerini alıyor.

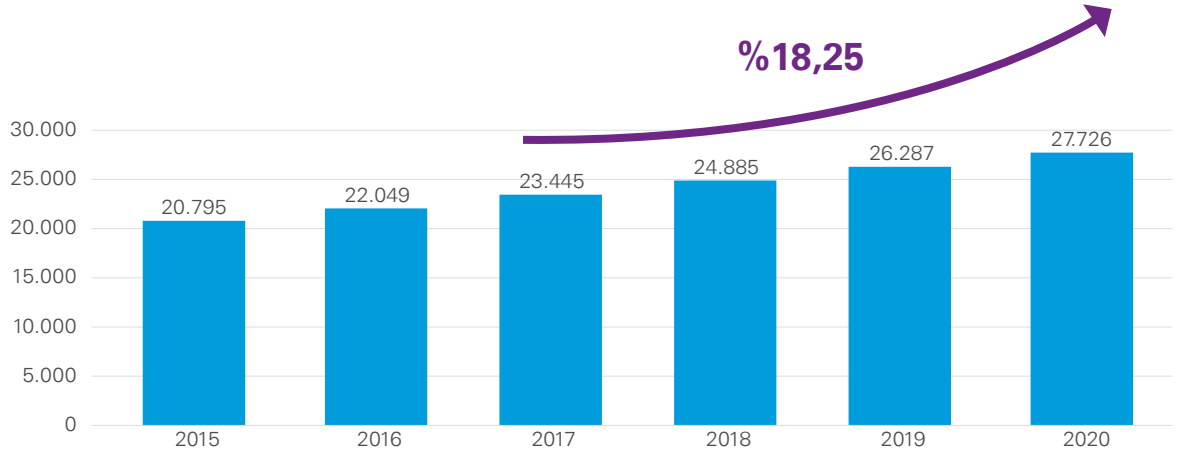
Bölgeleri incelediğimizde e-ticaretin en başarılı ülkesi Çin'de, 2012 yılında e-ticaretin toplam perakende içerisindeki payı yüzde 4 idi. Bu oran 4 yıl içinde yüzde 17 düzeyine geldi. 2020 yılına gelindiğinde ise Çin'in dünya e-ticaret hacminin yüzde 60'ını oluşturması bekleniyor.

ABD'de ise ülkenin en önemli geleneksel perakendecileri e-ticaret alanında da önemli yatırımlar yapıyor. ABD toplam e-ticaret satışlarının yüzde 79'unu yapan en büyük 25 firmanın 18'i, geleneksel perakendecilerden oluşuyor.

Rusya perakende sektörü de, tüketim hacmi ile dünya perakende ve e-ticaret sektörünün önemli oyuncularından biri. Türk perakendecilerin de en önemli yatırım noktalarından biri halinde olan Rusya, düşük kira maliyetlerinin de etkisiyle cazibe merkezi haline gelmişti. 2015 ve 2016'da ekonomik durgunluğun etkisiyle düşüş gösteren Rusya perakende ticaret hacmi, 2017 yılında durağan bir seyir izledi. Rus perakende pazarına yönelik tahminler, ekonomik toparlanma işaretlerine rağmen ülkenin 2014 yılındaki konumuna en erken 2020 yılında ulaşabileceğini gösteriyor.

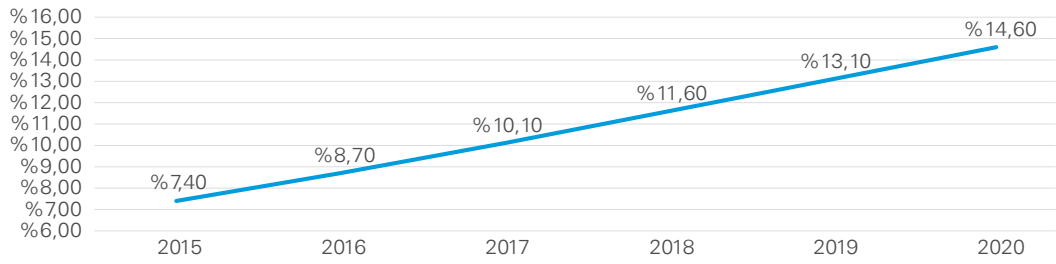


Dünya genelinde toplam perakende satışlar, 2015-2020 (milyar USD)



Kaynak: Worldwide Retail Ecommerce Sales: The eMarketer Forecast for 2020

Perakende satışların dünya çapında e-ticaret payı 2015-2020



Kaynak: Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E - Ticaret, TÜSİAD 2017



Türkiye Pazarı



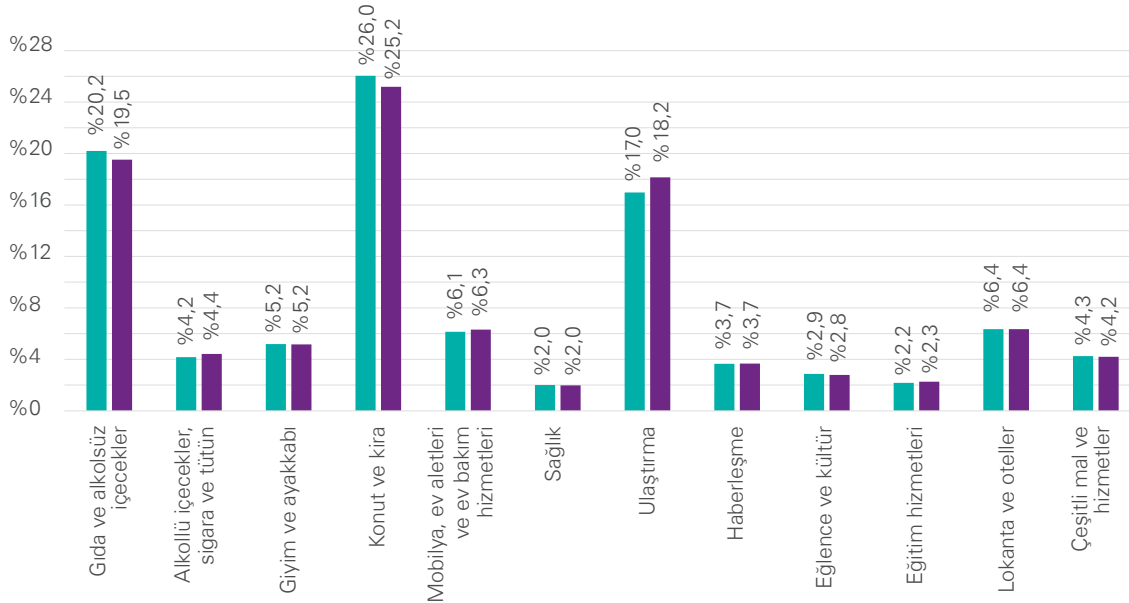


Hanehalkı tüketim harcamaları

2017 yılının Temmuz ayında yayınlanan 2016 hane halkı tüketim harcamaları verilerine bakıldığında, Türkiye genelinde yapılan tüketim harcamalarında en yüksek payın konut ve kira harcaması olduğu görülüyor. İkinci sırada ise gıda ve alkolsüz içecekler yer alıyor. Araştırma sonuçlarına göre, ulaştırma harcamalarının payı bir önceki yıla göre 1,2 puanlık artışla yüzde 17'den yüzde 18,2'ye yükseldi. Alkollü içecekler, sigara ve tütün grubunun payı

yüzde 4,2'den yüzde 4,4'e, mobilya ve ev eşyalarının payı yüzde 6,1'den yüzde 6,3'e, eğitim hizmetlerinin payı ise yüzde 2,2'den yüzde 2,3'e yükseldi. Türkiye genelinde toplam tüketim harcamalarında en düşük payı alan harcama grupları ise yüzde 2 ile sağlık ve yüzde 2,3 ile eğitim hizmetleri oldu. Giyim ve ayakkabı (%5,2), sağlık (%2), haberleşme (%3,7) ile lokanta ve otel (%6,4) harcamalarının payı ise 2016 yılında da değişmedi.

Toplam hanehalkı tüketim harcamasının türlerine göre dağılımı, Türkiye, 2015-2016



Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Tüketim Harcaması, 2016

■ 2015 ■ 2016

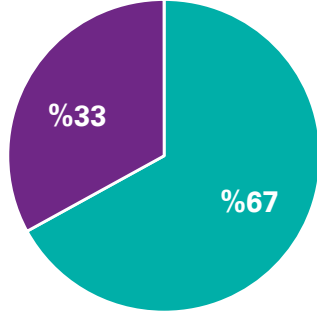
Genel görünüm

Türkiye perakende pazarının yaklaşık yüzde 67'sini geleneksel perakende, yüzde 33'ünü ise organize perakende oluşturuyor. Organize perakende pazarı özellikle son 20 yılda büyük bir sıçrama göstermiş olmasına rağmen, esnaflık geleneği binlerce yıla dayanan Türkiye'de geleneksel perakende hala önemini koruyor.

Ancak organize perakende sektörü büyüme ivmesini korurken, geleneksel sektörde düşüş

yaşanıyor. Bunun birkaç sebebi arasında; AVM yatırımlarında yaşanan büyük artış, geleneksel perakendenin içinde bulunduğu rekabet çıkmazı, tüketici davranışlarındaki değişim ve alışveriş alışkanlıklarını kökünden sarsan teknolojik gelişmeler sayılabilir. Bir başka önemli faktör de oldukça agresif büyüyen indirim marketlerinin, önemli buldukları lokasyonlarda satın alma veya devralma yolu ile geleneksel sektör aleyhinde büyüyor olmaları.

Toplam perakendecilik

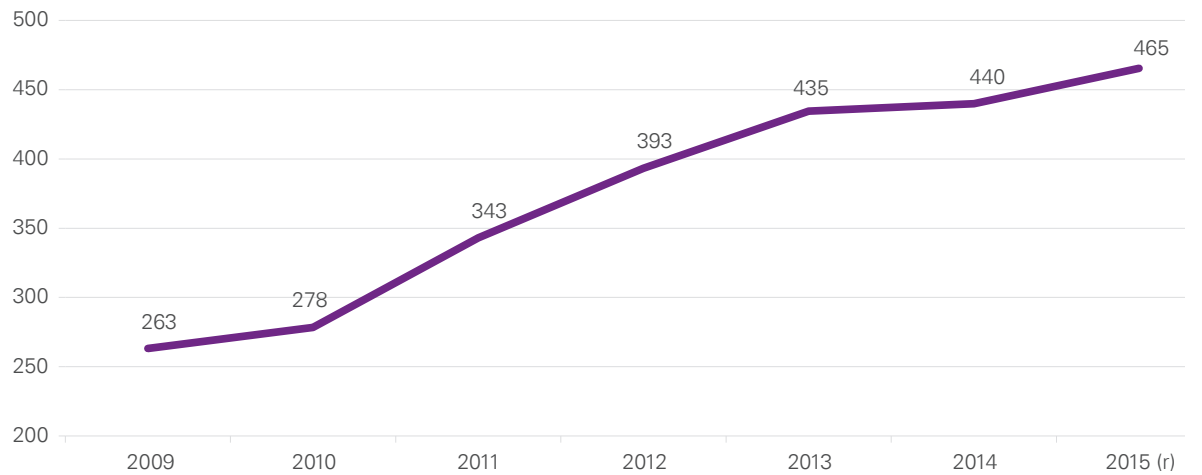


Kaynak: TAMPF

- Organize perakende
- Geleneksel perakende

Organize perakende sektörü son 10 yıllık süreçte birçok yabancı yatırımcıyı kaybetmiş olmasına rağmen, yerel yatırımcıların mağaza sayısı bazında sergilediği agresif büyümenin önemli katkısıyla, gelişimini sürdürdü. Ancak büyüme oranları, perakende sektörünün sıkıntılı bir dönemden geçiyor olduğu gerçeğini değiştirmiyor.

Perakende satış ciroları 2009-2015 (milyar TL)



Kaynak: TÜİK, Perakende Satış Endeksleri, Ağustos 2017

Mağaza, metrekare ve sepet verimlilikleri doğru analiz edilip, yatırımlar bu yönde planlanmadığı sürece sektör, içinde bulunduğu bu sıkıntılı durumu mevcut uygulamalarla aşamayacaktır. Lokasyon ne olursa olsun rakibin olduğu yerde mağaza açma eğilimi, yüksek kira artışları ve fiyat istikrarsızlıkları sonucunda nakit akışı problemleri artıyor. İndirim ve kampanya stratejilerinin tutarsızlığı, uzun vadeli nakit akışı ve müşteri sadakati sorunlarına yol açıyor.

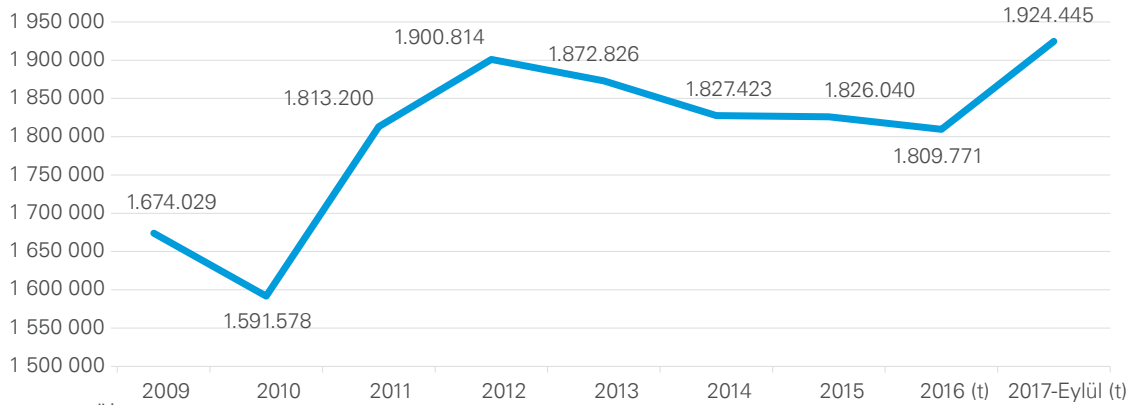
Ülkemizin son iki yıldır içinde bulunduğu sert jeopolitik ve makroekonomik koşulların 2017'de devam etmesi özellikle yerel organize perakende zincirlerin üzerindeki baskıyı artırdı. Döviz kurlarındaki değişkenlik ve faiz oranlarının yüksekliği, 2018'de de bu tablonun süreceğini gösteriyor. Özellikle yükselen döviz kurlarından dolayı artan kira ve ürün maliyetleri (ithalat bazlı perakendeciler için) bazı perakendecilerin verimsiz mağazalarını kapatmalarına neden oldu.

Ancak tüm bu gelişmelerin toplam perakende yatırımlarını durdurmadığını görüyoruz.

Hatta bu tablodan yararlanan yüksek indirim mağazacılığı, son 5 yılda büyük bir hızla büyüdü. Yüksek indirim mağazacılığı yapısında faaliyet gösteren marketler, A ve B sosyo ekonomik gruplarından da müşteri çekmeyi sürdürerek büyük bir ivme yakaladı. Mevcut mağaza sayıları incelendiğinde Türkiye perakende sektörünün en önemli 2 yüksek indirim perakende zinciri toplamda 13 binin üzerinde mağazayla tüketiciye ulaşıyor.

Yarattığı toplam istihdam bakımından tüm sektörler içerisinde ikinci sırayı alan perakende sektöründe çalışan devir oranları şirket verimliliğini en çok etkileyen faktörlerin başını çekiyor. TÜİK tarafından açıklanan resmi istatistikler, 2015 yılında perakende sektörü çalışan sayısının 1 milyon 826 kişi olduğunu gösteriyor. 2016 ve 2017 Eylül dönemine kadar olan perakende sektörü SGK değişim oranlarından yola çıkarak, 2016 yılında sektör istihdamı 1 milyon 810 kişi düzeyinde gerçekleşti. Perakendede istihdam edilen kişi sayısı 2017 yılı Eylül sonunda ise tahminen 1 milyon 925 bin kişiye ulaştı.

