



Telekomünikasyon

Sektörel Bakış

2020

—

kpmg.com.tr



Dünya telekomünikasyon sektörü

Günümüzün tartışmasız gelişime en açık sektörlerinin başında telekomünikasyon sektörü geliyor. Telekomünikasyon sektöründe talep ayağı, artan nüfus, katlanarak büyüyen dijitalleşme ve yükselen şehirleşme trendi ile artmaya devam ediyor. Sektörel hizmetlere yönelik talebin, bazı alt kalemlerde azalma göstermesine karşın; yukarı yönlü ivmenin orta vadede hız kesmesi beklenmiyor.

Covid-19 sürecinde birçok şirketin uzaktan çalışmaya geçmesi ve eğitimin sanal ortamda devam etmesi güçlü altyapı ve kesintisiz hizmet ihtiyacını beraberinde getirdi. Bu durum Telekom şirketlerine olağanüstü bir talep olarak yansıdı. Dünya genelinde, pandemi sürecindeki izolasyon ve karantina uygulamalarına paralel olarak, ilk etapta veri trafiğinde yüzde 75'e varan ciddi artışlar gözlemlendi. Covid-19 nedeniyle birçok sektörde yatırım ve büyüme ajandaları askıya alınsa da, iletişim teknolojilerinin stratejik önemi artarak devam ediyor. Birleşme ve satın almada işlem adediyle öne çıkan Teknoloji, Medya ve Telekomünikasyon sektöründe, güçlü talep göz önünde bulundurulduğunda yeni işbirlikleri ve yatırımlar bekleniyor. Sektör, artan talebe karşın çok önemli bir dönüşüm sürecinden geçiyor. Telekomünikasyon şirketleri artık birer iletişim şirketi olmaktan ziyade; teknoloji üreten ve müşteri ihtiyaçlarına daha doğmadan cevap projeleri geliştiren kurumlara dönüşüyor.

Üstelik bu motivasyon halihazırda sert olan rekabeti de yeni bir mecra taşıyor.

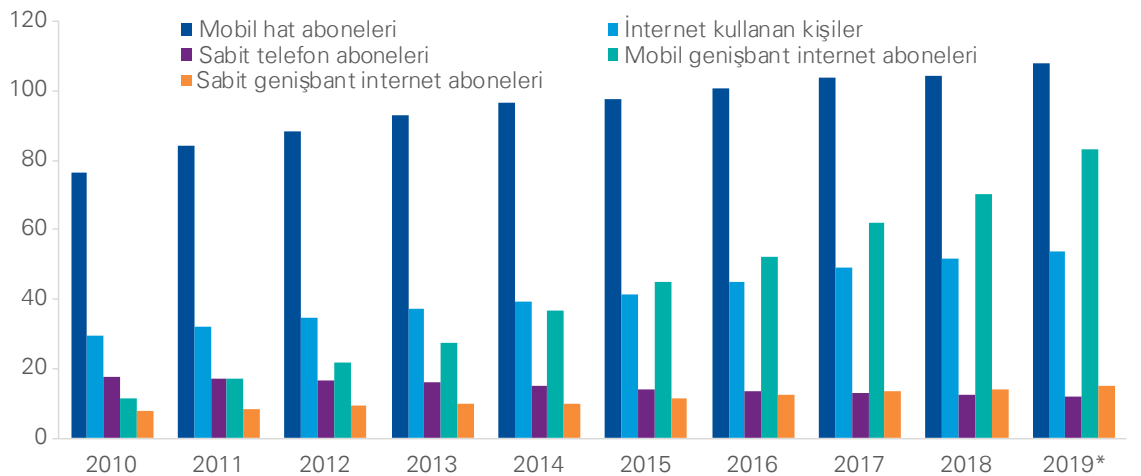
Tüketici davranışları evrilirken ve teknoloji baş döndürücü bir hızla gelişirken sürece öncü olma misyonunu üstlenen telekomünikasyon şirketleri, bir yandan AR-GE bir yandan da altyapı yatırımlarını artırmaya devam ediyor.

Birleşmiş Milletler Uluslararası Telekom Birliği verilerine göre, 2010-2019 döneminde yaygınlık oranını yitiren tek alt mecra sabit telefonlar oldu. 100 kişi başına düşen sabit telefon aboneliği sayısı 12'lere kadar gerilerken, toplam kayıp %32 seviyesinde gerçekleşti.

Öte yandan, sabit telefon aboneliği pazarının üçte birinin ortadan kalkmasına karşın mobil hat, mobil ve sabit genişbant internet aboneliği gibi alanlardaki büyüme oldukça çarpıcı. 2019 yılında 100 kişiye düşen mobil hat sayısı 108'e ulaşırken, mobil genişbant internet kullanıcıları için bu rakam 83 olarak gerçekleşti.

İnternet erişimi ise küresel ölçekte her 100 kişiden 54'üne ulaşmış durumda. Bu sayı, sabit telefonlar dışındaki diğer tüm göstergelerde benzer şekilde tarihi zirvede bulunuyor.

Dünya bilgi ve iletişim sektörü yaygınlık oranları (100 kişi başına)



*Geçici veriler

Kaynak: International Telecom Union, Information and Communication Technology Database

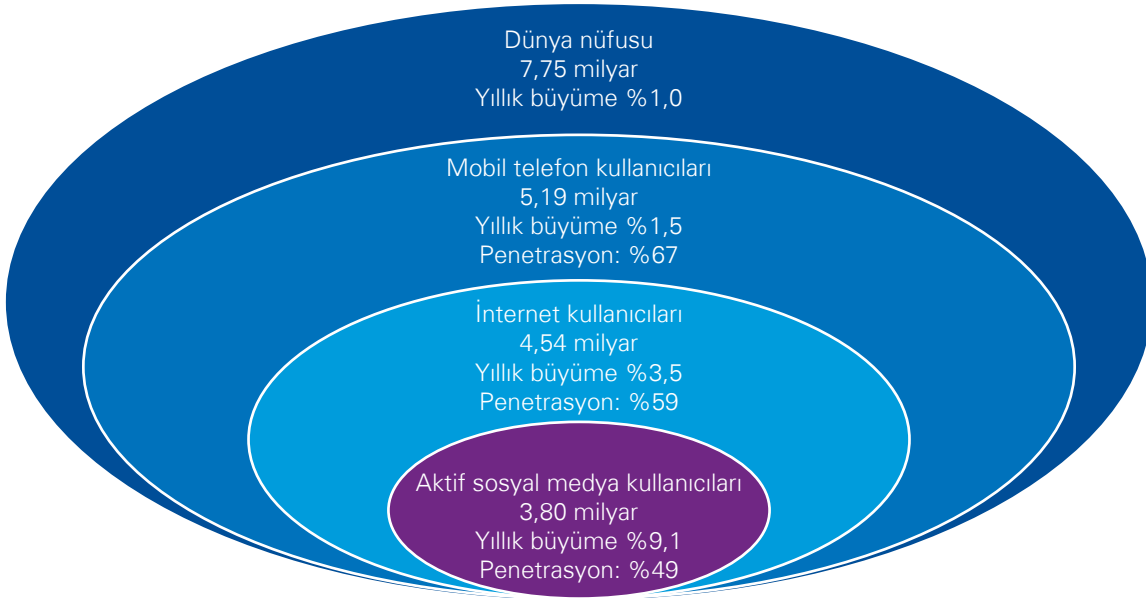
Alt kırımların 2010-2019 dönemindeki gelişimi ise oldukça çarpıcı bir tablo ortaya koyuyor. Bu dönemde mobil genişbant erişimi 7 kattan fazla artarken aynı oranın sabit genişbant erişimi için iki katta kaldığı görülüyor.

Dünya Bilgi ve İletişim Sektörü Yaygınlık Oranları Değişimi (2010-2019)	
Mobil hat aboneleri	%41,1
İnternet kullanan kişiler	%83,1
Sabit telefon aboneleri	(%31,9)
Mobil genişbant internet aboneleri	%619,1
Sabit genişbant internet aboneleri	%95,5

Kaynak: International Telecom Union, Information and Communication Technology Database

2020 Ocak ayı itibarıyla dünya üzerindeki 7,8 milyar insanın %67'sinin kendine ait bir mobil telefonu bulunuyor. Nüfusun %59'u (4,5 milyar insan) aktif internet kullanıcısı iken, sosyal medya içinde yer alan insan sayısı ise tam 3,8 milyar. Yani dünya nüfusunun yaklaşık yarısının aktif birer sosyal medya hesabı bulunuyor.

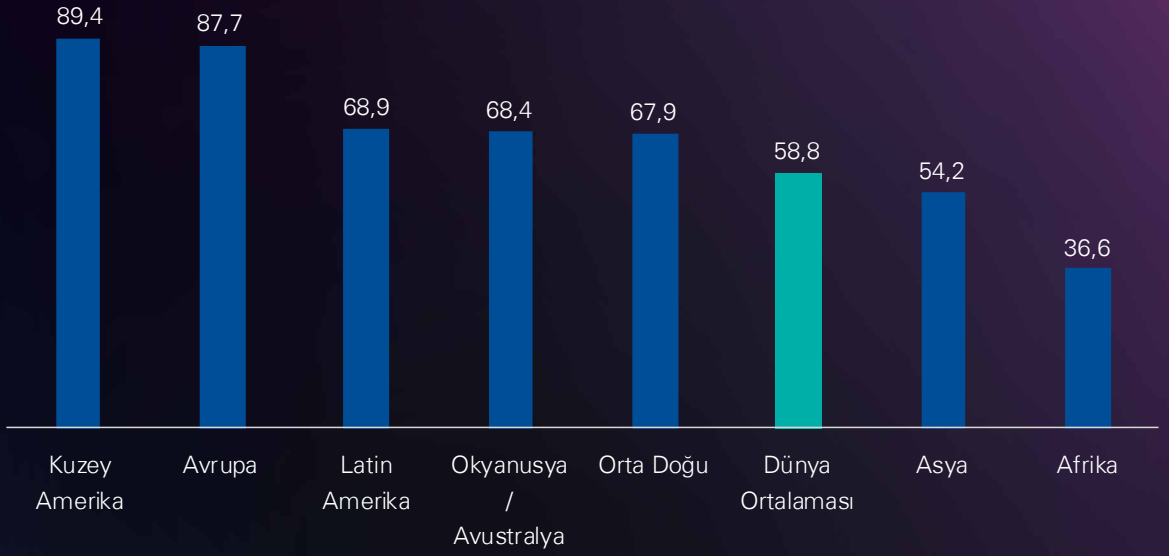
Bu rakamlara büyüme çerçevesinden bakarsak, dünya nüfusu %1 oranında artarken, mobil telefon kullanıcılarının %1,5; internet kullanıcılarının %3,5; sosyal medya kullanıcılarının ise %9 oranında büyüme yakaladığı sonucuna ulaşıyoruz. Kısacası, küresel sosyal medya ordusu, nüfusun büyüme hızından tam 9 kat daha fazla bir büyüme ivmesi yakalamış durumda.