Perakende sektörü çalışan sayıları, 2009-2015



Kaynak: TÜİK

Yıllara göre değerlendirdiğimizde sektörün istihdam oranlarını artırdığını görebiliyoruz. Türkiye'deki mevcut işsizlik oranları ve genç nüfus dinamikleri, sektörün istihdam ihtiyaçlarını diğer sektörlerde oranla görece olarak daha rahat karşılamasına olanak tanıyor. Ancak sektör ekonomik belirsizlik ortamlarında, eğitim ve çalışan gelişimi yatırımlarını ve programlarını da durdurma eğiliminde. Bu eğilim hizmet kalitesini, devamında müşteri memnuniyetini doğrudan etkiliyor.

Perakende sektörünün ağırlıklı olarak asgari ücretli çalışanlardan oluşması devir hızını tetikleyen bir faktör. Perakende sektörü çalışan verimliliğinin artırılmasına yönelik formüller bir an önce uygulamaya geçirilmeli. Perakendecilik eğitiminin lise düzeyinde yaygınlaştırılması, ilgili üniversite bölümlerinin kapasite yetersizliği yüzünden açılmıyor olmasını engelleyebilir. İşsizlik oranının yüksek olduğu ve perakende alanında istihdam olanaklarının sürekli arttığı Türkiye'de, perakendeciliğin bir meslek olarak daha yaygın tanımlanması nitelikli iş gücü gereksinimini azaltacaktır.

Satış hacim endeksleri

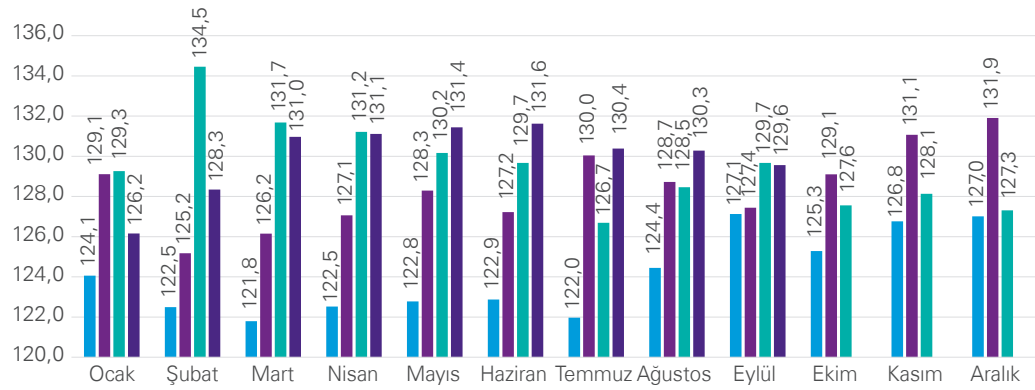
Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış sabit fiyatlarla perakende satış hacmi oranlarını dört yıllık bir tabloda bir araya getirdiğimizde, satışların yıllık ortalamada her yıl arttığını ancak ayları tek tek izlediğimizde çeşitli etkilere dayalı farklar yaşandığını görüyoruz. Örneğin 2016'nın üçüncü çeyreğinde yaşanan siyasal çalkantıların satışlara etkisi Temmuz ve Ağustos satışlarının 2015'e göre düşüklüğü ile belirgin bir biçimde görünüyor. Son 4 yılın en yüksek satış hacmine, 2016 Şubat ayında ulaşıldı.

2015 rakamları değerlendirildiğinde, satışların tüm aylarda 2014'e oranla yükseldiğini görüyoruz. 2016 yılına aynı yüksek satış eğilimi

ile girilmiş olmasına rağmen Temmuz ayından itibaren sektörün satış hızı düştü. Geçtiğimiz yıl, genellikle yılın en yüksek satışlarının yapıldığı Ekim, Kasım ve Aralık aylarında bile 2015 yılının ivmesi yakalanamadı. 2017 yılı Eylül ayına dek ortalamada 2016 yılına göre daha iyi bir satış performansı yakalandı. Bu performansta 2017 yılında, mobilya, beyaz eşya gibi ürünlerde uygulanan indirimli ÖTV, KDV oranlarının da payı var.

2017'nin Ekim, Kasım ve Aralık sonuçlarının da 2015'teki ivmesini yakalamasını ve 2018'e güçlü bir şekilde girmesini bekliyoruz.

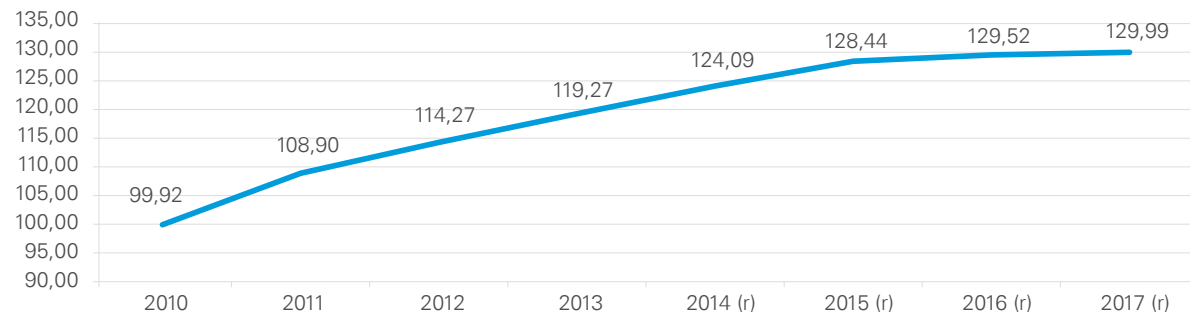
Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış perakende satış hacim endeksi aylık değişim (2014-2017)



Kaynak: TÜİK, Perakende Satış Endeksleri [2010=100]

■ 2014 (r) ■ 2015 (r) ■ 2016 (r) ■ 2017 (r)

Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış perakende satış hacim endeksi (2010-2017)



Kaynak: TÜİK, Perakende Satış Endeksleri [2010=100]

Ciro endeksi

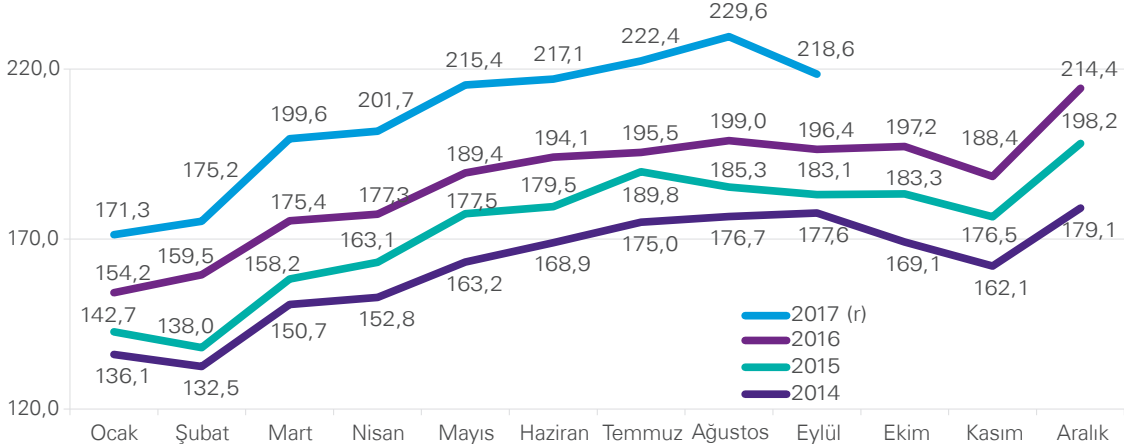
Takvim etkilerinden arındırılmış cari fiyatlarla 2017'nin hemen hemen tüm aylarında perakende ciro endeksi, bir önceki yıla göre artış gösterdi. 4 yıllık grafiği değerlendirdiğimizde ciro büyüme hızının yıllar ortalamasındaki artışını izleyebiliyoruz.

2017'ye, bir önceki yıla karşılaştırıldığında daha düşük bir satış hacmi ama daha yüksek bir ciro ile giren perakende sektörü, 2016'nın aynı dönemiyle karşılaştırıldığında yüzde 11 ciro büyümesi yakaladı. Düşük satış hacmi ve daha yüksek ciro, Şubat ve Mart aylarında devam etti. Sepet cirosunda görülen artış enflasyon etkisinden veya müşterilerin daha fiyatlı ürünleri tercih etmesinden kaynaklı olabilir. Yüksek

indirim marketlerinin fiyat politikalarından kaynaklı baskının, fiyat artışının belli ölçüde engellediği düşünülürse sepet cirosunun artması, müşterilerin daha fiyatlı ürünleri tercih etmiş olduğu sonucunu doğuruyor. Nisan ayında ciro, bir önceki yıla göre yine artış gösterdi ancak Mart ayına oranlandığında değişmedi. Mayıs ve Haziran ayı yıl geneline uygun, artışla devam etti. Temmuz ayında ise satış hacmi daha yüksek olduğu halde, ciroda yüzde 0.08'lik bir azalma oldu.

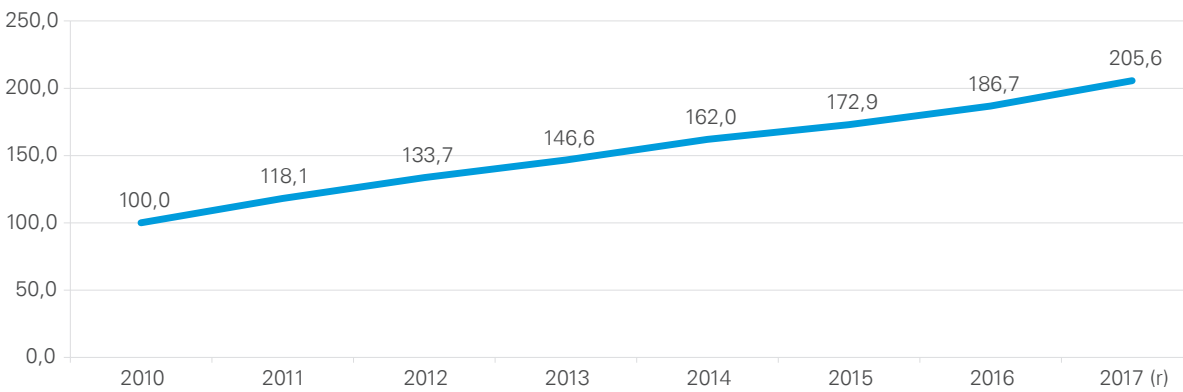
Ağustos ayında bayramın etkisi ile hem satış hacmini hem de ciro oranlarını yükselten perakende sektörü, okul sezonunun açılmasıyla birlikte yüksek sezona büyümeye girmiş oldu.

Perakende ciro endeksi - aylık değişim 2014-2017



Kaynak: TÜİK, Perakende Satış Endeksleri (2010=100)

Perakende ciro endeksi - yıllık değişim 2010-2017



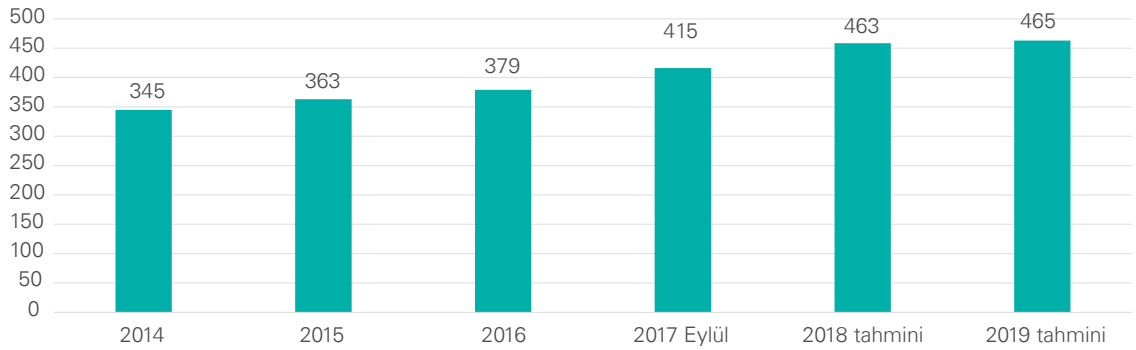
Kaynak: TÜİK, Perakende Satış Endeksleri (2010=100)

AVM sektörü

Ülkemizde 1995 yılında 12 olan AVM sayısı, 2016 yılına gelindiğinde 387'ye yükseldi. 2017 Eylül ayı itibarıyla 415 olan AVM sayısının ise yılsonunda 443'e, 2018'de 463'e, 2019'da 465'e yükselmesi bekleniyor. Bu gelişme, 1990'lı ve 2000'li yıllarda yaşanan hızlı büyüme ivmesinin, 2020'ye doğru yerini daha stabil bir çizgiye

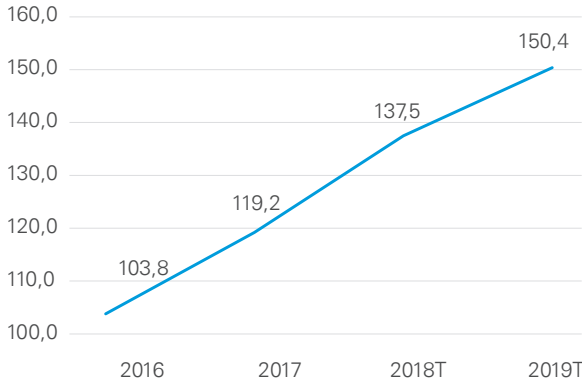
bırakacağını ortaya koyuyor. Arzdaki hızlı artış doluluk oranlarına yansımada ve 2017'de yeni açılan AVM'lerde doluluk oranları ancak yüzde 50 düzeyinde kaldı. Son 3 yıllık analizlere göre 2017 ve 2018 yıllarında adet bazında yıllık ortalama yüzde 15 olan büyüme oranı, 2019'da sadece yüzde 1 düzeyinde olacak.

Türkiye'deki AVM sayısı



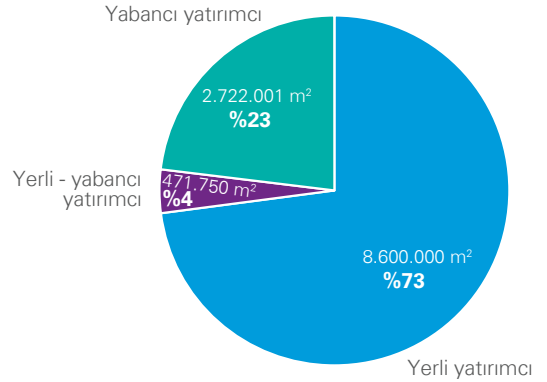
Kaynak: Eva GYD

Türkiye'deki AVM sektör cirosu (milyar TL)



Kaynak: Eva GYD

AVM yerli ve yabancı yatırımcı payları (Toplam 11.793.752 m2)



Türkiye genelinde AVM yatırımlarının yerli ve yabancı sermaye dağılımını incelediğimizde, yerli yatırımcılar alan bazında yaklaşık yüzde 73 payla ön sırada yer alıyor. Toplam 11,8 milyon m2 kiralanabilir alanın yaklaşık 8,6 milyon m2'sinde yerli yatırımcı bulunuyor. Yabancı sermayenin içinde bulunduğu kiralanabilir alan, toplam alanın yüzde 23'ünü kapsıyor.