Kaynak: WeAreSocial

Bununla birlikte, dünya genelinde gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler arasında bilgi ve iletişim teknolojilerinin penetrasyon oranları açısından önemli farklılıklar bulunuyor. Gelir seviyesi, şehirleşme ve yaşam tarzlarının çokça etkilediği bu oran, tahmin edilebileceği gibi Kuzey Amerika ve Avrupa'da en yukarılarda iken Afrika'da oldukça düşük seviyede. Kuzey Amerika'daki penetrasyon oranı %89'un, Avrupa'daki penetrasyon oranı ise %87'nin üzerinde seyrederken Afrika için bu oran %37 seviyesinde. Dünya ortalaması ise %59.

İnternet penetrasyon oranı (%)



Kaynak: Internet World Stats

Tüm bu göstergeler, teknolojik devrimin ve “bağlantı dünyası”nın büyüme hızını ortaya koyarken, sürecin insanlara temas eden en önemli noktası olan telekomünikasyon sektörünün de kritikliğini teyit ediyor. Teknolojiyi yakalamak, müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilmek, dinamikleri izlemek ve çoğu zaman tüm bunlara yön verebilmek adına büyük çabalar gösteren sektör oyuncuları, yüksek yatırımlar yapmaya devam ediyor. 2019-2020 döneminin düşük faiz / bol likidite koşulları, şirketlerin finansman giderlerini görece daha kolay yönetebileceği noktada olsa da, yatırımların büyüklüğü ve rekabetin çetinliği; şirketlerin beklenen getirileri yakalamasını geciktirerek, finansal güçlerini olumsuz etkileme riskini barındırıyor.

Bu durum, sektörde önemli satın alma ya da birleşme hareketlerini tetikleyebileceği gibi aksi yönde verimlilik artırıcı uzun vadeli çözümlerin de doğmasına yol açabilir. Tüm bunların ötesinde, ilgiyle beklenen 5G devrimi, sektörü pek çok açıdan yepyeni bir aşamaya geçirme kapasitesine sahip.



Türkiye Pazarı





Türkiye telekomünikasyon sektörü

Türkiye telekomünikasyon sektörünün taşıdığı büyük potansiyel artık tartışma götürmez boyutta. Sektörde yer alan oyuncular, teknolojiyi had safhada kullanan, kurumsal bütünlükleri ile ayrılan ve pek çok açıdan oldukça gelişmiş organizasyonlar ve mevcut potansiyeli de büyümeye dönüştürebiliyorlar. Mevcut potansiyeli destekleyen en önemli unsurların başında da şüphesiz ki Türkiye'nin demografik yapısı geliyor. Sektörün hâlihazırda oldukça büyük sabit, mobil ve geniş bant abone sayıları böylelikle artmaya devam ediyor.

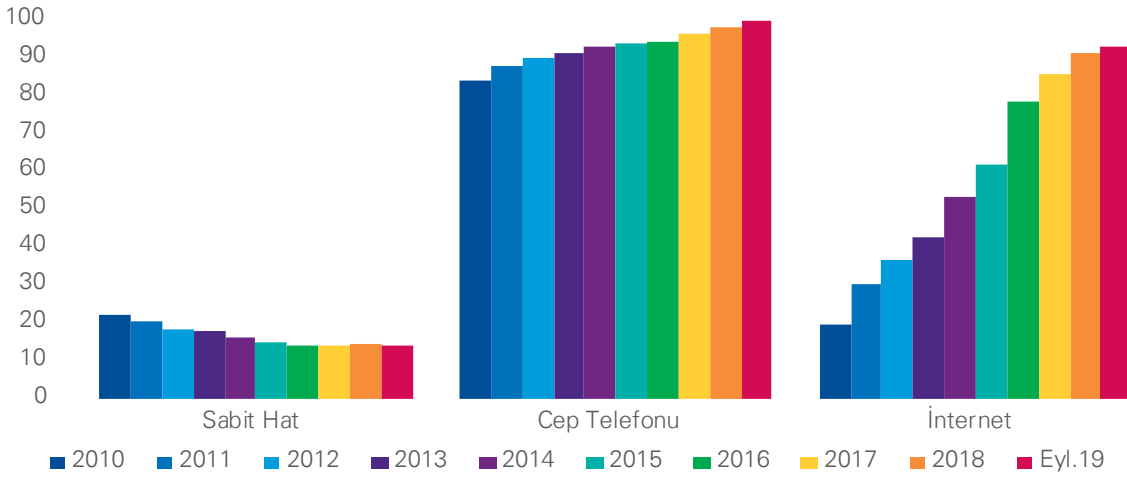
Sektörün yarattığı değer, sadece haberleşme anlamında değil, teknolojik atılımlarla da günden güne artıyor. Şirketlerin öncülük ettiği teknolojik gelişmeler, küresel trendlere paralel bir şekilde ilerlerken gerek bireysel gerekse de kurumsal müşterilerin tercihleri ve istekleri de şirketlerin adımlarına yön veriyor.

Modern hayatın vazgeçilmez bileşeni olan, pek çok açıdan hem bireylere hem de kurumlara büyük verimlilik sağlayan sektör, stratejik konumunu hem iletişim hem de bilgi teknolojileri anlamında güçlendirmeye devam ediyor.

Ülkemizde, küresel eğilimlere paralel olarak sabit hat penetrasyonu azalırken mobil, özellikle de mobil internet penetrasyonu hızla artıyor.

2007 yılında %26 seviyesinde olan sabit telefon abonelik sayısının nüfusa oranı, Aralık 2019 itibarıyla %14'ün altına düşmüş durumda. Öte yandan 2007-2019 yılları arasında cep telefonu ve internet aboneliğinde yaygınlık oranları sırasıyla %88'den %100'e ve %7'den %93'e yükselmiş durumda. Bu ana trend yapısının önümüzdeki yıllarda da devam edeceği tahmin ediliyor.

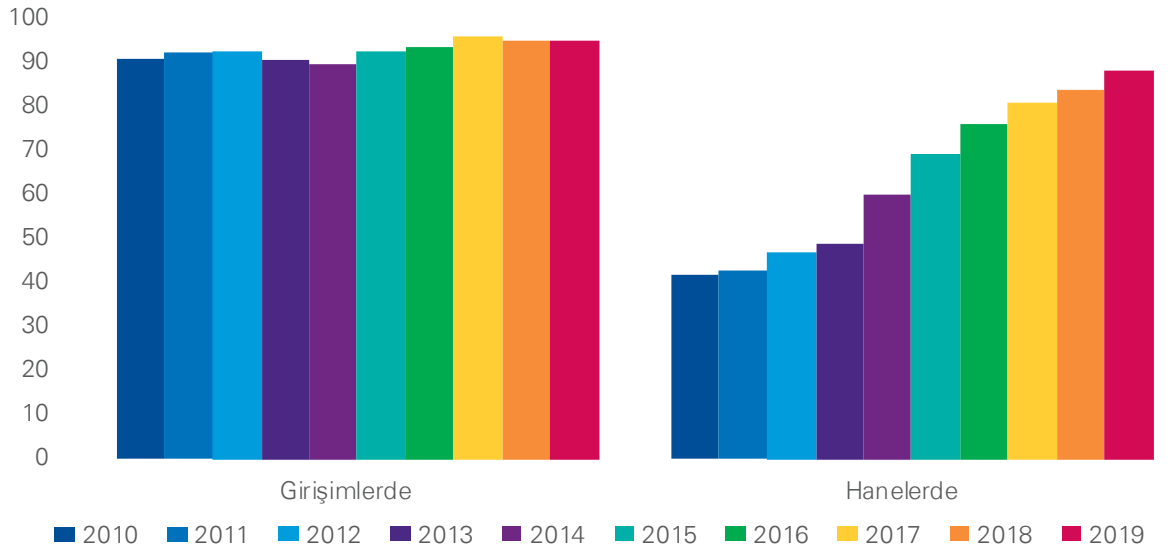
Penetrasyon (abone sayısının nüfusa oranı) (%)



Kaynak: TÜİK

Ülkemizde hem hane halkında hem de kurumlarda iletişim ve alışveriş dahil olmak üzere teknolojik gelişmelerin sunduğu imkanların hızla benimsendiği görülüyor. Girişimlerin internet erişimi 2007 yılında %85 iken 2010 yılında %91'e, 2019 itibarıyla ise %95'e ulaşmış durumda. Aynı veriler, hane halkı için sırasıyla %20, %42 ve %88 seviyesinde. İnternet erişiminin hane halkı tarafından böylece büyük bir hızla benimsenmesi alışveriş alışkanlıklarının değişmesinden sosyal medya kullanımı arzusuna kadar çok sayıda temele dayanıyor.

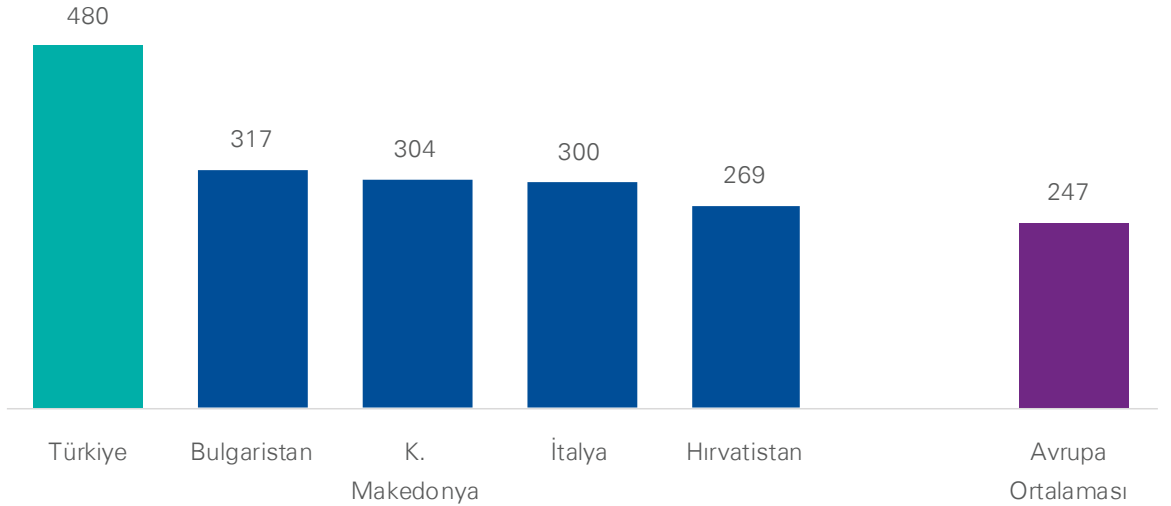
İnternet erişimine sahip olanların oranı (%)



Kaynak: TÜİK

Ülkemizde telefon görüşmesi süreleri geleneksel olarak AB ortalamasının üzerinde seyrediyor. Kültürel alışkanlıkların beslediği bu trend, sektörün bu kanatta halen gelir yaratma kapasitesi olduğunu ortaya koyuyor. AB’de yaşayan ortalama bir bireyin 2019 Aralık ayı itibarıyla yaptığı telefon görüşmesi süresi ayda 213 dakika iken (2018: 250 dakika) bu rakam ülkemiz için yaklaşık 480 dakika (2018: 459 dakika). Kısacası, ülkemiz kullanıcıları AB ortalamasının yaklaşık iki katı telefon görüşmesi yaparken, aradaki fark giderek açılıyor.

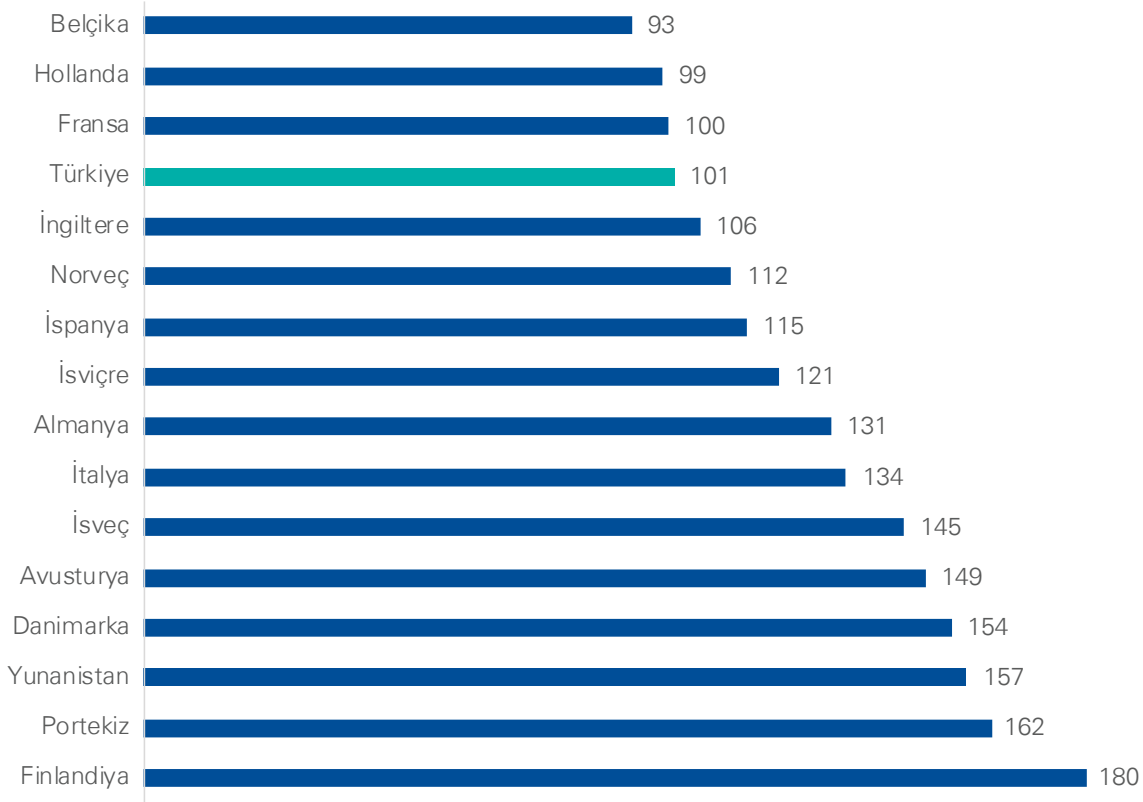
Mobil abone başına görüşme (dakika/ay)



Kaynak: BTK

Bu veriye rağmen, ülkemizin mobil penetrasyon oranı oldukça gerilerde yer alıyor. Ülkemizde kişi başına yaklaşık 1 mobil hat düşmesine rağmen bu rakam Finlandiya’da 1,8, Portekiz ve Yunanistan’da ise 1,6 seviyesinde. Sektörün AB ülkelerine kıyasla daha genç olmasının getirdiği bu sonuç büyüme potansiyelini ortaya koyan başka bir gösterge olarak kabul edilebilir. Tabii, bu noktada ülkemizin bölgesel gelir farklılıklarını da gözetmek gerek. Konu ile ilgili açıklanan resmi bir veri olmamakla birlikte, özellikle gelir seviyesinin ve şehirleşmenin daha yüksek olduğu bölgelerdeki mobil penetrasyon oranı ile tersi bölgelerdeki oranın birbirlerinden önemli farkla ayrıştığını düşünmek yanlış olmayacaktır.

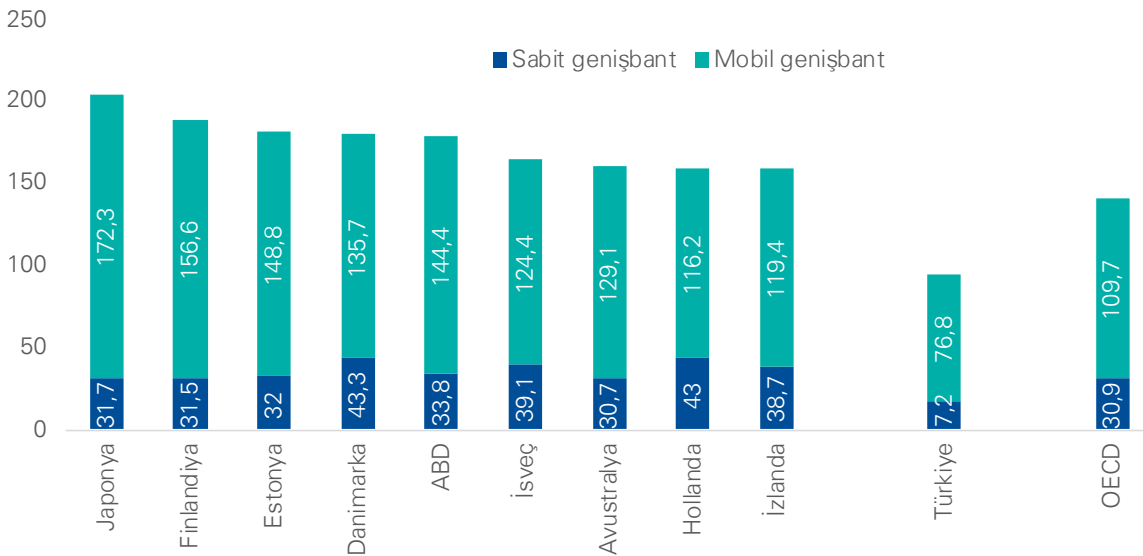
Türkiye ve AB ekonomilerinde mobil penetrasyon oranları (%)



Kaynak: BTK

Benzer şekilde, genişbant internet yaygınlığına bakıldığında da ülkemizin potansiyelin yüksek olduğu göze çarpıyor. OECD genelinde Aralık 2019 itibarıyla sabit genişbant internet yaygınlığı %31 (2018: %30) iken, Türkiye'de sadece %17 seviyesinde (2018: %16) . Mobil genişbant internet yaygınlığı ise OECD ülkelerinde yüzde %110 (2018: %102) iken, Türkiye'de yüzde %75(2018: %75) ile oldukça düşük seviyede bulunuyor.