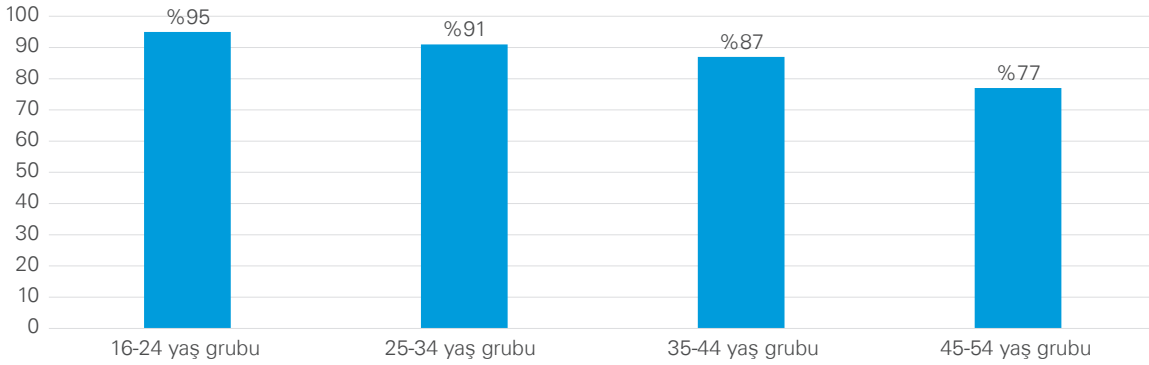
Geriye kalan yüzde 4'lük kısım ise yerli-yabancı yatırımcı ortak yapımı projelerden oluşuyor.

Önümüzdeki yıllarda planlanan AVM projelerinde de yerli yatırımcıların baskın rolü sürüyor. Bugüne kadar üretilmiş ve üretilecek projelerin toplamına bakıldığında yabancı sermayenin içinde bulunduğu kiralanabilir alanın payının yüzde 23'ten yüzde 19'a düşeceği görülüyor.

E-Ticaret sektörü

2017 rakamlarına göre Türkiye’de yaklaşık 48 milyon internet kullanıcısı bulunuyor. Yaş grupları incelendiğinde, 16-24 yaş grubunun yüzde 95’i, 25-34 yaş grubunun yüzde 91’i, 35-44 yaş grubunun yüzde 87’si ve 45-54 yaş grubunun ise yüzde 77’si günde en az bir kez çevrimiçi oluyor.

Türkiye internet kullanımı (günde en az bir kere çevrimiçi olan nüfus)



Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2017

Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması’nın 2017 verilerine göre internet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi veren ya da satın alan 16-74 yaş grubundaki bireylerin toplam internet kullanıcılarına oranı ise yüzde 24,9. Önceki yıl bu oran yüzde 20,9 idi. Bir yılda gerçekleşen yaklaşık yüzde 20’lik artışı kayda değer buluyoruz.

İnternet üzerinden alışveriş yapanların, 2016 yılı Nisan ile 2017 yılı Mart aylarını kapsayan 12 aylık dönemde yüzde 62,3’ü giyim ve spor malzemesi, yüzde 25,3’ü ev eşyası (mobilya, oyuncak, beyaz eşya, vb; tüketici elektroniği hariç), yüzde 24,1’i seyahat bileti, araç kiralama vb, yüzde 21,9’u gıda maddeleri ile günlük gereksinimler ve yüzde 19’u elektronik araçlar (cep telefonu, kamera, radyo, TV, DVD oynatıcı vb.) satın aldı.

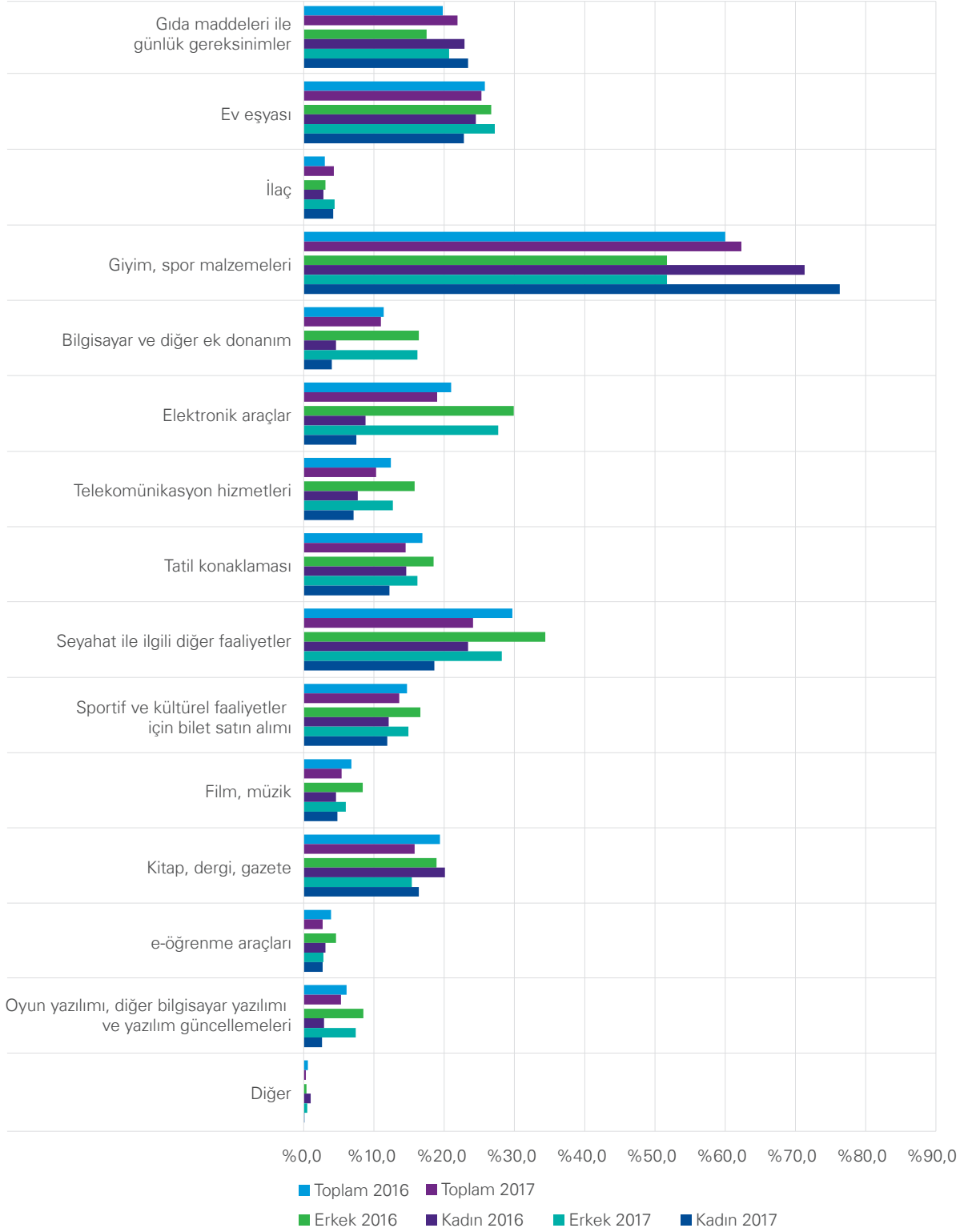
Mobil ödeme yöntemleri

Alışveriş eğilimleri değişirken ödeme sistemleri de bir dönüşüm geçiriyor. Tüketiciler, size göre ödeme yöntemlerindeki en iyi kullanıcı deneyimi hangisidir sorusuna, temassız ödeme yanıtını veriyor. Dünyada hızla yaygınlaşan temassız mobil ödeme sistemleri, basit tanımıyla şöyle çalışıyor; tüm mobil cihazların içerdiği NFC sistemi sayesinde, cep telefonunun POS cihazına yaklaştırılması sonrasında kullanıcı limit bilgileri de dahil olmak

üzere her türlü bilgisini görüyor, kullanmak istediği kartı seçiyor.

Türkiye’de her 4 terminalden ve her 3 karttan biri temassız işlem özelliğine sahip. Ancak temassız işlem adetleri henüz dünyadaki yaygınlığına ulaşmış değil. Türkiye’de temassız mobil ödeme deneyimi sunan 6 banka, müşteri deneyimi ile ilgili geri bildirimlerin olumlu olduğu yönünde görüş bildiriyor.

İnternet üzerinden alışveriş yapan bireylerin sipariş verdikleri ya da satın aldıkları aldıkları mal ve hizmet türleri, 2016-2017 (yüzde)



Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2017

Bugünün tablosu bize, Türkiye'deki organize perakende cirosunun yüzde 97'sini ve sektör istihdamının yüzde 99'unu gerçekleştiren perakende oyuncularının, toplam e-ticaret cirosunun sadece yüzde 30'unu gerçekleştirdiğini gösteriyor. Sadece online perakendecilerin e-ticaret sektöründeki payı ise yüzde 70. Temelinde birer teknoloji şirketi

olan sadece online perakendeciler, geleneksel perakende oyuncularını e-ticaret alanında oldukça geride bırakmış görünüyor. Bu oranlar bize perakende sektörü oyuncularının e-ticaret yatırımlarını bir an önce gündeme getirmeleri ve tamamlamaları, hatta sosyal ticaret alanında yatırım yapmaları gerektiğini söylüyor.

Türkiye'de e-ticaret oranları (yüzde)



Kaynak: TÜSİAD

■ E-ticaret payı ■ Toplam perakende hacmi payı

Geleneksel mağazaların daha etkin müşteri iletişimine geçmeleri, online satış stratejilerini daha net ortaya koymaları ve var olan müşterilerine online alanda da sahip çıkmaları gerekiyor. Omnichannel yöntemleri kullanmak konusunda büyük eksikler var. Oysa tüm dünya en iyi müşterinin mevcut müşteri olduğu gerçeğiyle, önce kendi müşterisini korumak yönünde bir gelişim gösteriyor.

Müşterinin satın alma yolculuğunu doğru analiz etmek önemli. Bugün, kimlik gizliliği ihlal edilmeden mağazadan giren her müşterinin mağazanın içindeki adımlarını analiz eden, kamera ve sensörlerle, incelediği ürün detayında bilgi toplayabilen teknolojiler mevcut.

Perakende sektörü bu teknolojik fırsatların anlık değerlendirilebileceği bir dinamiğe sahip olmanın avantajlarını, teknolojiye daha yakın durarak artırabilir. Online ticaretin olmazsa olmazı mobil teknolojiler yapılacak tüm yatırımlarda öncelikli olarak değerlendirilmeli.

Tüketicinin büyük ve yatay dağılımlı sanal pazarlardan dikey pazarlara eğilimi, fiziksel perakendecilikte olduğu gibi online perakendecilikte de izleniyor. E-ticareti bir maliyet azaltma yöntemi olarak değil, sürekli yatırım yapılarak geliştirilmesi gereken yeni bir kar merkezi olarak değerlendirmek daha doğru olacak.

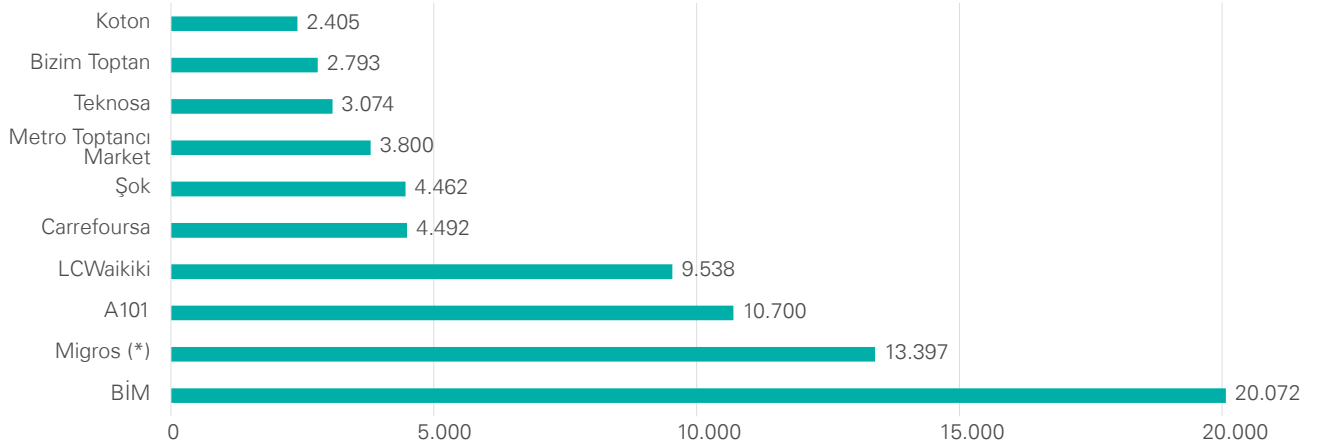
Önemli sektör oyuncularını

Türkiye perakende sektörünün en önemli oyuncularını artık yüksek indirim marketlerinden oluşuyor. Tüketicinin talepleri ve harcanabilir geliri, sektörün kurallarının yeniden yazılmasına neden oluyor. Büyük metrekarelere ödenen yüksek kiralar, yüksek indirim marketlerinin etkin rekabetçiliğı ve giderek yoğunlaşan fiyat rekabeti, organize perakende sektörünün geleneksel temsilcilerini daha küçük formatlara, gurme ve butik market konseptlerine yöneltiyor.

Türkiye'nin en büyük 10 perakendecisi sıralamasında yüksek indirim marketlerinin ağırlığı ve sektörde geldikleri nokta açıkça görülüyor. En büyük iki yüksek indirim

mağazasının 2017 Kasım ayındaki mağaza sayıları toplam 13 bin oldu ve istihdam ettikleri kişi sayısı 80 bini aştı. BİM, çok düşük kar marjları ve kararlılıkla uygulanan özgün mağaza formatıyla sadece Türkiye'de değil, yurt dışında büyüyor. Migros, farklı formatlardaki satış noktalarının ve satın alma sonrası Tesco Kipa toplamıyla ikinci sırada yer alıyor. A101 ise Türkiye'nin en yüksek satış noktasına sahip zinciri unvanıyla 3. sırada bulunuyor. Listeye Şok ve Carrefoursa dışında iki toptancı market girdi. Listedeki tek teknoloji marketi mağaza sayısını 2017'de 210'a çıkaran Teknosa oldu. Giyim perakendecilerinden ilk 10 listesine 4. sıradan LCWaikiki ve 10. sıradan Koton dahil oldu.

2016 yıl sonu satış hacimlerine göre Türkiye'nin en büyük perakendecileri (milyon TL)



Kaynak: Fortune, Capital (*) Tesco Kipa satın alma sonrası rakam.

Yabancı yatırımlar

Türkiye genç ve dinamik nüfusu ile perakendecilik alanında gösterdiği performansla son 10 yıldır yabancı yatırımcıların öncelikli pazarlarından biri konumundaydı. Sektörün son iki yıldır bu konumundan uzaklaştığını gözlemliyoruz. Türk markalarıyla rekabetin zorlaşması, yabancı perakendecilerin Türk pazarından çıkması sonucunu doğuruyor. Hollandalı giyim zinciri C&A, İngiliz River Island ve Top Shop, Alman kozmetik zinciri Douglas, Kanadalı iç giyim markası La Senza Türkiye yatırımlarını sonlandırdı. Son olarak İngiliz Debenhams da Türkiye'den çıkma kararı aldı.

Yabancı markaların Türkiye'den çıkma kararlarının genellikle iki sebebi olduğunu görüyoruz. Öncelikle Türkiye'de üretim yaptıracak kapasiteye ulaşamayan markalar yerel markalarla rekabet edemiyor. Fast fashion anlayışı içinde yerel mağazalar 15 günde vitrinlerini yenilerken, ithal malların gümrük süreçleri yabancı markalara aynı hızda ürün yenileme izni vermiyor. İkinci olarak gümrük vergisi yüklerinin maliyetleri artırması, kira giderleriyle birlikte sabit maliyetlerin karlılığı engellemesi yabancı markaların rekabetçiliğine zarar veriyor.

Ancak olumsuz koşullara rağmen perakende sektörü için 2017 yılı önemli yatırımların ve ortaklıkların gerçekleştiği bir sene oldu. Boyner'in Katarlı ortağı Mayhoola for Investment, Türkiye'deki yatırımını artırdı. Katarlı fon, Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları şirketindeki hissesini 12 puan daha artırarak payını yüzde 42,68'e çıkardı.

Yabancı yatırımlar konusundaki kuşkusuz en önemli haber, Amazon'un Türkiye'ye girme kararı oldu. Geçtiğimiz yıl Türkçe hizmete ve binlerce üründe ücretsiz kargo imkanı sunmaya başlayan Amazon'un Türkiye'de hizmete gireceği tarih Temmuz 2018 olarak belirtildi.