Geniş bant internet yaygınlığı (%)

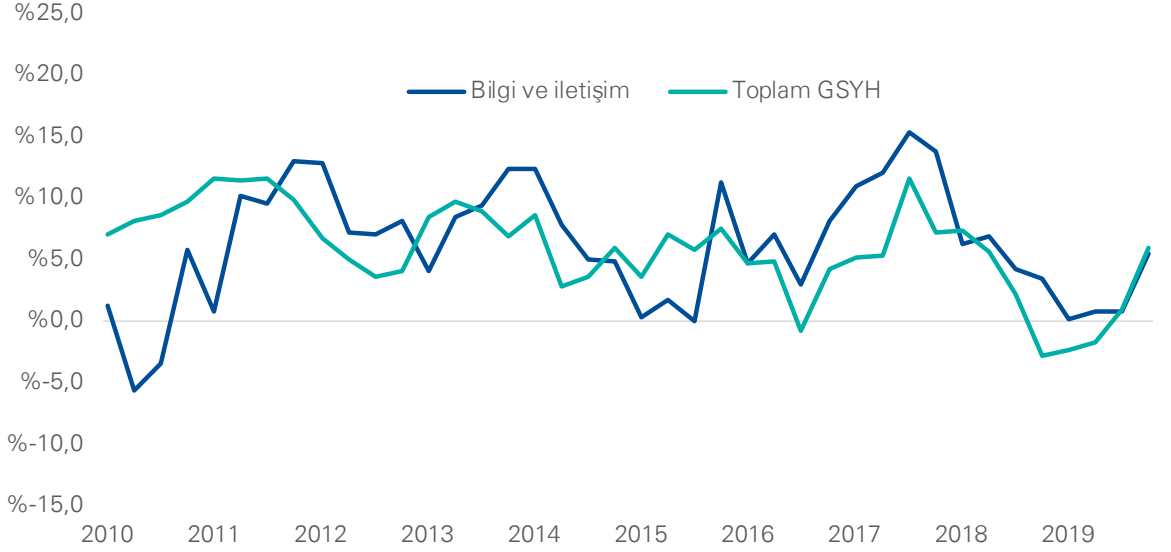


Kaynak: BTK

Sektör ve GSYH

Sektör, ülke GSYH'sindeki büyük dalgalanmalara karşı dirençli yapısıyla dikkat çekiyor. 2015 yılının üçüncü çeyreğinde gelen sıfırın çok az altındaki büyüme rakamı göz ardı edildiğinde 37 çeyrektir büyüyen sektör, 2018-2019 döneminde de büyümeye devam etti. 2009-2019 döneminde çeyrek dönem büyüme ortalaması ülke geneli için %4,9, sektör için ise %5,5 seviyesinde gerçekleşti. Aynı ortalamalar 2017-2019 dönemi için ise sırasıyla %3,8'e karşın %6,7 olarak gerçekleşti.

Çeyrek dönemlik büyüme hızları



Kaynak: TÜİK

Sektörün büyüme performansı genel büyüme performansının üzerinde olmakla birlikte toplam büyüklük içinden aldığı pay, yıllar içerisinde ciddi bir değişiklik göstermiyor. Sektörde 10 yıl öncesinde %2,7'lik payın, uzun yıllardır %2,4-%2,5 bandında gerçekleştiği gözleniyor.

Bilgi ve iletişim sektörünün GSYH içindeki payı



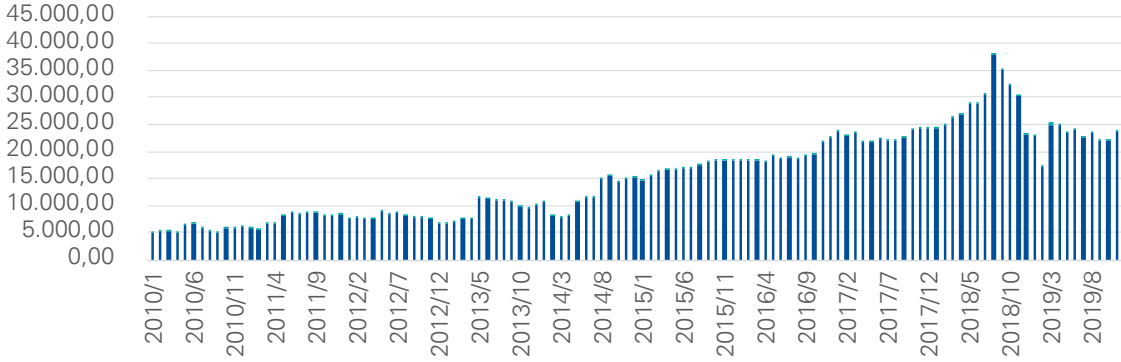
Kaynak: TÜİK

Sektörün mali yapısı

Sektör, yüksek montanlı ve teknoloji yoğun yatırımlarını ağırlıklı olarak özkaynakları, sermaye piyasası ihraçları ve uzun vadeli kredilerle sağlıyor.

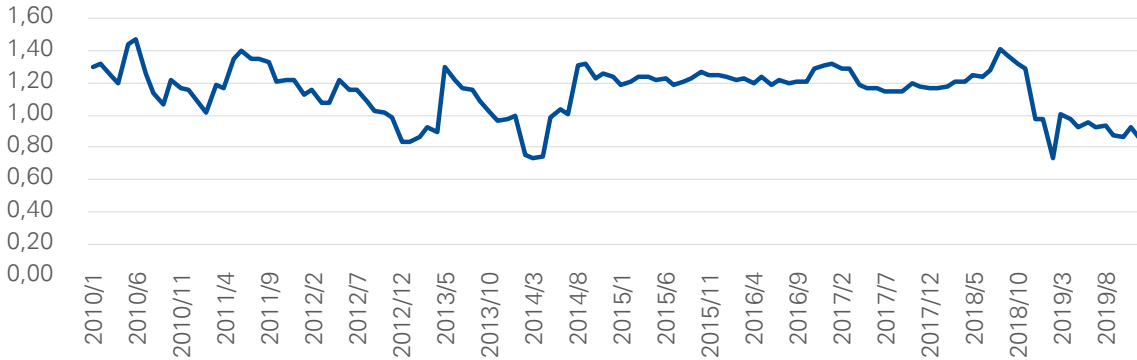
2019 sonu itibarıyla haberleşme sektörünün bankacılık sektörü kredi hacmi 22 milyar TL seviyesinde ölçülürken, bankacılık sektörü içinden aldığı kredi payı ise sadece %0,9 olarak gerçekleşti. 2020 Şubat ayı itibarıyla ise sektörün kredi hacmi 28 milyar TL seviyesini aştı.

Haberleşme sektörü toplam kredi hacmi (Milyon TL)



Kaynak: BDDK

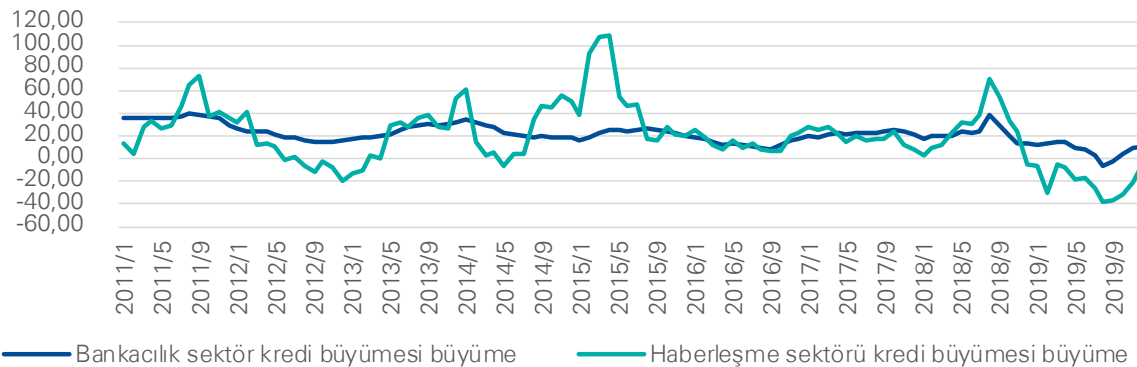
Haberleşme sektörü kredilerinin toplam krediler içindeki payı (%)



Kaynak: BDDK

Kredi büyümesi bacağında, sektörün 2019 yılı süresince kısıtlı bir düşüş kaydettiği göze çarpıyor. Sektörde tahvil ihracı yapılarak alternatif finans kaynağı sağlanan ve özkaynaklar ile sermaye piyasası araçlarının kullanımına devam edilen bu dönemde izlenen daralma normal kabul edilebilir. 2020 yılında ise; sektördeki kredi hacmi Şubat ayı itibarıyla, 2019 yılsonuna kıyasla yaklaşık yüzde 27 oranında bir artış kaydederek yeniden büyümeye geçti.

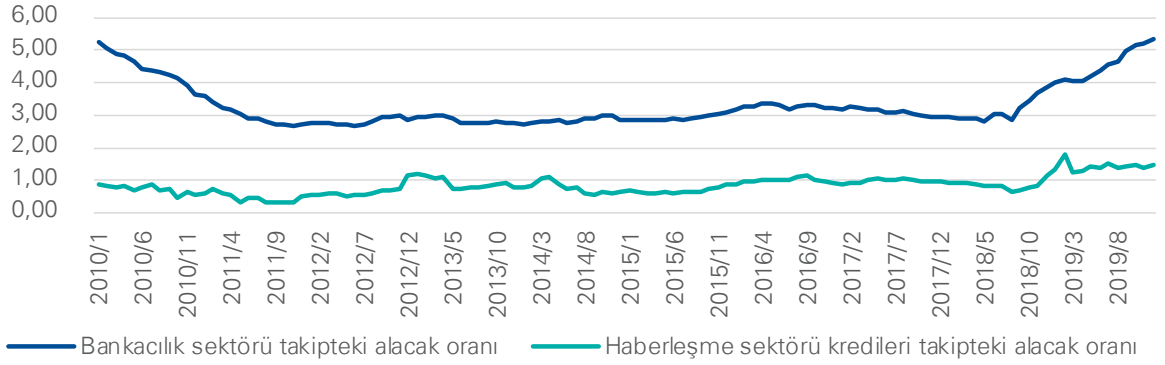
Kredi büyüme oranları (%)



Kaynak: BDDK

Sektör oyuncularının güçlü finansal yapısı, takipteki alacak oranlarında da olumlu yansımalar yaratıyor. Sektörün takipteki alacak oranı bankacılık ortalamasının çok altında; %1,5 seviyesinde gerçekleşti.

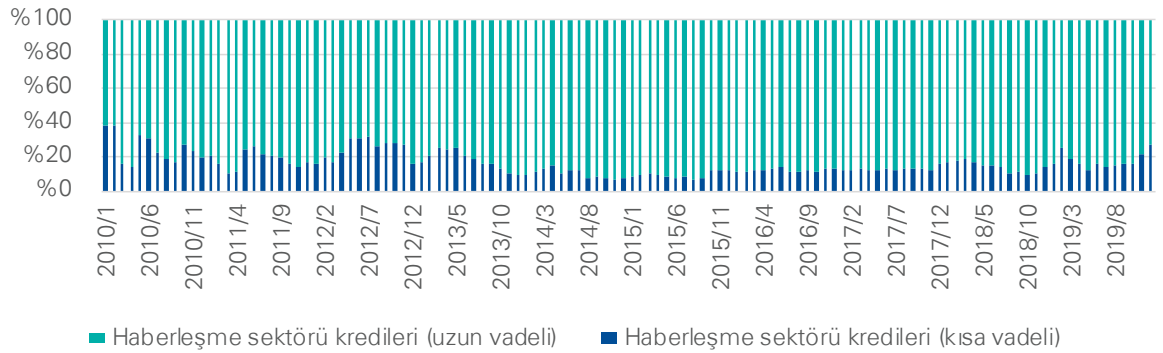
Takipteki alacak oranları (%)



Kaynak: BDDK

Sektör kredilerinin vade yapısı uzun ağırlığını koruyor. Sektör oyuncularının kullandığı kredilerin %27'si kısa vadeliyken %73'ü uzun vadeli olarak sınıflandırılıyor.

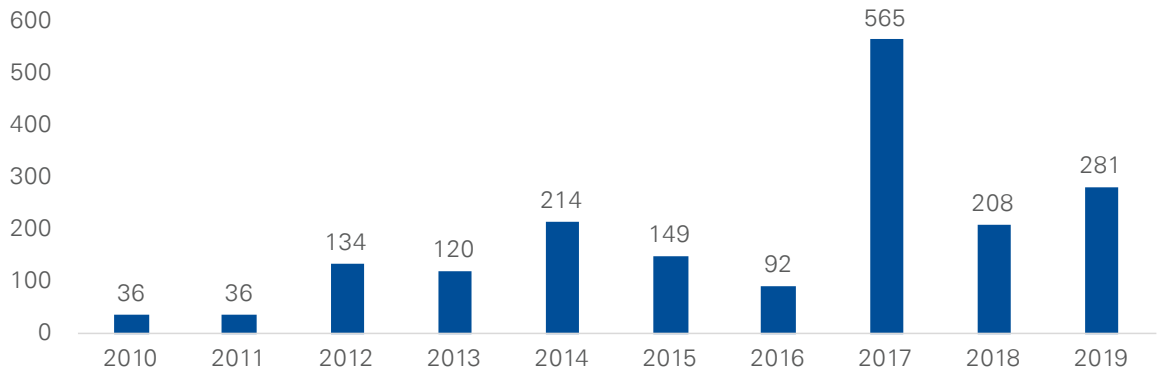
Haberleşme sektörü toplam kredi hacmi (milyon TL)



Kaynak: BDDK

Öte yandan, sektöre 2010-2019 döneminde toplamda 1,8 milyar dolar net doğrudan yabancı yatırım girişi oldu. Bu rakam, aynı dönemde ülke genelindeki yabancı sermaye girişinin %2'sine denk geliyor. Sektör, 2019 yılında ise 281 milyon ABD Doları tutarında doğrudan yabancı yatırım çekti ve ülke genelindeki toplam yabancı sermaye girişi içindeki payını %5'e yükseltti.

Bilgi ve iletişim sektörüne doğrudan yabancı yatırımlar (milyon dolar)

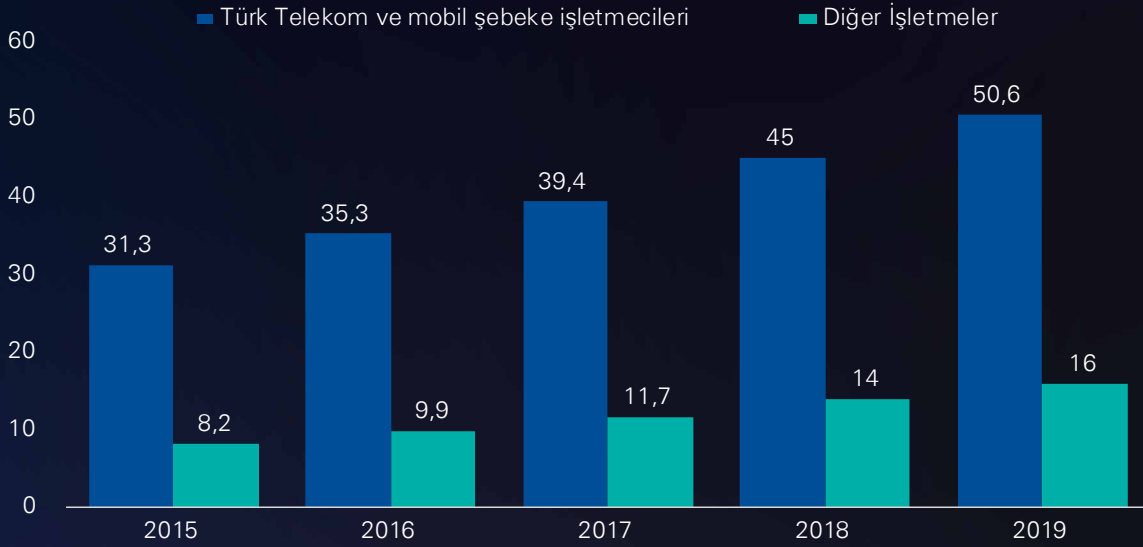


Kaynak: TCMB

Satış gelirleri

Abone sayılarındaki ve yaygınlıktaki artışla birlikte Türk telekomünikasyon sektöründe net satış gelirleri son yıllarda hep çift haneli artışlar kaydediyor. Sektörde 2016 yılında %15 artışla 45,5 milyar TL seviyesine çıkan net satış gelirleri, 2017 yılında %12,5 büyüyerek 51,2 milyar TL düzeyine ulaştı. 2018 yılını %15,4 artışla 59 milyar TL'nin üzerine taşıyan sektörün 2019 yılındaki performansı da benzer seyrediyor. Sektörün 2019 yılındaki toplam net satış geliri yıllık yaklaşık yüzde 14'lük bir artışla 67 milyar TL seviyesine yaklaştı. Türk Telekom ve mobil şebeke işletmecilerinin net satış gelirleri, 2018'e kıyasla yaklaşık yüzde 12'lik bir artışla 50 milyar TL'yi aştı.

Sektör gelirleri net satış gelirleri (milyar TL)



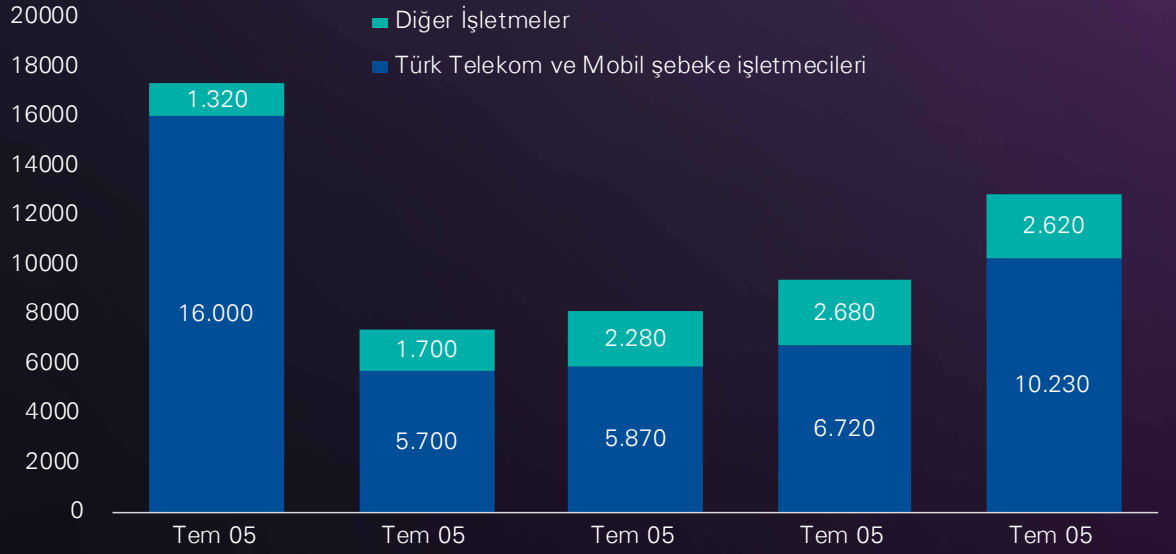
Kaynak: BTK



Yatırım giderleri

Sektör, yapısı gereği güncel kalmak ve pek çok açıdan teknolojik atılımlarda öncü olmak durumunda. Bu sebeple gerek mevcut altyapının idamesi gerekse de ilave yatırımlar başka sektörlerle kıyasla yüksek seyrediyor. Daha önceleri yatırımlarda Türk Telekom ve diğer mobil şebeke şirketleri yatırımları domine etse de, son dönemde diğer işletmelerin yatırım harcamaları da artıyor. Yatırım harcamaları tutarı 2019'da yıllık yüzde 37'lik bir artışla 13 milyar TL'ye yaklaştı. Bu dönemde yapılan yatırımların yüzde 25'i mobil şebeke işletmesi olmayan şirketler tarafından yapılırken, Türk Telekom ve mobil şebeke şirketlerinin 2019 yılındaki yatırımları 2018'e kıyasla %52 oranında arttı.