Son dönemin en önemli halka arzlarından biri olan Mavi Giyim hisselerinin yüzde 74'ü yurtdışı kurumsal yatırımcılar tarafından alındı. En büyük satın almalar yüzde 10,11 ile Temasek Holdings Limited ile ünlü yatırımcı Mark Mobius'un yönetici olduğu Templeton Fon'dan geldi. Onları yüzde 8,84 pay ile Universities ve yüzde 7,58 ile Carrhae Capital, Charlemagne Capital ve Neuberger Berman takip etti. Abu Dhabi INV Authority (Adia) ise satışa çıkan hisselerin yüzde 6,53'ünü aldı.

Türkiye genelinde 500 mağaza ile hizmet veren kişisel bakım ürünleri perakendecisi Gratis, Actera Group ile ortaklık sözleşmesi imzaladı. Yapılan ortak açıklamada hisse oranı veya fiyata ilişkin bir bilgi yer almıyor. İki şirketin ortaklıkla birlikte tarafların Gratis'in ulusal ve uluslararası pazarlarda gelişimi için birlikte çalışacağı belirtildi.

Türkiye'ye Süzer Grubu şirketlerinden Turkent A.Ş tarafından getirilen ve 2013 yılında işletme hakları esas sahibi ABD'li Yum Brands'e satılan KFC Türkiye, bu yılın Temmuz ayında özel sermaye fonu Abraaj Group'a satıldı.

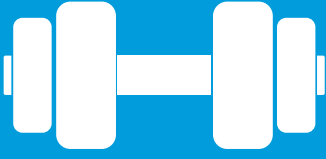
DP Eurasia (Domino's Türkiye, Rusya, Azerbaycan, Gürcistan) Temmuz 2017'de hisselerinin çoğunluğunu 370 milyon dolar değerle London Stock Exchange'de halka açtı. DP Eurasia böylece, Londra Borsası'nda Premium Listing kapsamında işlem gören ve operasyonlarının çoğunluğu Türkiye'de olan ilk şirket oldu.

Ayrıca 2016 yılında başlayan Tesco Kipa satışı, Şubat 2017'de Rekabet Kurulu'nun resmi onayıyla tamamlandı. Böylece Tesco, Türkiye'deki iştiraki olan Tesco Kipa'nın yüzde 95,5 hissesini Migros Ticaret'e resmen satmış oldu.

Perakende sektörü durum analizi

Perakende sektöründeki fırsat ve tehditleri değerlendirirken, sektörü geleneksel, organize, gıda ve gıda dışı kategorilerinin tamamı için analiz edeceğiz. Gıda ve gıda dışı eğilimlerde, ekonomik gelişmeler ışığında farklılıklar yaşansa da, sektör; tüketici eğilimleri, karlılık ve büyüme gibi temel ortak parametrelerle değerlendirilmiş olacak.

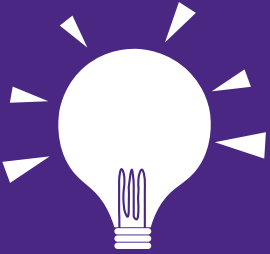




Güçlü yönler

- İç pazarın büyüklüğü, nüfusun yüksekliği, özellikle Avrupa ile karşılaştırıldığında genç ve dinamik olması.
- Türk yönetim ekiplerinin kriz yönetmek konusundaki becerilerinin, değişim dirençlerinin ve yeni koşullara adaptasyon yeteneklerinin yüksek olması.
- E-ticaret ve dijitalleşme hızı.
- Rusya, Ortadoğu ve Afrika bölgelerinde yatırım fırsatları.
- Tekstil alanında rekabetçi üretim maliyetlerine ulaşıyor olması.
- ‘Türk Mali’ imajının oluşturulma çabaları sonrasında alınan başarılı yol.
- Yüksek indirim marketlerinin uyguladığı formatın yurt dışında da rağbet görmesi.
- Lojistik sektöründeki büyüme ve başarı grafiğinin yüksek olması.

Fırsatlar



- Perakende sektörü, teknolojiyi en iyi anlayan, yönlendiren, yöneten ve kullanan kuşaklar olan Y ve Z kuşağının davranışlarına göre şekilleniyor. Hala zaman varken teknolojinin olanaklarını tüketiciye ulaşmak ve deneyimi geliştirmek için etkin kullanmak, sektörün önündeki en önemli fırsat olarak görülüyor.
- E-ticaret alanında büyük fırsatlar dönemi devam ediyor. İnternet tüketicisi sayısının hala düşük bir düzeyde seyretmesi, ulaşılacak çok büyük bir potansiyel müşteri kitlesi olduğunu gösteriyor.
- E-ticaret alanında yapılacak yatırımlar perakendecilerin operasyonel maliyetlerini düşürmek açısından da bir fırsat yaratıyor.
- Müşteriye özel hizmetler yapılandırmak, fiziksel veya sanal mağazadan içeri giren her bir müşteriye “mükemmel alışveriş deneyimi” yaşatmak, perakende sektöründe hala tam olarak değerlendirilmemiş bir fırsat.
- Müşteri yüksek indirim marketlerine girerken beklentilerini fiyat düzeyine çekiyor. Hizmete değil fiyata odaklanıyor. Buna rağmen kaliteli ve özel bir servis alması, müşteri sadakatini artırmak için önemli bir fırsat.
- Müşteri sadakatini artırmak için çalışan sadakatini oluşturmuş olmak çok önemli. Çalışan sirkülasyonunun oldukça yüksek seyrettiği perakende sektöründe, çalışana yönelik tüm yatırımlar geleceğe yönelik bir fırsat barındırıyor.
- Nitelikli işgücü ve sirkülasyon sorunlarına karşılık, nüfus demografisi iş gücü havuzunun yeterli olmasını sağlıyor.
- Sektörün verimlilik kavramını daha ciddi olarak sorgulamaya başladığı son yıllarda agresif büyüme stratejisi yerine özellikli ürün ve hizmetlerde rekabet şansını yükseltme eğilimine girmek önem taşıyor.
- Metrekare ve sepet verimliliğini artırmaya yönelik çalışmaların, tüm kategorilerde faydaya dönüşmesi sektör için önemli bir fırsat.
- Tüm AVM’lerde olmak değil, doğru lokasyonda ve doğru yapılandırılmış AVM’lerde olmak uzun vadeli yatırımlar için önemli bir fırsat.
- Türk markalarının yurt dışı itibarları, özellikle çevre pazarlarda çok yüksek. Bu itibarın verdiği güçle yeni pazarlara açılmak sektör için hala önemli bir fırsat.
- Türkiye’nin coğrafi konumu yakın coğrafyadaki tüketicilerin Türkiye’deki alışveriş olanaklarına kolay erişimini sağlıyor.
- Markalaşma çalışmalarında hız kazanan perakendecilerin örnek alınması ve marka yatırımlarının yapılması fırsatları da beraberinde getiriyor.
- Gıda perakendecileri daha bilinçli hale gelen tüketiciyi izleyerek, sağlıklı ürünler, hızlı tüketilebilen küçük paketler gibi çözümler üretiyor. Böylece özellikle çalışanların günlük alışverişi hızlandırılabilir.
- Doğru strateji ile hayata geçirilen Private Label uygulamaları sayesinde tüketicinin bu alandaki güveni arttı, Private Label ürünler perakendeciler için yüksek karlılık fırsatı yaratıyor.
- Yurt dışında mağaza açan Türk markalarının mağaza kiralarnın, pazarlama ve tanıtım harcamalarının yüzde 50’sini karşılayan Turquality destekleri de sektör oyuncularını için fırsatlar yaratıyor.



Zayıf yönler

- Türk Lirası'nın değer kaybetmesinin tüketicinin alım gücünü düşürmesi.
- Türkiye'nin birincil bir aktör olarak da içinde olduğu jeopolitik çatışma ortamının, tüketici güvenliğini zayıflatması.
- İthalatı daraltıcı etki yapan ticaret politikası önlemlerinin yabancı yatırımcıların motivasyonunu kırması.
- Nitelikli iş gücü eksikliği ve sektörde bu eksikliğı gidermeye yönelik çalışmaların oldukça düşük düzeyde kalması.
- Mağaza kiralarının yüksek seviyede olması.
- Enflasyon artışının ciro artışından daha yüksek olması.
- Cep telefonu ve beyaz eşyadaki taksit yasağı ve sınırlamasına, 2016 yılında gıda ve kozmetikte taksit yasağı eklenmesinin sektör üzerindeki olumsuz etkisi.



Tehditler

- Yükselme eğilimindeki enflasyon oranları, bankaların uyguladığı yüksek faizler, dalgalı döviz kurları ve yüksek cari açıktan dolayı devletin tüketimi azaltıp tasarrufları artırma yönünde politika izleme ihtimali sektörün önündeki en önemli tehditleri oluşturuyor.
- Tüketici güvenindeki bozulma, güvenlik kaygıları, sürekli hale gelen siyasi ve jeopolitik stres ortamı sektörü etkiliyor.
- Turizm sektöründe yaşanan kayıplar perakende sektörünü olumsuz etkilemeye devam ediyor.
- Doğru lokasyonda bulunma eğilimi iyi perakendecilerin, iyi lokasyona erişimini daha zor ve maliyetli bir hale getiriyor.
- Ciro artışı olmasına rağmen karlılık oranları her yıl düşüyor. Bunda yüksek rekabet koşullarının etkisi var. Maliyet artışlarını müşteriye yansıtmak çok kolay değil. Bu durum karlılığı genel olarak negatif etkiliyor.
- Sektöre hala ilgi var ancak yabancı yatırımcı eski motivasyonuna sahip değil. Yabancı yatırımcıların bir kısmının Türkiye pazarından çıkmış olması, gelecekte Türkiye'ye yönelmesi muhtemel yatırım fırsatlarını tehlikeye atıyor.
- Organize perakende sektörünün yüksek ve dövize bağlı dış borcu tehditler arasında yer alıyor.
- E-ticaretin yükselişi, bu alana giriş yapmakta geciken perakendeciler için bir risk oluşturuyor.
- Perakende sektörünün en önemli değer kaynağı insan olmasına rağmen perakendeciliğin hala tanımlı bir meslek grubu olarak kabul edilmemesi, lise ve sonrasındaki eğitim olanaklarının kısıtlı oluşu çalışan gelişimi ve sektörün büyümesi önünde çok önemli bir engel olarak karşımıza çıkıyor.
- Jeopolitik gerilimler, 'Türk Malı' imajına zarar verebiliyor.
- Yurt dışından alışveriş Türkiye'de yaygınlaşmaya başladı. E-ticaret kullanıcıları özellikle Çin'den çok uygun fiyatlarla ürün temin edebiliyor. Geçtiğimiz sene yurtdışından yapılan alışverişlerdeki 75 euro sınırının 30 euro sınırı çekilmesinin haksız rekabeti önleyici bir etkisi var ama iç pazar için yurtdışı alışverişin artması bir tehdit.

Sosyal Ticarete Dikkat

S-Ticaret olarak da adlandırılan sosyal ticaret de online ticaretin içinde kendisine hızla yer açıyor. 2014'ten beri alternatif bir mecra olarak reklam harcamalarında yer alan sosyal medya, perakende satış kanalı olarak 2018'de büyüyecek. Perakendecilerin bu alanda yatırım yapmaları ve büyümeleri bekleniyor. Önemli sosyal medya platformları sosyal ticaret alanındaki yatırımlarını tamamladı veya tamamlamak üzere. Şu anda sosyal alışveriş yapan kişi oranı bütünün küçük bir parçası ama S-ticaretin en küçük detayının bile ölçümlenebilir olması, büyük veri yaratılıp analiz edilmesi ve müşteri davranışlarının dijital olarak belirlenebilmesi, S-ticaretin en büyük avantajları arasında yer alıyor. Araştırmalar dünya genelinde toplam sosyal ticaret büyüklüğünün 2011'de 5 milyar dolar iken, 2015'de 30 milyar dolara yükseldiğini gösteriyor. Bu yükselişin eksponansiyel olarak devam edeceğini öngörüyoruz.



Projeksiyonu

Perakende sektörünün 2018 yılında ciro artışını sürdürmesini bekliyoruz. Artan e-ticaret hacmi, yüksek indirim marketlerinin alışveriş alışkanlıklarını değiştirerek en küçük ilçelere kadar yayılma politikası, indirim ve kampanyalarının sürekliliği, fiyatların ve marka çeşitliliğinin alım gücüne göre düzenlenmesi gibi etkilerin perakendedeki satış başarısını olumlu etkileyeceğini düşünüyoruz.

Ayrıca OVP ile hedeflenen yüksek büyüme ve kişi başı milli gelirdeki artış beklentisi, perakende harcamalarında artışa sebep olacaktır.

Yerel marketlerin el değiştirme hızının 2018'de artacağı öngörülüyor. Büyük yerel marketler daha küçük ölçekli yerel oyuncuları satın alırken, ulusal zincirler de özellikle ekonomik zorluk yaşayan yerel zincirleri değerlendiriyor.

Kentsel dönüşüm sayesinde işlek caddelerde oluşan potansiyel yeni mağaza alanları, cadde mağazacılığına eski hızını kazandırabilir. Caddelerin de AVM mantığıyla yönetilmesi sayesinde mağaza verimlilikleri artabilir. Bu amaçla sektör yatırım ve gayrimenkul uzmanları ile daha yakın çalışmalı.

Gerek giyim alanında gerekse gıda alanında tüketicinin en önemli kriterinin fiyat olduğu mağazalar kategorisel cirolarıyla belirgin bir hal aldı. Yüksek indirim marketlerinin büyüme eğrisinin benzeri, aynı tarz tekstil perakendeciliğinde de devam edecek.

Ayrıca yurtdışında uygulanan ve tüketicilerin yoğun ilgi gösterdiği Black Friday, Cyber Monday gibi uygulamalar Türkiye'de hızla yayılıyor ve sektördeki hareketliliği artırıyor.

Büyük veri, perakendecilikte müşteri ilişkileri yönetimi uygulamalarının başladığı ilk dönemlerden beri sektörün gündeminde yer alıyor. Büyük verinin etkin kullanımı perakendecilik için çok önemli bir başarı ölçütü olacak.

Mobil alışveriş ise büyümeye devam ediyor. Yapılan çalışmalar, akıllı telefonlarla perakende şirketlerinin internet sitelerine yapılan ziyaretlerin önemli ölçüde arttığını gösteriyor. 2018 yılında dünya genelinde internet alışverişlerinin yüzde 65'i akıllı telefonlar aracılığıyla yapılabilir.

Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) uygulamaları tüm müşteri deneyimini dijitalleştiriyor. Bu teknolojiler perakende dünyasının yıkıcı güçleri olarak görülüyor. Ayrıca, ileriye dönük analizler perakendecilerin kullanacağı en etkin araç olarak değerlendiriliyor. 2018 perakendeciler için dijitalleşme hızının artacağı bir yıl olacak.

Son olarak müşteri deneyimini mükemmelleştirmek, özel ürün ve hizmetlerle farklılaşmak 2018'de de perakendecilerin en önemli başlıklarından biri olacak.



Telekomünikasyon

Sektörel Bakış

2018

kpmg.com.tr



Dünyada ve Türkiye’de eğilimler

Dünyadaki tüm sektörlerin teknoloji altyapılarını geliştirmelerini ve müşteri deneyimini kusursuz hale getirebilmeleri, rekabet edebilmelerinin çok önemli bir ön koşulu olarak ortaya çıktı. Telekomünikasyon sektörü için teknoloji ise, var olmanın tek koşulu. Teknolojik altyapı ve hizmet kalitesi, telekomünikasyon sektörünün tüm zamanlardaki önceliği olarak ana başlığı oluşturuyor.

Örneğin ağ bağlantısı düne kadar sadece bir “problem” idi; bugün ise insan yaşamı üzerinde tehlike yaratabilecek bir öneme sahip. Süreç henüz tamamlanmamış olabilir ama çok yakın bir gelecekte her şeyin ve herkesin birbirine bağlantılı hale geleceğini görebiliyoruz.