Bilgi ve iletişim sektörü yatırım harcamaları (milyon TL)



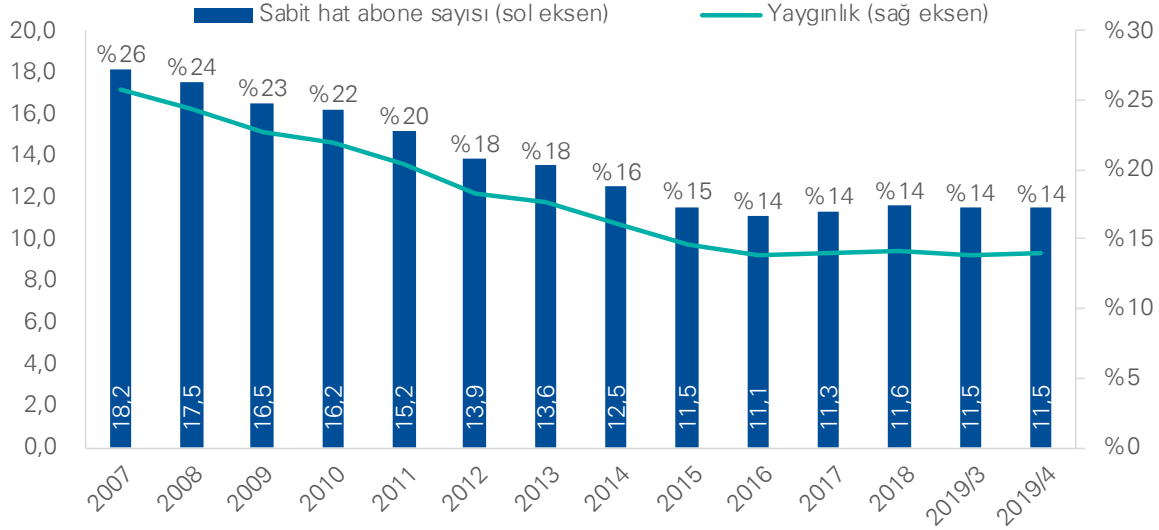
Kaynak: BTK



Sabit pazar

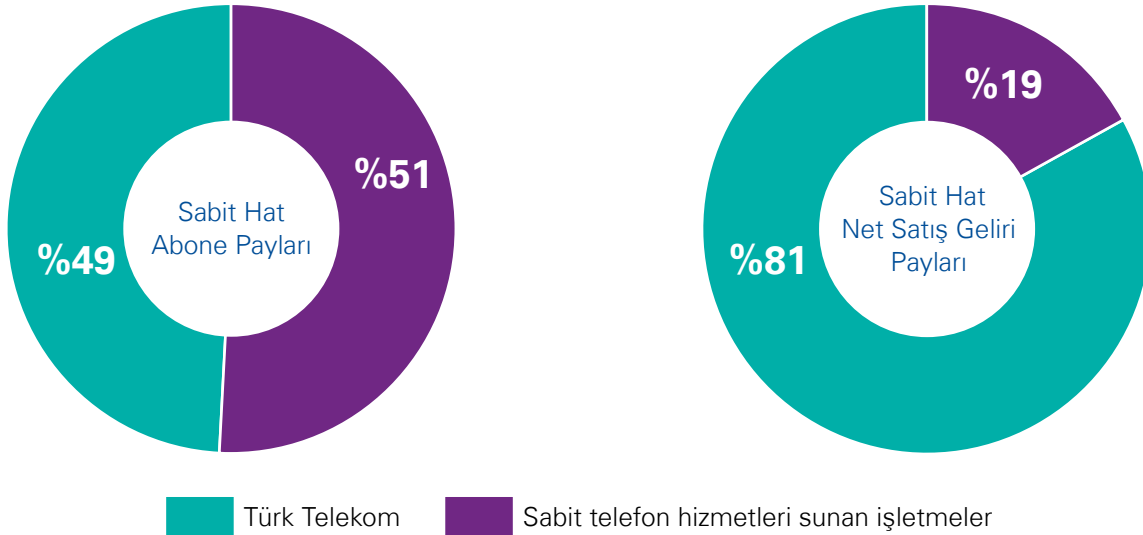
Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de telekomünikasyon sektöründe sabit hat aboneliği azalan bir trend içinde. 2007 yılında 18,2 milyon olan abone sayısı 2019 yılının son çeyreği itibarıyla 11,5 milyon seviyesinde. Sabit hat abone sayısı son beş yıldır 12 milyonun altında bir abone hacmine sahip ve bu rakamın artan nüfusa rağmen yükselmesi beklenmiyor.

Sabit hat abone sayısı (milyon kişi) ve yaygınlık



Kaynak: BTK

Aralık 2019 itibarıyla toplam abone sayısının yaklaşık yarısına sahip olan Türk Telekom, sektördeki toplam sabit hat gelirlerin ise yüzde 81’ünü elde ediyor.



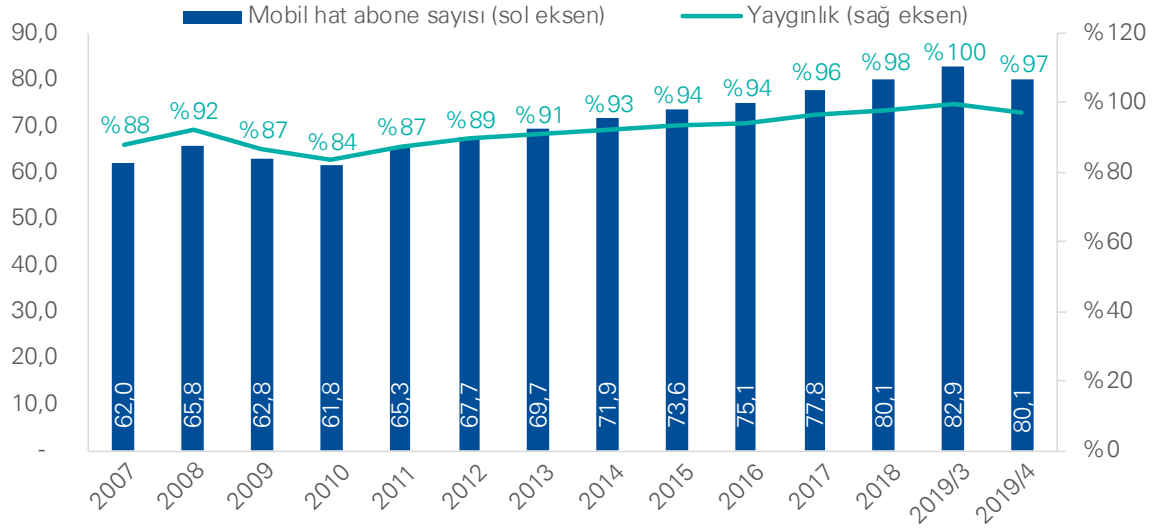
Kaynak: BTK

Son yıllarda sabit telefon hizmetleri sunan işletmeler abone sayısında önemli bir pay elde etseler de, Türk Telekom’un bu alandaki güçlü konumundan pay alabilmek adına girdikleri fiyat rekabeti net satış gelirlerinde ivmelenme yakalanmasını engelliyor.

Mobil pazar

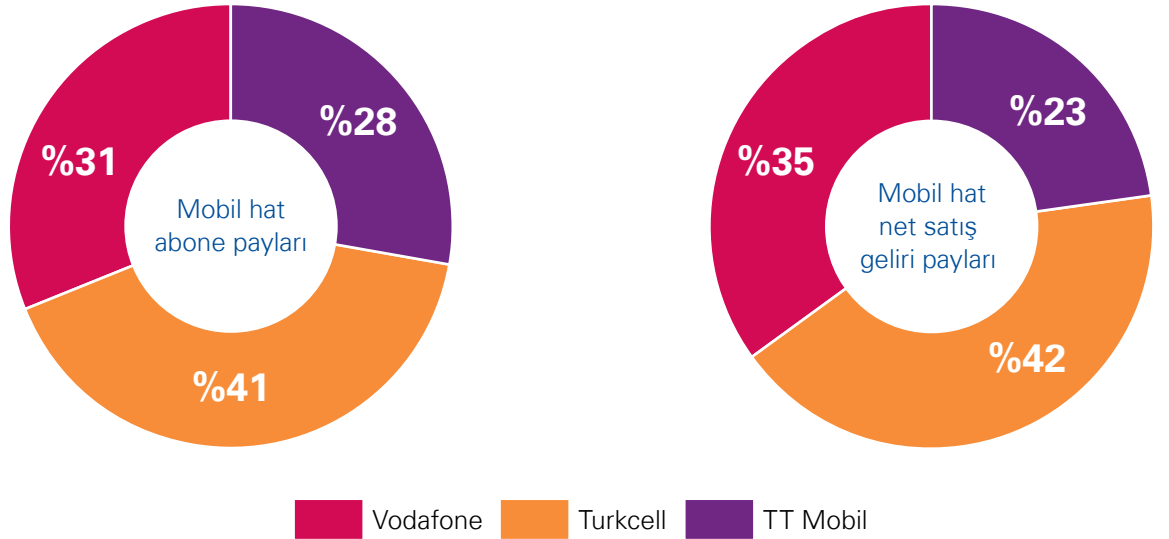
Türkiye’de mobil hat pazar büyüklüğü ve penetrasyonu küresel trendle paralel olarak büyük hızla yükseliyor. 2007 yılında 62 milyon olan mobil hat abone sayısı Eylül 2019 itibarıyla 83 milyon seviyesine ulaşırken, artık ülkede her kişiye yaklaşık bir mobil hat düşüyor. Nüfustaki artışa ve talep kompozisyonundaki ivmeye paralel olarak bu rakamların önümüzdeki dönemde de artmaya devam edeceği tahmin ediliyor.

Mobil hat abone sayısı (milyon kişi) ve yaygınlık



Kaynak: BTK

Mobil hat pazarında üç büyük oyuncu konumlanıyor. Aralık 2019 itibarıyla toplam abonelerin %41’ini elinde bulunduran Turkcell bu alandaki liderliğini korusa da pastadan aldığı pay, rakiplerin hamleleriyle daralmaya devam ediyor. Mobil abonelerin %31’ine Vodafone, %28’ine ise Türk Telekom hizmet veriyor.



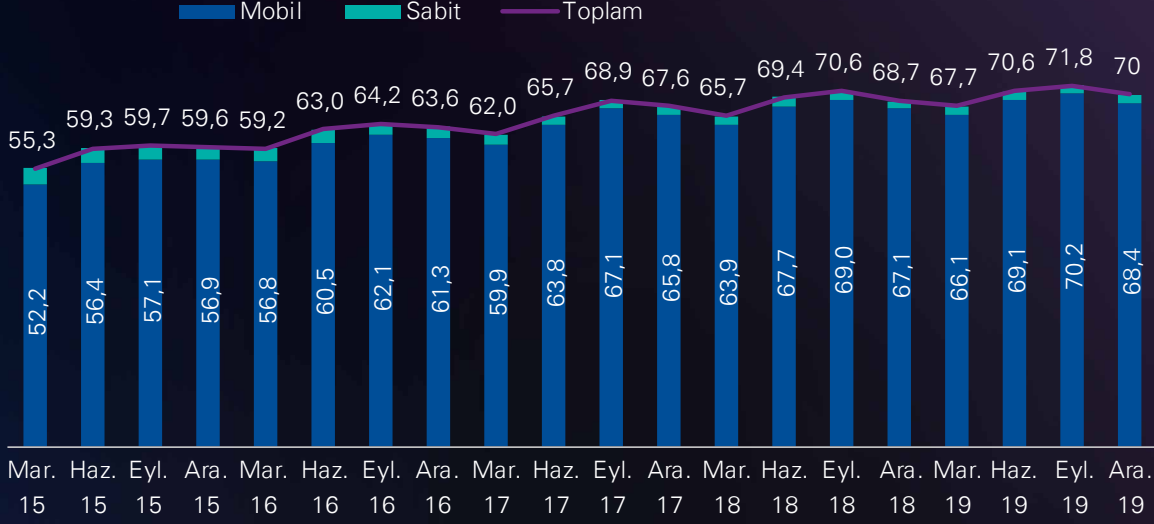
Kaynak: BTK (Eylül 2018)

Net satış gelirlerinde Turkcell %42 oranındaki payıyla lider konumda. Vodafone’un %35 payla ikinci sırada yer aldığı gelir karşılaştırmasında Türk Telekom Mobil ise %23 payla üçüncü sırada yer alıyor.

Sabit ve mobil hatta trafik

Son yıllardaki seyre bakıldığında sabit ve mobil hat abone ve penetrasyon oranlarındaki eğilimlerin benzeri bir tablo, arama trafiğinde de ortaya çıkıyor. 2019 yılında, bir önceki yıla göre toplam trafik miktarı %2,1 artarak 280 milyar dakikaya ulaştı. Bu trafiğin yaklaşık %98'i ise mobil hatlardan geldi.

Üç aylık toplam arama trafik miktarları (milyar dakika)



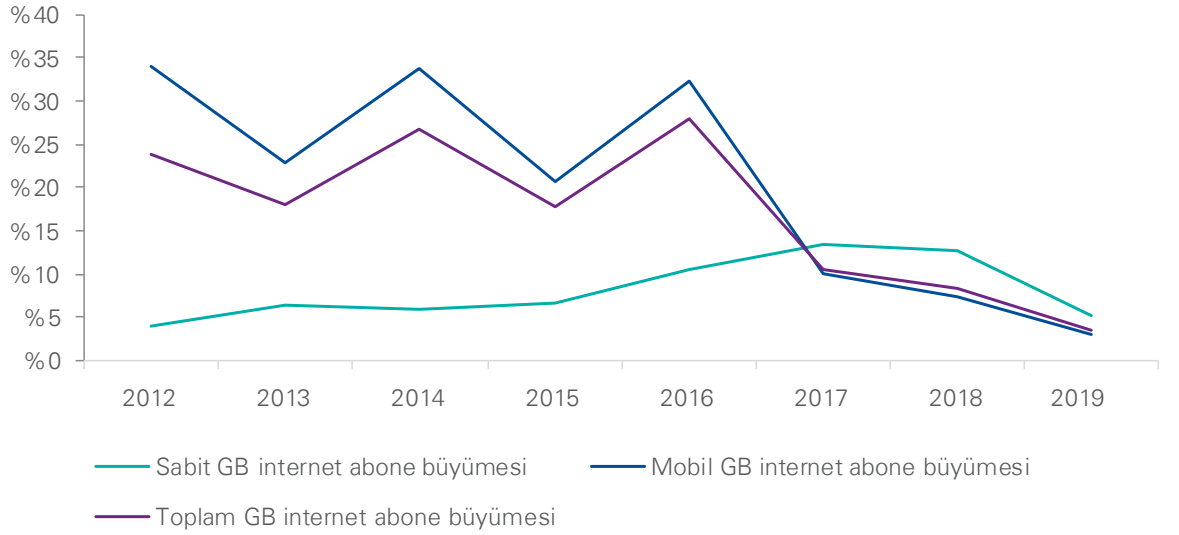
Kaynak: BTK



Geniş bant internet pazar verileri

İnternet ağı ile birlikte bağlantıda kalma gereksinimi artık standartlar arasında yer alıyor. Bu da, doğal olarak genişbant pazarının inanılmaz bir hızla büyümesini sağlıyor. Ülkemizde son 12 yılda 13 kat artan genişbant abone sayısı, ivmesi yavaşlamakla birlikte büyümeye devam ediyor. İvmenin yavaşlaması, yaygınlığın artması ve doğal sınırlara yaklaşmasının sonucu iken, özellikle mobil internette büyüme için hala yer olduğu değerlendiriliyor.

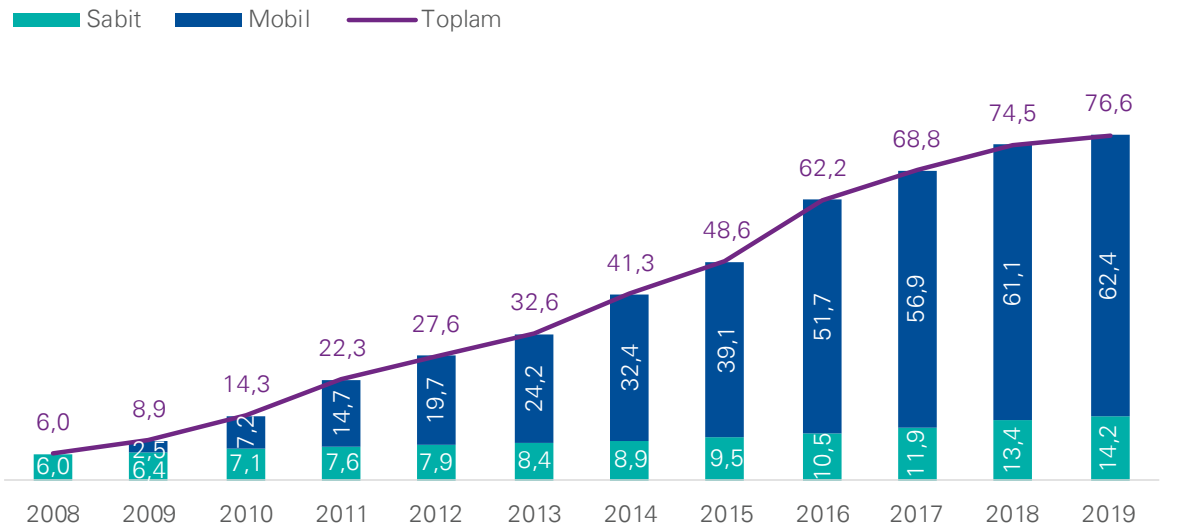
Genişbant internet pazarı büyümesi



Kaynak: BTK

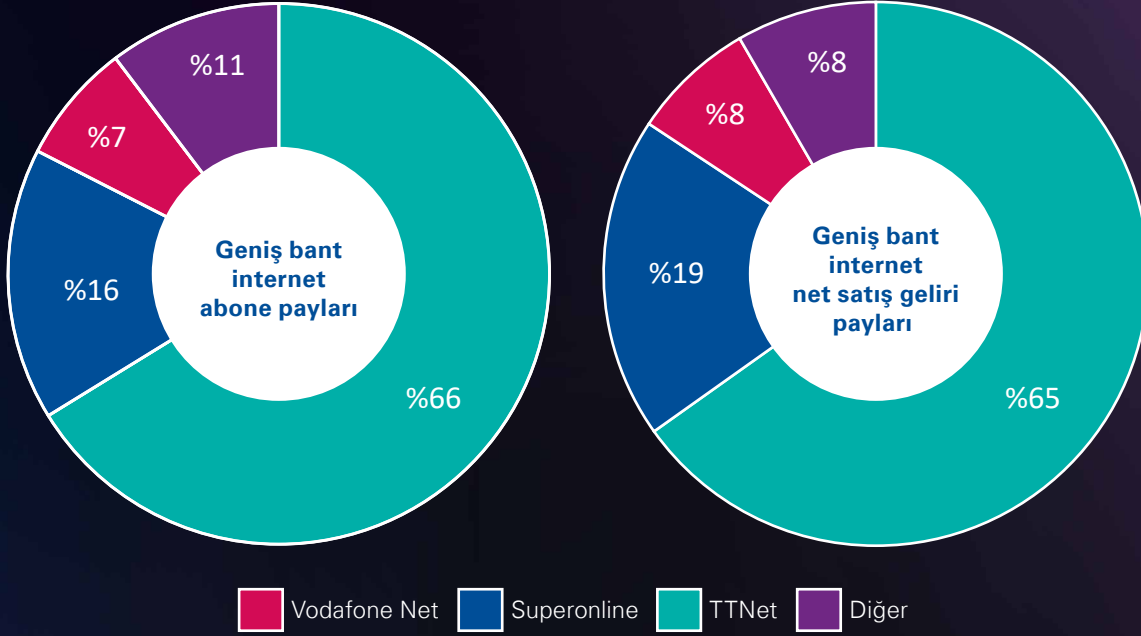
Genişbant internet abone sayısı 2019 yılının son çeyreğinde, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yaklaşık yüzde 3 oranında bir artışla 77 milyona yaklaştı.

Genişbant internet abone sayıları (milyon kişi)



Kaynak: BTK

Genişbant internet pazarında oyuncu sayısı sektördeki diğer segmentlere kıyasla daha çok. Pazarın ana oyuncularını olan TNet ve Superonline, abonelerin yaklaşık %83'ünü elinde bulundururken, sektörde TNet'in tartışmasız liderliği devam ediyor.



Kaynak: BTK (Eylül 2018)

Satış gelirleri tarafında, abone dağılımına paralel bir yapı göze çarpıyor. Sektörün net satış gelirinin %65'ini TNet elde ederken Superonline ise pastadan yaklaşık yüzde 20 pay alıyor.