Kaliteli bir bağlantı altyapısı, yaşamın kesintisiz ve tehlikesiz sürmesini sağlayacak ana faktör. Giderek artan ağ trafiği ve birbirine bağlı cihaz sayısı, telekomünikasyon sektörünün tüm sektörlerin önünde olmasını gerektiriyor. Gerekli hızı ve bant genişliğini sağlamak, ağlarını 5G teknolojisine yükseltmek, tüm bu yatırımlarla eş zamanlı olarak müşteri sayılarını korumak ve en iyi müşteri deneyiminden taviz vermemek telekomünikasyon sektörünün ilk adımları olmalı. Yatırımlar müşteri deneyimini, müşteri deneyimi ise pazar paylarını doğrudan etkiliyor.

Nesnelerin İnterneti işte bu noktada devreye giriyor. Telekomünikasyon şirketleri, çok geniş bir alana yayılan ulusal ve bölgesel ağları sürekli izleyerek bilgi almak, oluşan problemleri raporlamak, çözmek, insanlara bağlı bakım ve onarım maliyetlerini düşürmek için Nesnelerin İnternetinden faydalanmak zorunda.

Tüm dünyanın odağında olan büyük verinin ise, telekomünikasyon şirketleri için farklı bir anlamı var. Üstelik büyük verinin önemli bir kısmının oluşumunu, telekomünikasyon sektörünün sağladığını belirtmek gerekiyor. Müşterinin kişisel verilerini bir kenara koyacak olursak, telekomünikasyon kuleleri ve mobil ağların sistem günlükleri, vakalar ve performans ölçümleri gibi, ağ operasyonunun ürettiği dev veri kaynaklarına sahipler. Telekomünikasyon sektörü oyuncularının ellerindeki değerli veriyi kullanmalarının zamanı geldi.

Telekomünikasyon sektörünü yarına taşıyacak olan çözümlerin tamamı, bu verinin titizlikle analiz edilerek sisteme dahil edilebilmesine bağlı. Mobil teknolojiler, bulut teknoloji, Nesnelerin İnterneti, yapay zeka, dijital ödemeler ve tüm yenilikçi çözümlerin temelinde büyük verinin analizi bulunuyor.

Bu nedenle telekomünikasyon sektörünün geleneksel düşünme lüksü yok. Tüm dünyanın birbirine bağlanacağı vizyonda, jeopolitik karmaşa ortamının da etkisiyle ortaya çıkan siber güvenlik endişeleri kritik bir öneme sahip. Telekomünikasyon şirketleri, ağları üzerinden gerçekleşen kişisel, ticari ve resmi bağlantıların tamamında sorumluluk sahibi konumunda bulunuyor. E-devlet uygulamaları, bankacılık sistemleri, birbiriyle konuşan tıbbi cihazlar, dijital üretim sistemleri, bağlanabilirlik teknolojisi barındıran araçlardan söz edilen geleceğin ortamında, ağların güvenliğini sağlamak, olası sızıntı ve saldırılara karşı dayanıklı ağlar

oluşturmak, sorunlara hızla müdahale etmek ve gerekli savunma yöntemleri geliştirmek telekomünikasyon şirketi altyapılarından beklenen özellikler arasında yer alıyor.

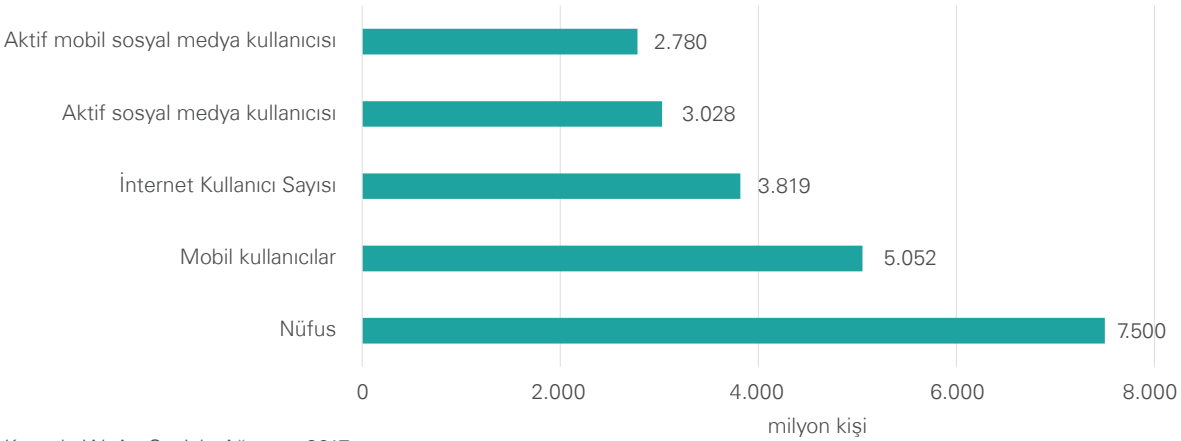
Bunların yanında pazarlama iletişim cümleleri de değişiyor; hız, kolaylık, müşteri memnuniyeti ve ileri düzey bir deneyimin ötesi gerekiyor; güvenlik. Çünkü birbirine bağlı yeni dünyada güvenlik, insan hayatının da dahil olduğu riskleri önlemek anlamına geliyor. Ve bu bağlamda önem kazanan kriz çözme becerisi değil, krizleri öngörerek önleme becerisinin gelişimi olarak ortaya çıkıyor.

Tüm bu başlıkların ortak noktasında ise kurumsal kültür yer alıyor. Bu nedenle telekomünikasyon sektör oyuncularının kurumsal kültürlerini öncelikli olarak masaya yatırmaları gerekiyor. Büyük veriyi, yapay zekayı, Nesnelerin İnternetini, daha güvenli ağları, mükemmel müşteri deneyimini inşa edecek olan bu kültürü oluşturan liderler

ve çalışanlar. Kodlama öğrenim yaşının ilkökul düzeyine indiği bugünler, yarının habercisi. Robotik teknolojiler, iş gücüne yönelik bir tehdit olarak görünüyor olabilir ama henüz tanımlanmamış binlerce yeni mesleğin oluşmasında büyük rol oynayacak. Telekomünikasyon şirketlerinin yüzünü dönmesi gereken taraf bu.

Hemen tüm sektörlerin, ülkelerin, kurumların ağ ihtiyaçları artıyor. Minimumda düşünürsek, 2018 yılı dünya insanı, görsel iletişime odaklı, fotoğraf ve video çekiyor, indiriyor, değiştiriyor, zenginleştiriyor ve paylaşıyor. Popüler fotoğraf paylaşım sitesi Instagram 800 milyondan fazla aktif kullanıcıya sahip. Yüklenen fotoğraf ve video sayısı günde 100 milyonun üzerinde. Video içerik görüntüleme sayısı, normal paylaşımlardan 5 kat daha fazla. Bu eğilimler, dünyanın, indirme hızını saniyede 10 GB'a taşımaya beklenen 5G teknolojisine çoktan hazır olduğunu bize net olarak gösteriyor.

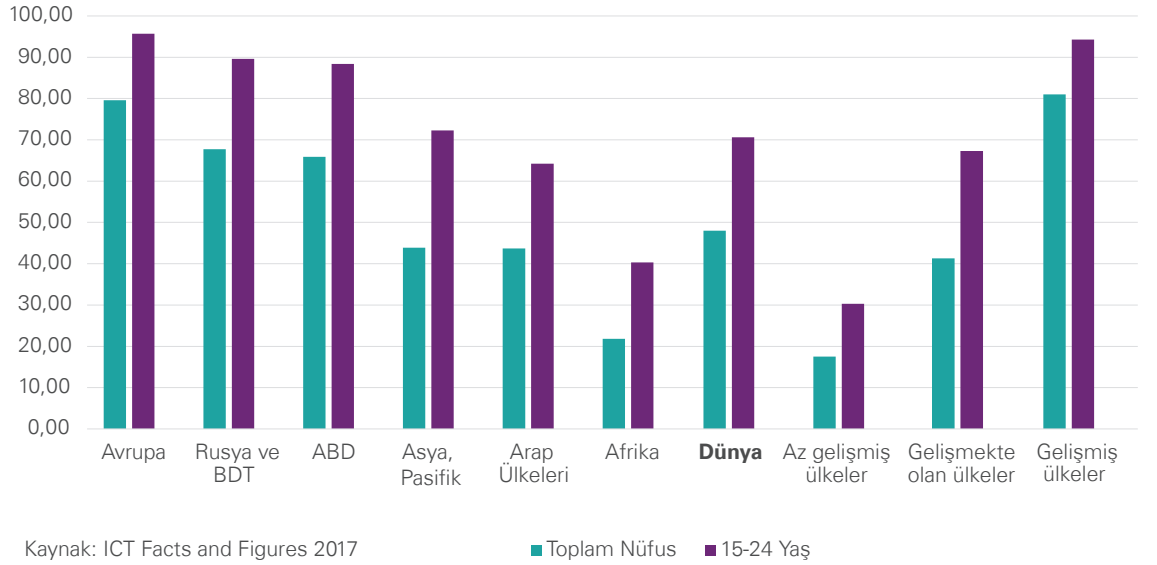
Dünyanın dijital görünümü – Ağustos 2017



Dünyada telekomünikasyon sektörü

Dünyanın bağlantı haritasını incelediğimizde 104 ülkede, genç nüfusun yüzde 80'den fazlasının online olduğunu görüyoruz. Gelişmiş ülkelerde 15-24 aralığındaki nüfusun internet kullanımı yüzde 94, gelişmekte olan ülkelerde yüzde 67, en az gelişmiş ülkelerde ise yüzde 30 seviyesinde bulunuyor. Çevrimiçi 830 milyon genç insanın 320 milyonu, yani yüzde 39'u Çin ve Hindistan'da bulunuyor.

Dünya internet kullanım oranları, 2017

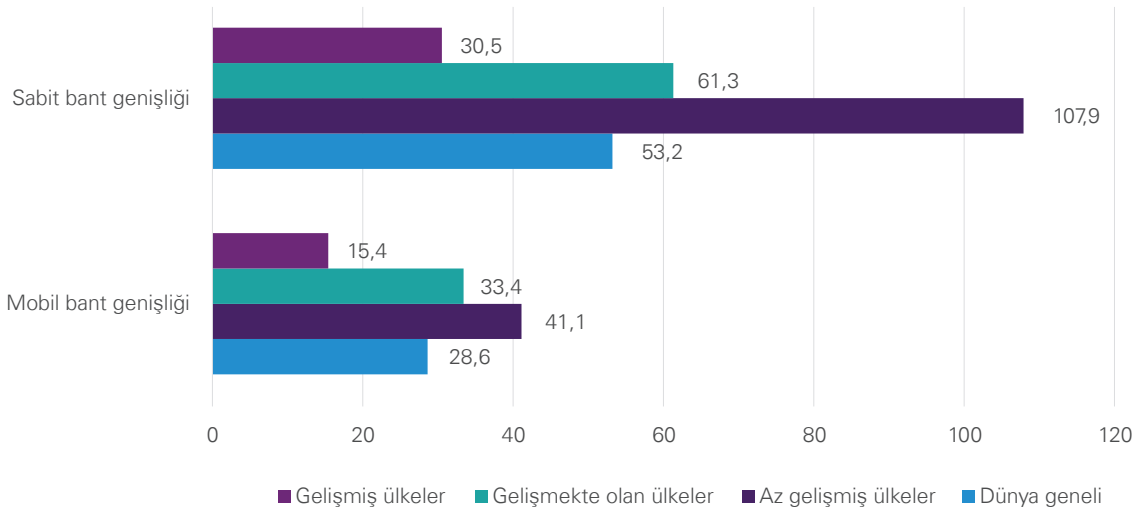


Mobil geniş bant abone sayısı son yıllarda gösterdiği artışla 2017 yılı sonunda küresel olarak 4,3 milyar düzeyine ulaşacak. Gelişmiş ülkelerde mobil geniş bant abone oranları, gelişmekte olan ülkelere oranla iki kat daha fazla.

Küresel olarak sabit geniş bant abonelikleri 2012 yılı sonunda 650 milyon düzeyinde iken 2017 sonunda bu rakam 970 milyonu aştı. Böylece gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki oranlara baktığımızda, gelişmiş ülkelerde yüzde 31 oranında sabit geniş bant aboneliği varken, gelişmekte olan ülkelerde bu oran sadece yüzde 9.

Mobil geniş bant abonelik hızındaki artışın en önemli sebebi, mobil geniş bant fiyatlarının 2013-2016 yılları arasında sabit geniş bantla kıyaslandığında yarıya düşmüş olması. Tüketici daha kolay satın alacağı mobil bant genişliğini seçiyor. Az gelişmiş ülkelerde, sabit bant genişliği, giriş seviyesindeki bir mobil bant genişliğine göre 2,6 kat daha pahalı. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki sabit geniş bant ve mobil geniş bant fiyatları arasında fark yarı yarıya gerçekleşiyor.

Bant genişliğine göre fiyatlar 2016 (satın alma gücü paritesine göre), USD

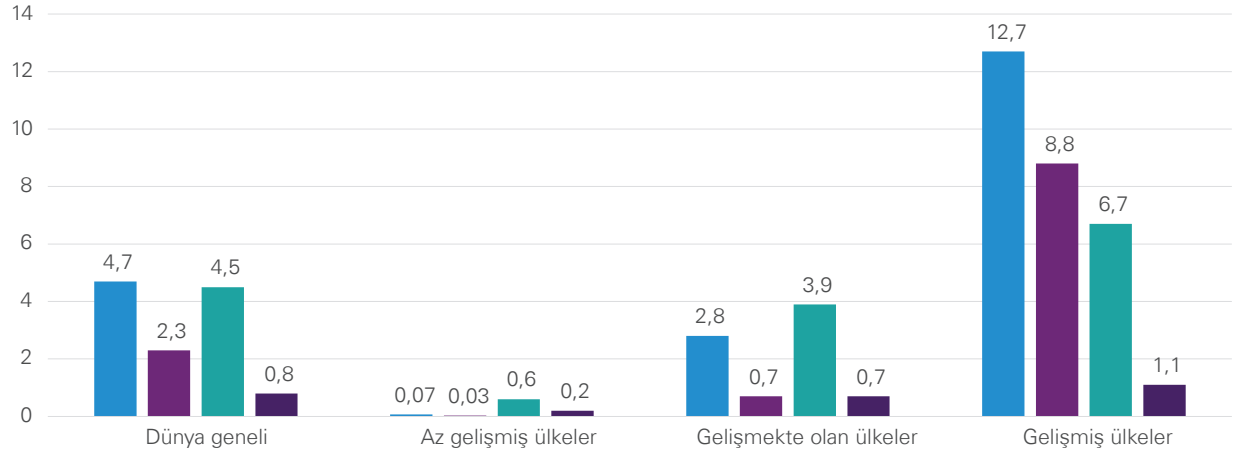


Kaynak: ICT Facts and Figures 2017

Not: 167 ülke verileriyle hazırlanan basit ortalamalara dayanmaktadır. Fiyatlar, minimum düzeyde 1 GB'lık aylık veri kullanımı olan giriş seviyesi internet paketlerini yansıtmaktadır. Piyasa döviz kurları yerine satın alma gücü paritesi dönüşüm faktörleri kullanılarak hesaplanan dolar bazlı uluslararası fiyatları ifade eder.

Fiber bağlantıların artmasıyla yüksek hızlı kablolu internet abonelikleri de arttı. Tüketicilere 10 MB/saniye üzerinde sabit internet bağlantısı olanağı sunan Çin, gelişmekte olan ülkelerin yüksek hızlı abone sayısı artışına yüzde 80 oranında etki ediyor.

Dünya genelinde teknolojilerine göre internet kullanımı büyüme oranları (100 kişiye düşen kullanım oranları)



Kaynak: ICT Facts and Figures 2017

■ DSL Aboneleri

■ Kablo Modem Aboneleri

■ FTTH/B Aboneleri

■ Diğer

Uluslararası internet bant genişliği 2015 ve 2016 yılları arasında dünya genelinde yüzde 32 oranında büyüdü. Afrika'da görülen yüzde 72'lik bir artış ise oldukça dikkat çekti.

Küresel telekomünikasyon gelirleri ise, 2014-2015 yılları arasında yüzde 4 oranında düşerek 1,9 trilyon dolar düzeyinde gerçekleşti. Gelişmekte olan ülkeler telekomünikasyon gelirlerinde 2007-2015 döneminde yıllık yüzde 6,6'lık yıllık büyüme oranı gerçekleştirirken,

gelişmiş ülkelerde aynı dönemde yüzde 0,8'lik bir daralma yaşandığı görüldü. Özellikle mobil cihazlar üzerinden internet vasıtasıyla erişilebilen içerikler yani over-the-top (OTT) servisler, tüketici davranışlarını değiştirerek konuşma sürelerinde kısaltmaya neden oluyor. Öte yandan gelişmekte olan ülkeler küresel nüfusun yüzde 83'ünü oluşturuyor olmasına rağmen dünya telekomünikasyon gelirlerinin henüz sadece yüzde 39'unu gerçekleştiriyor.

Türkiye Pazarı





Türkiye Telekomünikasyon Sektörü

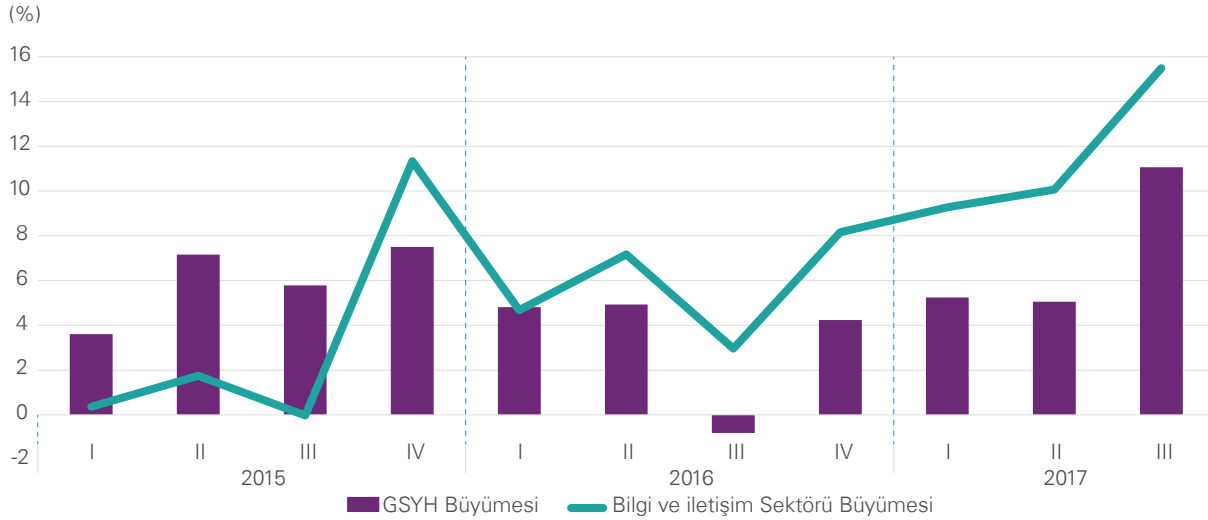
BTK'nın 2017 3. çeyrek verilerine göre Türkiye'de elektronik haberleşme sektöründe faaliyet gösteren toplam işletme sayısı Kasım ortası itibarıyla 460. Bu rakam 2016 yılının aynı döneminde 615 idi. Sektörde faaliyet gösteren firma sayısında yüzde 33'lük bir azalma yaşandı. Bu işletmecilere verilen yetkilendirme sayısı ise 2016 ilk 3 çeyreğinde 994 iken, 2017 ilk 3 çeyreğinde yüzde 22'lik bir daralma ile 812'ye düştü.

Sektör Hasılası ve GSYH

2016 yılı 3. çeyrek sonuçlarıyla siyasi çalkantılı bir döneme giren Türkiye ekonomisi, ciddi bir düşüş yaşamıştı. Telekomünikasyon sektörü ise 2015'in 4. çeyreğinde ivme kazanan büyümesiyle ekonominin genelinden hızlı büyümeye devam etti. Türkiye ekonomisinin daraldığı 2016 3. çeyrekte bile telekomünikasyon sektörü büyümesini sürdürdü.

Sektörün gücünü ve doğal potansiyelini ortaya koyan büyüme sonuçlarında Nisan 2016'da 4.5 G teknolojilerine geçilmesinin önemli bir payı var. 2016 4. çeyreğinde hız kazanan sektör büyümesi - 2016 3. çeyreği bir istisna oluşturmakla birlikte - 2017'nin 4. çeyreğine kadar hızlanarak devam etti.

Bilgi ve İletişim Sektörü Hasılası ve GSYH, 2015-2017



Kaynak: TÜİK, Dönemsel Gayrisafi Yurtiçi Hasıla, III.Çeyrek: Temmuz - Eylül 2017

Kullanım oranları incelendiğinde ise; 2017 yılı 3. çeyreğinde 458 dakikalık ortalama aylık mobil kullanım süresi ile Türkiye, önceki dönemde olduğu gibi incelenebilen Avrupa ülkeleri arasında ilk sırada yer aldı. Bu dönemde 2 milyon 600 bin'in üzerinde abone numarasını taşıdı. Böylece toplamda bugüne kadar taşınan numara sayısı 109 milyona ulaştı.

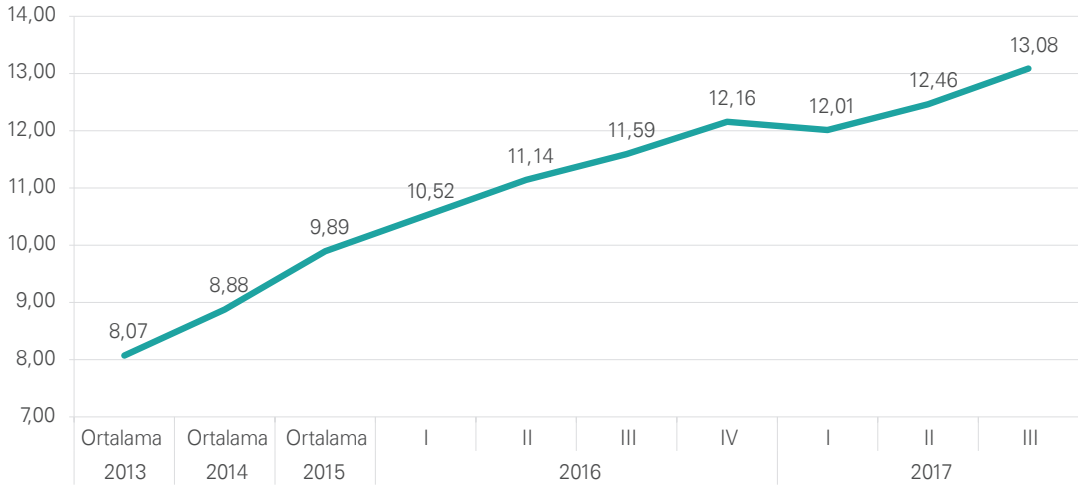
2017 yılı 3. çeyrek sonuçlarına göre, 3G abone sayısı 11 milyon 586 bin 255'e düştü. 4.5G abone sayısı ise 62 milyon 992 bin 758'e yükseldi. 3G ve 4.5G hizmetinin etkisiyle mobil bilgisayardan

ve cepten internet hizmeti alan mobil geniş bant abone sayısı 56 milyon 508 bin 669'a yükselmiş oldu. 2017 yılı 3. çeyrek verileri doğrultusunda toplam mobil internet kullanım miktarı 556 bin 189 TB olarak gerçekleşti. Makineler arası iletişim (M2M) abone sayısı da 4,3 milyona ulaştı. Mobil bilgisayardan internet abonelerinin kullanım miktarına bakıldığında aylık 100 MB üzeri kullanımı olan abonelerin oranı yüzde 75,1 olurken, 100 MB üzeri data kullanan mobil cepten internet abonelerinin aylık oranı ise yüzde 77,6 olarak gerçekleşti

Sektör gelirleri

Elektronik haberleşme sektörü gelirleri 2016 yılının ikinci çeyreğinde 11,1 milyar düzeyinde iken, 2017 yılı aynı dönemde gelirler yüzde 11,8 oranında bir artışla 12,5 milyar düzeyinde gerçekleşti. 2016 yılsonu gelirleri 12,1 milyar TL olmuştu. 2017 yılının ilk çeyrek sonuçlarında gelirlerin 12 milyar TL seviyesine gerilediğini, ancak ikinci çeyrekle birlikte gelir artışının devam ettiğini görüyoruz. 3. çeyrekte elektronik haberleşme sektörü gelirleri 13,1 milyar TL olarak gerçekleşti.

Bilgi ve iletişim sektörü gelirleri, 2013-2017 milyar TL

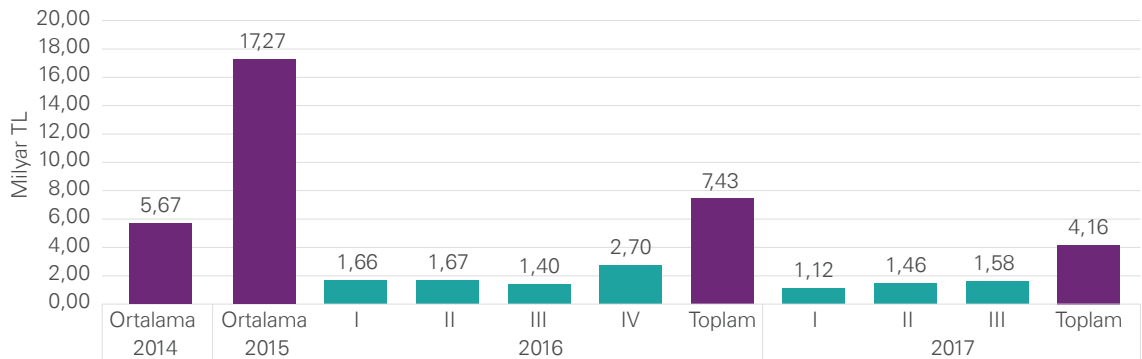


Kaynak: BTK

Yatırımlar

Telekomünikasyon sektöründe 2014 yılında 5,6 milyar TL yatırım gerçekleşti. 4.5G teknolojisine geçişin etkisiyle 2015 yılında sektör yatırımları 17,2 milyar TL'yi aşkın bir hacme ulaştı. Bu rakama ulaşılmasında operatörlerin toplamda yaptığı yaklaşık 10,1 milyar TL tutarındaki 4.5G lisans ödemesi önemli paya sahip. 2016'da yatırımlar 8 milyar

TL düzeyinde gerçekleşti, operatörler özellikle 4.5G uyumlu altyapı/ekipman değişikliklerini gerçekleştirebilmek için yüksek düzeyde yatırım yapmayı sürdürdüler. 2017 yılının ilk çeyreğinde gerçekleşen 1,2 milyar yatırımı, ikinci çeyrekte 1,5 milyar TL yatırım takip etti. 2017 yılı 3. çeyreğinde ise yatırım miktarı 1,6 milyar TL oldu.



Kaynak: BTK

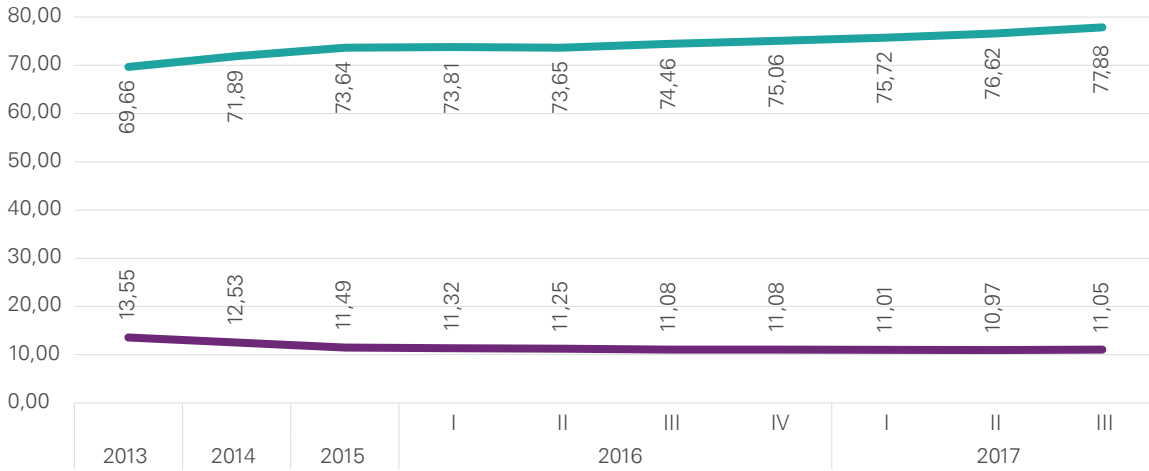
Ancak telekomünikasyon sektörü yatırımlarını kesintisiz devam ettirmesi gereken bir sektör. Önümüzdeki yıllarda rekabeti belirleyen en önemli öğe teknolojinin kullanımı olacak. Bu alanda yatırımların kesintisiz sürüyor olması, bir sonraki adım olarak kabul edilen 5G'ye geçişte sektöre zaman ve hız kazandıracaktır.

Altyapı yatırımlarında ise, 2017 üçüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 9,6'nın üzerinde fiber kablo döşendi. Önceki yılın aynı döneminde 284.044 km olan fiber kablo uzunluğu, 2017 yılı 3. çeyreğinde 311.214 km'ye ulaştı.

Elektronik haberleşme abone sayıları

BTK verilerine göre 2017'nin 3. çeyreğinde sabit abone sayısı 11 milyon seviyesinde gerçekleşti. Buna karşılık mobil abone sayısı 2017 3. çeyrekte 77,9 milyon düzeyine çıktı. Mobil hatların yaygınlaşması ve bunun karşısında sabit hat sayısındaki düşüş eğilimi sürüyor.

Elektronik haberleşme abone sayıları (milyon)



Kaynak: BTK

— Sabit abone sayısı — Toplam mobil abone sayısı

16 Nisan 2016'dan itibaren kullanılmaya başlanan 4.5G hizmeti aboneliğine 2017 yılının 3. çeyrek sonuna kadar 63 milyon kişiye ulaştı. Ancak cihaz veya sim kart uyumsuzluğundan dolayı abonelerin yarısından fazlasının hizmeti aktif olarak kullanmadığı belirtiliyor. Mobil geniş bant internet abonelerin aylık kullanımı ortalama 3 GB düzeyinde iken, 4.5G abonelerinin kullanımları aylık 6,3 GB düzeyine çıkıyor.

Tüketici alışkanlıklarının değişmesi, mobil teknolojilerin gelişmesi, uygulamaların kullanımındaki artış, alışverişten

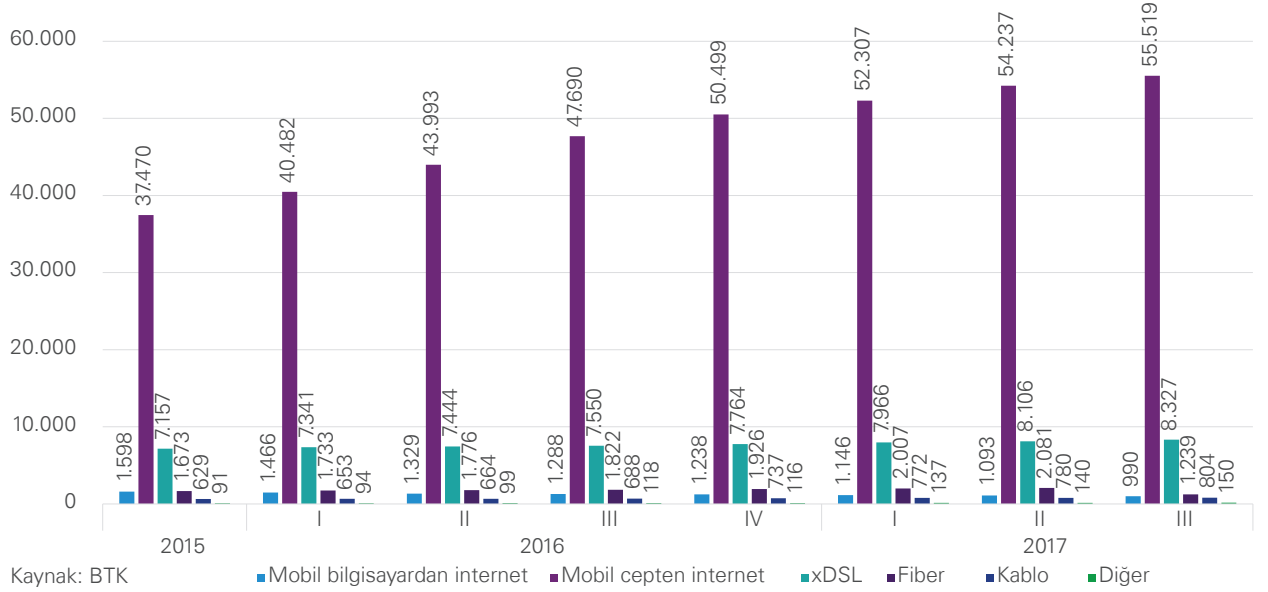
görüntülü görüşmeye kadar her türlü işlemi yapmayı kolaylaştıran akıllı telefonların yaygınlaşması mobil abone sayılarının artışı destekliyor. Tüketicinin sabit hat ihtiyacı ise giderek azalıyor. Kurumsal aboneler hala sabit hat kullanımını tercih ederken, evlerde kullanılan sabit hatlara yönelik talep düşmeye devam ediyor. Sabit hat abone kaybını engellemek için ücretsiz saat uygulamaları, internet hizmetini de içeren sabit hat servisi gibi birçok çözüm deniyor ancak bu alandaki zayıflamanın önüne geçmek çok mümkün görünmüyor.

İnternet abone sayıları

2017 üçüncü çeyrek analizlerine göre, ülkemizde internet erişimine sahip toplam 67,9 milyon abone bulunuyor. 2016 yılının aynı döneminde bu rakam 59,2 milyon seviyesinde idi. Böylece toplam abonelik sayısında yüzde 15'e yakın bir artış gözlemlendi. Mobil cepte internet abonelerinin sayısı aynı dönem aralığında yüzde 16,4 oranında arttı ve 55,5 milyon aboneyi aştı. xDSL abonesi sayısında yüzde 10,3 oranında bir artış oldu ve abone

sayısı 8,3 milyon kişi olarak gerçekleşti. Fiber abone sayısı ise 2016'nın aynı dönemine kıyasla yüzde 20,1 artış göstererek 2017 3. çeyrek sonunda 2,2 milyona çıktı. Mobil bilgisayardan internet aboneliği sayısı ise yüzde 23,1 oranında azaldı ve 2017 üçüncü çeyreğinde 1 milyonun altına indi. Geçtiğimiz dönem aynı dönem bu abone sayısı 1,3 milyon düzeyindeydi.

İnternet kullanımı abone sayısı (bin)



Rakamlar mobil cepten internet kullanımının istikrarlı bir biçimde arttığını ortaya koyuyor. Mobil genişbant, kablo internet, xDSL ve fiber abone sayısındaki artış ise daha yavaş ilerliyor. Bunun nedeni olarak; sektörde eşit rekabet şartlarının gelişmemesi, kullanıcıların talebini artıracak, farklı kalite, hız ve kotalardan

oluşan bir hizmet çeşitliğinin tüketicilere sunulamaması olarak açıklanıyor. Fiber abone sayısının kayda değer oranda artırılabilmesi için, fiber şebekenin hızla yaygınlaşması ve bu kapsamda, yerli ve yabancı yatırımcıların fiber altyapı kurma çalışmalarının önündeki engellerin kaldırılması gerekiyor.

Dış ticaret

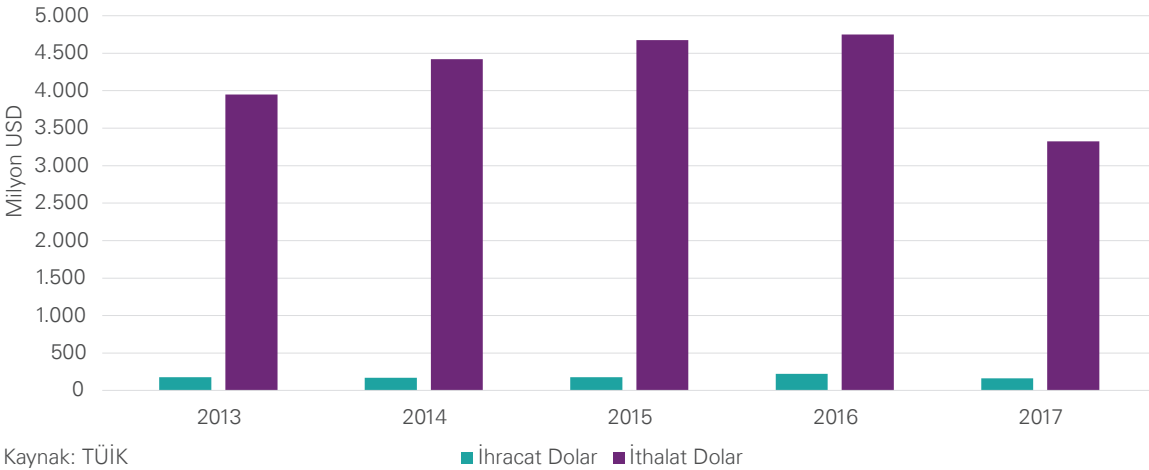
Türkiye’de, telekomünikasyon ürünleri dış ticaretinde sektörün ithalatı ihracatının oldukça üzerinde yer alıyor. (Sektörün kullandığı ürünlerin yoğunlaştığı GTİP kodu 85: Elektrikli makine ve cihazlar kodu altında bulunan 85.17: Ses, görüntü veya diğer bilgileri almaya veya vermeye mahsus diğer cihazlar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

Verilere göre sektörün ithalatı 2013 yılında 4 milyar dolara yakın bir düzeyde gerçekleşti.

2014 yılında ithalat değeri 4,5 milyar dolara yaklaştı. 2016 ve 2017 yıllarında sırayla 4,6 milyar ve 4,7 milyar dolar olarak gerçekleşen ithalat miktarı, 2017’nin ilk 11 ayında 3,2 milyar dolara geriledi.

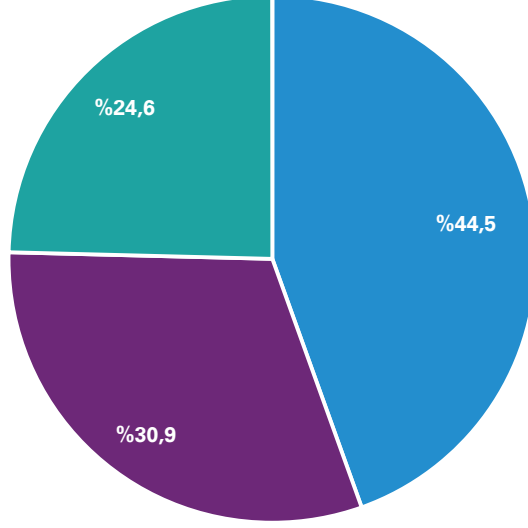
İhracat rakamları ise 2013-2017 aralığında tüm yıllarda benzer bir grafik izledi. En yüksek ihracat rakamı, 2016 yılında 224 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2017’nin ilk 11 ayında 162 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaşıldı.

Telekomünikasyon sektörü ürünleri dış ticareti



Telekomünikasyon sektörü oyuncuları

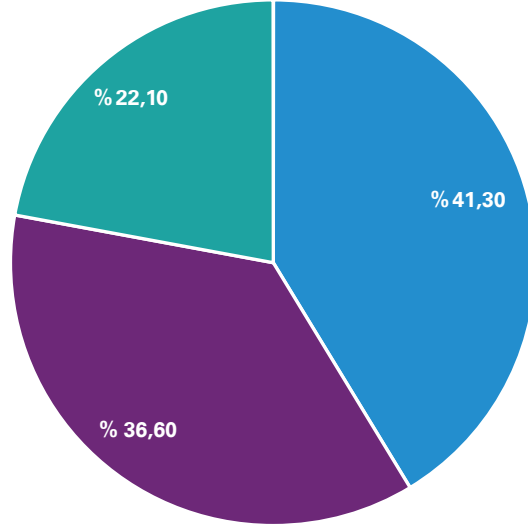
Abone sayısına göre pazar payları



Kaynak: BTK ■ Turkcell ■ Vodafone ■ Avea*

Ülkemizde 2017 yılı itibarıyla 3 mobil operatör faaliyet gösteriyor. 2017 yılı 3. çeyreği sonu itibarıyla, abone sayısına göre Turkcell pazarın yüzde 44,5'ine, Vodafone yüzde 30,9'una, Avea* ise yüzde 24,6'sına sahiptir.

Gelire göre pazar payları



Kaynak: Telkoder ■ Turkcell ■ Vodafone ■ Avea*

Sektördeki pazar paylarının gelirlere göre dağılımına göre Turkcell liderliğini koruyor. 2017 3. çeyrek verilerine göre Turkcell'in pazar payı yüzde 41,3, Vodafone'un pazar payı yüzde 36,6 ve Avea'nın* payı ise yüzde 22,1 düzeyinde.

*Avea, TTNET ve Türk Telekom markaları, Türk Telekom tek markası altında, tüzel kişilikler korunarak birleşmiştir. Analizlerimiz tüzel kişilikler ve düzenleyici kuruluş raporları baz alınarak gerçekleştirilmiştir.

Türk Telekom ve mobil işletmecilerin 2017 yılı 3. çeyreğinde elde ettikleri net satış geliri 10,1 milyar TL düzeyinde gerçekleşti. Net satış gelirlerinde 3,2 milyar TL ile Turkcell ilk sırada yer alıyor. Vodafone 2,8 milyar TL, Türk Telekom* 2,3 milyar TL ve Avea* ise 1,7 milyar TL net satış geliri açıkladılar.

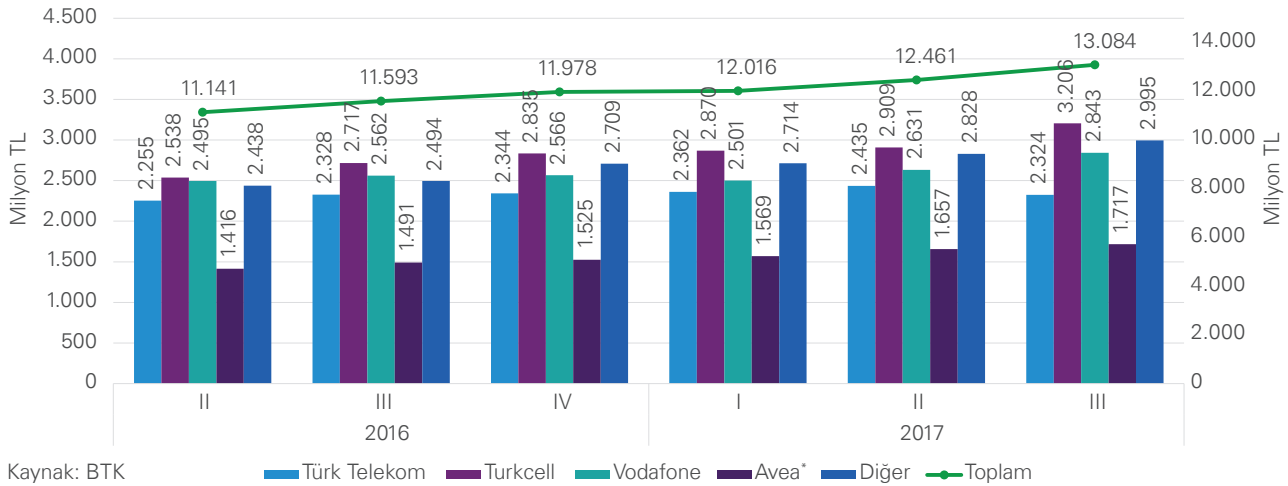
Sektörde ISS, STH, altyapı, uydu haberleşme, rehberlik, kablo TV, GMPCS ve OKTH alanlarında hizmet veren tüm firmaların ulaştığı net satış geliri ise 3 milyar TL düzeyinde.

Türksat, Teledünya gibi alternatif altyapı işletmecilerinin, 2017 yılı 3. çeyreğinde elde ettikleri toplam gelir yaklaşık 499,4 milyon TL düzeyinde gerçekleşti. Türksat'ın 2017 yılı ikinci çeyreği itibarıyla toplam kablo TV abone sayısı 1.206.083, Teledünya markasıyla sunulan sayısal kablo TV abone sayısı 1.019.570 oldu. Ayrıca, kablo telefon hizmetinden yararlanan 369.958 Türksat abonesi bulunuyor.

Uydu Haberleşme Hizmetleri konusunda yetkilendirilmiş işletmeciler 2017 yılı ikinci çeyreği itibarı ile 10.480 aboneye hizmet sağlıyor. Bu hizmete ilişkin 2017 yılı ikinci çeyreğinde toplam gelirler ise yaklaşık 121 milyon TL seviyesinde gerçekleşti. Uydu Platform Hizmeti'nin gelirleri 2017 yılı üçüncü çeyreğinde yaklaşık 51,5 milyon TL seviyesinde gerçekleşti.

GMPCS Mobil Telefon hizmetinde toplam abone sayısı 2017 yılı üçüncü çeyreği itibarı ile 6.880 olmuş, GMPCS hizmetlerine ilişkin gelir ise 2,7 milyon TL olarak gerçekleşti.

Rehberlik hizmeti sunan işletmecilerin üç aylık gelirleri ise yaklaşık 11,3 milyon TL olarak gerçekleşti. Bu dönemde Ortak Kullanımlı Telsiz Hizmeti sunan işletmecilerin toplam abone sayısı 2.926 ve kullanıcı sayısı 121.323 olarak gerçekleşti. 2017 yılı ikinci çeyrekte bu hizmetlerden sağlanan gelir yaklaşık 7,5 milyon TL'dir.



2016-2018 stratejik planı

BTK tarafından hazırlanan 2016-2018 stratejik planı AB tarafından 2010 yılında ortaya konulan Avrupa Sayısal Gündemi'nin maddeleriyle paralel bir gündeme sahip. AB uyum sürecindeki aksamalar telekomünikasyon sektörünün bu vizyonda olmasına engel oluşturmuyor. AB ile ortak bir telekomünikasyon vizyonu içinde olmak, sektörün gelişimi için hala stratejik öneme sahip.

Avrupa Sayısal Gündemi'ne göre yüksek hızlı geniş bant internet ağlarının gelişmesi, 20. yüzyılda yaşanan elektrik ve ulaşım ağlarının yaygınlığı ile eşdeğer bir devrimci etkiye sahip. 2020 yılında sayısal içerik ve uygulamalarının tamamının internet ortamına taşınması öngörülmüyor.

Bu hedeflerin birçok olumsuz etkiye karşı hayata geçirilebilmesi için ortaya konan aktiviteler ise;

Sayısal, İşleyen Tek Pazarın Oluşturulması:

Avrupa çapında telekomünikasyon alanında tek bir pazar oluşturulmasıyla elde edilecek ölçek etkinliğinin telekomünikasyon hizmetlerinin maliyetlerini aşağıya çekmesi ve bunun ekonominin diğer sektörlerindeki rekabetçiliği ve verimliliği artırması hedefleniyor.

Standartlar ve Uyumluluk: Gerçek bir sayısal toplum yaratmak için Bilgi İletişim Teknolojileri (BİT) ürün ve hizmetlerinin etkin bir şekilde uyumlu çalışmasına ihtiyaç vardır. Bu kapsamda, anahtar aktivite olarak AB çapında BİT standartlarına yönelik kuralların yenilenmesi yer almaktadır.

Tüketici Güveni ve Güvenlik: Kullanıcıların çevrim içi güvenliğinin sağlanması gerekmektedir. Eğer bu güvenlik sağlanmazsa sayısal ortamda bankacılık ve sağlık gibi uygulamaların yaygınlaşmasının riske gireceği düşünülmektedir.

Yüksek Hızlı İnternet Erişimi: Geleceğin ekonomik yapısının ağ tabanlı bilgi toplumu olacağı ve bu yapının merkezinde internetin yer alacağı öngörülmektedir. Bu öngörü

doğrultusunda 2013 yılında tüm AB vatandaşlarına temel genişbant internet erişiminin sağlanması ve 2020 yılına gelindiğinde (i) tüm AB vatandaşlarına 30 MB/sn ve üstü hızlarda genişbant internet erişimin sağlanması ve (ii) hanelerin yüzde 50'si veya daha fazlasının 100 MB/sn üstü internet bağlantı hızlarına sahip olması hedeflenmiştir.

Araştırma ve Yenilik: AB, BİT ile ilgili araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde ABD'ye göre geride kaldığını düşünmektedir. Düşük performansla yol açan etkenler arasında kamu araştırma geliştirme çabalarının zayıflığı ve dağınıklığı, piyasanın parçalanmışlığı ve yenilik yapan girişimcilerin finansmanındaki sıkıntılar ile konuya kamu ilgisinin azlığı gösterilmektedir. Anahtar aktivite olarak araştırma ve yenilikçilik için ayrılmış yapısal fonların yardımıyla ticarileşmemiş kamu alımlarının ve kamu-özel sektör işbirliklerinin stratejik kullanımı planlanmıştır.

Sayısal Okur-yazarlık ve Beceri: 65 ile 74 yaş arası yaşlıların, düşük gelir sahiplerinin, işsizlerin ve az eğitimlilerin oluşturduğu 150 milyon civarında AB vatandaşının hiç internet kullanmadığı tahmin edilmiştir. Bu durumun sayısal okur-yazarlığa ve ilgili temel becerilere sahip olunmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu durumu değiştirmek için kullanılacak anahtar aktiviteler arasında Avrupa Sosyal Fonu'ndan 2014-2020 yılları arasında kullanılacak kaynaklarda bu konuya öncelik vermek ve Avrupa Niteliklilik Çerçevesi ve EUROPASS ile ilişkili profesyonel BİT çalışanları için bir Avrupa Çerçevesi geliştirmek sayılmaktadır.

AB Toplumu'nun BİT'ten Elde Edeceği

Faydalar: AB, bilgi ve iletişim teknolojilerinin akıllı kullanımı ile iklim değişimi ve toplumun yaşlanmasıyla ortaya çıkan sorunları çözebileceğini düşünmektedir. BİT'in sera etkisine yol açan karbondioksit salınımının azaltılması hedeflerine ulaşılmasında önemli rol oynayacağı düşünülmektedir.

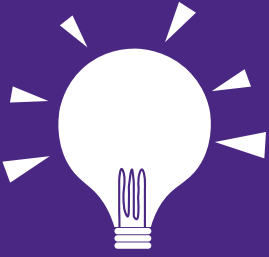
Telekomünikasyon sektörü durum analizi





Güçlü yönler

- Mobil iletişimi hızlandıran akıllı telefon kullanımındaki hızlı artış.
- Geniş bant internet erişiminin yaygınlaşması.
- Türkiye’de günümüz telekomünikasyon sektörünün dinamiklerini hayata geçirebilecek kapasitede nitelikli elemanın varlığı.
- Hükümetin yerli ürün ve çözümlerin geliştirilmesine yönelik yapıcı tavrı.
- AB normlarına uygun düzenlemelerin varlığı.
- Elektronik imza uygulamasının yaygınlaşması.
- Bilişim okuryazarlığı konusunda atılan olumlu adımlar ve okullara internet hizmetinin götürülmesi.
- Sektöre yönelik önemli bir Ar-Ge fonu oluşturulması.
- Mobil sektörün ihtiyacı olan frekans tahsisinin teknoloji ve hizmetten bağımsız olarak yapılmış olması.
- Hizmet kalitesinde sürekli iyileştirmeler yapılması.
- 2015-2018 Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı’nın yürürlüğe girmiş olması.



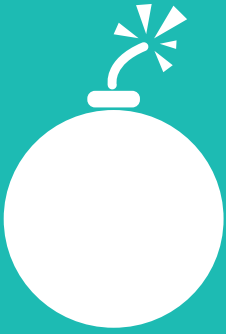
Fırsatlar

- Birçok açıdan ülkemiz ekonomisinin en önemli fırsatı olan genç nüfus, telekomünikasyon alanında çok daha geniş bir etki yaratıyor. Yeni teknolojilere ilgi duyan, hızlı adapte olan ve dijitalleşme açısından dünyayla paralel bir genç nüfusun varlığı önemli bir fırsat.
- Telekomünikasyonun nitelikli iş gücünün istihdam edilebileceği bir sektör olması.
- Akıllı telefon kullanımındaki hızlı artış ve tüketicinin interneti hayatı kolaylaştıran bir çözüm olarak benimsemiş olması.
- Türkiye’de giderek güçlenen yazılım sektörünün telekomünikasyon sektörü için itici etkiye sahip olması.
- Türkiye’nin tüketici elektroniğinde güçlü bir üretim potansiyeline sahip olması.
- Telekomünikasyon altyapısı yatırımlarına yoğun bir ilgi olması.
- İçerik ve uygulama geliştiricilerinin sektörü yukarı taşıyan bir dinamizme sahip olması.
- IMT hizmet sunumunun mobil geniş bant pazarını geliştirecek etkisinin olması.



Zayıf yönler

- İnovasyon kültüründeki eksiklikler, Ar-Ge faaliyetlerinin yetersiz oluşu.
- Telekomünikasyon sektörünün ihtiyacı olan yazılım ve donanımların yüksek oranda ithal ediliyor olması.
- Sermaye yetersizliği.
- Altyapı kurulumunun önündeki bürokratik engeller.
- İletişim altyapısı sorunları.
- Yeterli Türkçe içeriğin üretilmiyor olması.
- Vergi oranlarının yüksekliği.
- Ar-Ge teşviklerinin yeterince etkin işlemiyor oluşu.
- İşletmecilerin kendi fiber şebekelerini tesis etmelerinin önündeki hukuki ve mali engeller.
- Sektör gelirlerinin yeterince artmıyor olması ve sektörün toplamda zarar ediyor olması.
- Alternatif işletmecilerin rekabette zayıf kalmaları.



Tehditler

- Siyasi istikrarsızlık ve ekonomik sıkıntıların sektöre olumsuz etki ediyor olması.
- Telekomünikasyon sektörünün ihtiyacı olan hızı uygun mevzuat değişikliklerinin istenen hızda olmaması.
- E-dönüşümün hala istenen hızda olmaması.
- Tüm dünyada siber güvenlik sorunlarının giderek artıyor olması.
- Türkiye'nin gelişmiş ve gelişmekte olan bölgelerindeki alt yapı standardı sorunları olması.
- Yeterli içerik ve uygulamanın geliştirilemiyor olması.

Yıkıcı Teknolojiler

Hayatımızdaki payı her geçen gün artan Nesnelerin İnterneti, sanal ve artırılmış gerçeklik, yapay zeka, Blockchain gibi teknolojiler, büyük soru işaretlerini de beraberinde getirdi. Telekomünikasyon şirketleri her gün biraz daha fazla dijitalleşen dünyaya ayak uydurmak için hızlı, güvenli ve güvenilir şebekeler tedarik etmeye çalışırken, bir yandan da sektör oyuncularında rekabet tüm hızıyla devam ediyor ve herkes 5G ve sonrası teknolojileri geliştirmek, altyapılarını dönüştürmek için çaba harcıyor. Yeni teknolojiler telekomünikasyon sektörü için tehdit olmakla birlikte fırsatları da beraberinde getiriyor. KPMG Telekomünikasyon Sektöründe Yıkıcı Teknolojiler 2017 Araştırması'nda şirketlerin sundukları ürün ve hizmetleri geliştirmek,

maliyetlerini düşürmek ve rakiplerine üstünlük sağlamak için yıkıcı teknolojileri kullanmaya hevesli olduğunu görüyoruz.

Araştırmadan elde edilen veriler ve görüşlere dayanarak ölçümlenen yıkıcı teknolojiler üç farklı metrik kullanarak değerlendirildi: Operasyonlar üzerindeki etkisi, iş modelleri üzerindeki etkisi ve ihtiyaç duyulan yatırım düzeyi. Bu üç metriğin tek çerçevede toplanması ile oluşturduğumuz 'Yıkıcı Teknolojiler Haritası', telekomünikasyon liderlerinin yıkıcı teknolojilere yönelik yatırım kararlarını yönlendirmeye yardımcı oluyor. Bu aynı zamanda, farklı yıkıcı teknolojilerin önceliklendirilmesi amacıyla, şirketlerin kendi durumlarını emsalleriyle karşılaştırarak değerlendirmelerine de olanak sağlıyor.

Yıkıcı Teknolojiler Değer Haritası



(Operasyonlar veya müşteriler üzerinde etki bildirim yüzdesi)

★ Bu teknolojinin metodolojiye dahil edilmesinde, KPMG'nin konuyla ilgili görüşleri esas alındı. Ancak bu teknoloji araştırmaya dahil edilmemişti. Örneklem: Telekomünikasyon şirketlerinde çalışan 580 yönetici ve BT karar vericisi

Yatırım ve etki karşılaştırma modeli esas alındığında telekomünikasyon sektöründe yıkıcı teknolojiler beş temel kategoriye ayrılıyor:

1- Fenomen teknolojiler: Fenomen teknolojiler olarak adlandırılan yıkıcı teknolojilere günümüzde hem fazlasıyla yatırım yapılıyor hem de bu teknolojiler son derece etkili. Bu teknolojiler belirli bir olgunluğa ulaşmış olsalar da dinamik bir şekilde yenilikçi ve meydan okuyucu niteliklerini koruyor. Telekomünikasyonda mobil, bulut ve veri analitiği fenomen teknolojileri temsil ediyor. Birçok telekomünikasyon şirketi için 5G mobilitesi ve bulut olanağı ürün grubunun geleceğini ve muhtemelen stratejik bir yatırımı ifade ediyor. Bu şirketler söz konusu teknolojilerin geliştirilmesi ve satılmasında ön planda yer alıyor. Dolayısıyla bu alanda yapılacak işlerin geliştirilmesi ve söz konusu ürün gruplarının ticarileştirilmesi için veri analitiğinin kullanılmasına büyük önem veriliyor.

2- Olgun teknolojiler: Telekomünikasyon şirketleri için sosyal medya artık olgunlaşma dönemine girdi. Sosyal medya mevcut durumda büyük yatırımlara ihtiyaç duymayan fakat vazgeçilmez nitelikte bir araç. Sosyal medya, ağ performansı hakkında çok önemli ve gerçek zamanlı geri bildirimler sağlayabiliyor; müşteriler ve düzenleyici paydaşlara bir bakış açısı getirerek, birçok stratejik ve operasyonel kararlar ilgili iç görüşü sağlayabiliyor. Beklentilerin takibi ve yönetimi, müşteri beklentilerinin artmaya devam ettiği ve telekomünikasyon oyuncularının tek bir kesinti nedeniyle itibarlarının zedelendiği bir dünyada fark oluşturan kritik bir unsur.

3- Stratejik teknolojiler: Yarın için daha güçlü etki arayışında olanlar, stratejik teknolojilere bugünden önemli ölçüde

yatırım yapıyor. Bu teknolojilere yönelik yatırım iştahı yüksek ancak henüz etkileri orta-düşük düzeyde. Telekomünikasyon hizmetlerinin çapraz satışında müşteri hedefleme hizmetleri sağlayan, dönüşüm oranlarını iyileştirmesini ve abone hareketlerini azaltmasını sağlayan pazarlama platformları, teknolojiye paralel olarak gün geçtikçe gelişti ve telekomünikasyon şirketleri için çok kısa sürede can alıcı bir araç haline geldi. Güçlü veri kümeleri ve ayrıntılı analitik ile desteklenen bu kabiliyet, içerik ve diğer yeni hizmetlere giriş yapan telekomünikasyon şirketlerinin rekabet avantajı sağlamasına yardımcı olmalı.

4- Yeni doğan teknolojiler: Yeni doğan teknolojilere orta düzeyde yatırım yapılıyor ve bu teknolojiler yine orta düzeyde etki oluşturmaya başlamış durumda. Talebe bağlı satış kanalları, Nesnelerin İnterneti, giyilebilir aygıtlar ve sanal gerçeklik/artırılmış gerçeklik teknolojilerinin hepsi telekomünikasyon sektöründe yeni doğan evresinde. Telekomünikasyon şirketleri için olumlu bir etki görüntüsüne sahip diğer bir yeni doğan teknoloji ise; müşteri ile bire bir, cüzdan tabanlı veya destek niteliğinde olabilecek dijital ödemeler.

5- Geleceğin yıldızları: Geleceğin yıldızları olarak adlandırılan teknolojilere yönelik yatırımlar henüz düşük seviyede ve bunların iş modellerine etkileri henüz oluşmaya ve görünmeye başlamadı. Ancak yine de geleceğin muhtemel yıldızları olarak görülüyorlar. Robotik veri analitiği, müşteri hizmetleri ve paylaşımlı hizmet fonksiyonları alanında hâlihazırda çok sayıda işin yerini alıyor. Özel olarak tasarlanmış görevleri yerine getirmek üzere kurala dayalı mantık kullanan yazılım robotlarından oluşan robotik süreç otomasyonu, maliyetleri önemli ölçüde düşürebiliyor.



İletişim:



Sinem Cantürk
Finansal Hizmetler
Sektör Lideri,
Şirket Ortağı
scanturk@kpmg.com



Hakan Ölekli
Endüstriyel Üretim ve
Otomotiv Sektör Lideri,
Şirket Ortağı
holekli@kpmg.com



Ümit Bilirgen
Enerji ve Doğal Kaynaklar
Sektör Lideri,
Şirket Ortağı
ubilirgen@kpmg.com



Hakan Orhan
İlaç ve Sağlık
Sektör Lideri,
Şirket Ortağı
horhan@kpmg.com



İsmail Önder Ünal
İnşaat Sektör Lideri,
Şirket Ortağı
iunal@kpmg.com



Fikret Çetinkaya
Tüketici Ürünleri ve
Perakende Sektör Lideri,
Şirket Ortağı
fchetinkaya@kpmg.com



Serkan Ercin
Teknoloji, Medya ve
Telekomünikasyon
Sektör Lideri,
Şirket Ortağı
sercin@kpmg.com

Detaylı bilgi için:
KPMG Türkiye
Kurumsal İletişim ve
Pazarlama Bölümü
tr-fmmarkets@kpmg.com

İstanbul
İş Kuleleri Kule 3 Kat 2-9
34330 Levent İstanbul
T : +90 212 316 6000

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

İzmir
Heris Tower, Akdeniz Mah. Şehit Fethi Bey
Cad. No:55 Kat:21 Alsancak 35210 İzmir
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. KPMG International Cooperative ("KPMG International") bir İsviçre kuruluşudur. KPMG ağına üye olan bağımsız firmalar, KPMG International'a bağlıdır. KPMG International'ın müşterilere sunduğu herhangi bir hizmet yoktur. Hiçbir üye firmanın KPMG International'ı veya bir başka üye firmayı, aynı şekilde KPMG International'ın da hiç bir üye firmayı üçüncü şahıslar ile karşı karşıya getirecek zorlayıcı ya da bağlayıcı hiçbir yetkisi yoktur. Tüm hakları saklıdır.

© 2018 KPMG Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş., KPMG International Cooperative'in üyesi bir Türk şirkettir. KPMG adı ve KPMG logosu KPMG International Cooperative'in tescilli ticari markalarıdır. Tüm hakları saklıdır. Türkiye'de basılmıştır.