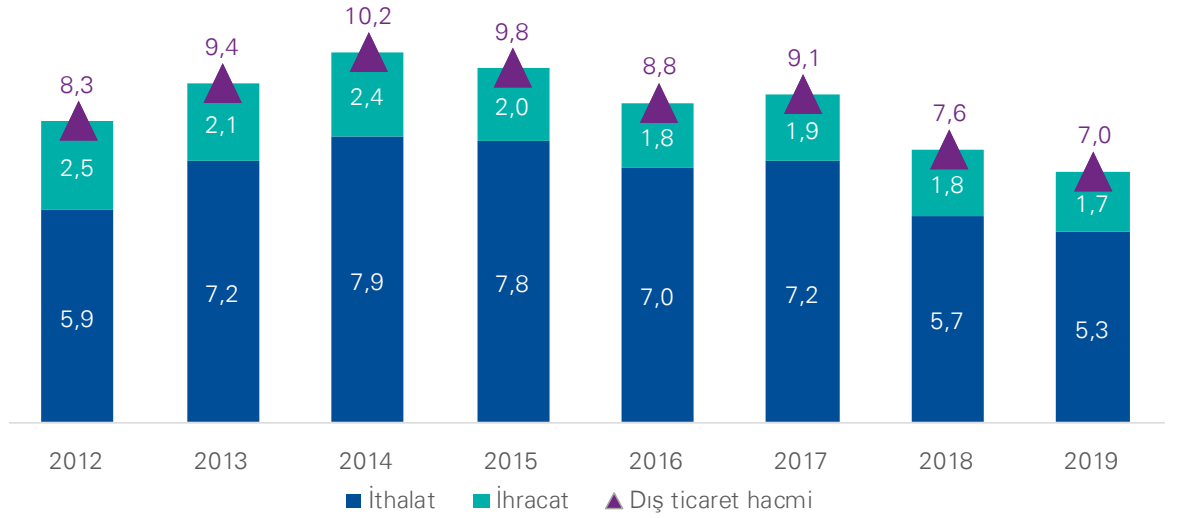


Dış ticaret ve hizmet gelirleri

Telekomünikasyon sektöründe yaygınlık özellikle mobil teknolojiler üzerinden yıllar itibarıyla artmaya devam ederken, sektörün ithalatı 2014 sonrasında devamlı olarak geriliyor. 2014 sonrasında BDDK'nın kredi kartı ile haberleşme cihazlarının taksitli satışına sınırlama getirmesinin yanında, döviz kurlarındaki yükselişler de ithalattaki bu düşüşün nedenleri olarak değerlendirilebilir.

Bu dinamikler ışığında 2014 yılında 7,7 milyar ABD Doları seviyesine çıkan sektörün ithalatı, 2018 yılında döviz kurları ve faizlerdeki hızlı yükselişle 5,7 milyar ABD Doları'na, 2019 yılında ise 5,3 milyar ABD Doları'na geriledi. Bununla birlikte, sektörün ihracat performansı da olumlu bir seyir izlemiyor. 2014 yılında 2,4 milyar ABD Doları olan ihracat rakamı, 2019 itibarıyla 1,7 milyar ABD doları olarak gerçekleşti.

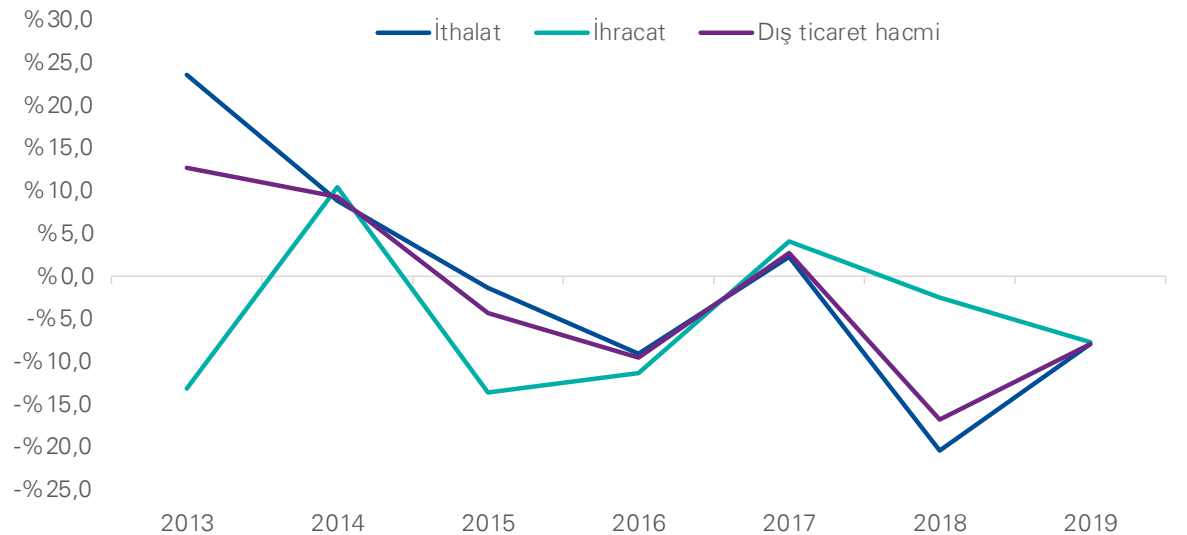
Telekomünikasyon cihaz ve araçları dış ticareti (milyar dolar)



Kaynak: TÜİK

Sektörün dış ticaret hacmindeki daralma sürerken dış ticaret dengesinde görece olumlu bir seyir izlendiğini söylemek mümkün.

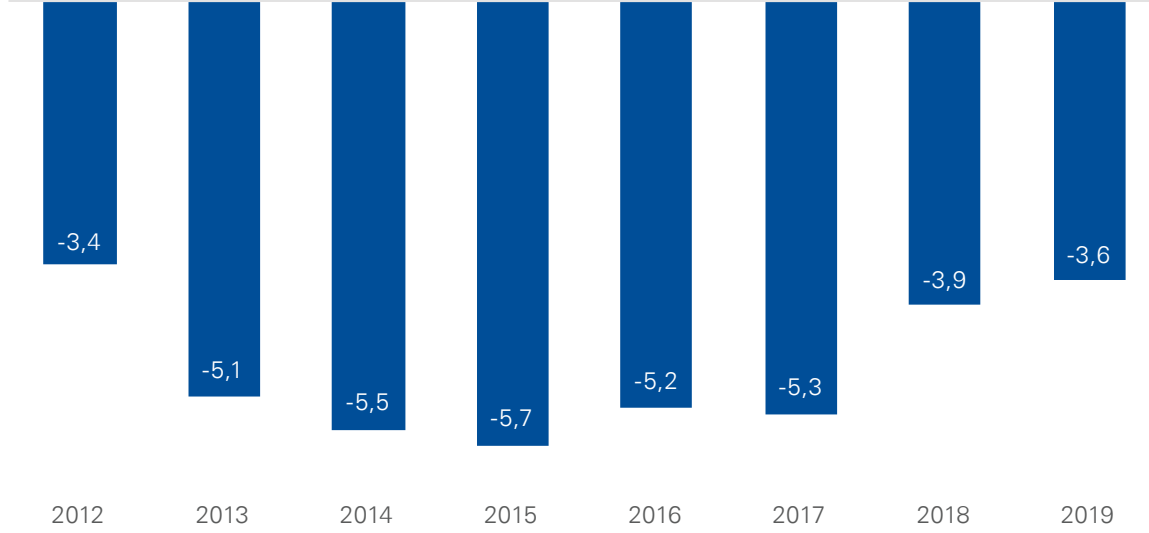
Telekomünikasyon cihaz ve araçları dış ticareti (% değişim)



Kaynak: TÜİK

2019 yılında 3,6 milyar ABD Doları tutarında dış ticaret açığı veren sektör, 2017 yılında 5,3 2018 yılında ise 3,9 milyar ABD Doları açık vermişti.

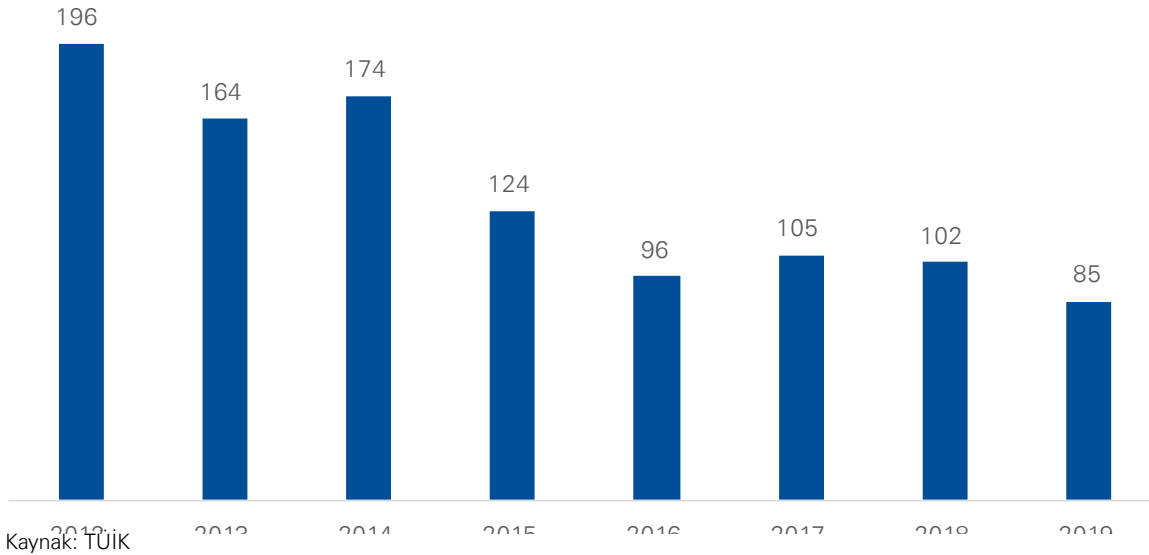
Telekomünikasyon cihaz ve araçları dış ticareti dengesi (milyar dolar)



Kaynak: TÜİK

Sektörün turizm gelirleri içerisinde yer alan dolaşım gelirlerinde de önemli oranda geri çekilme yaşanıyor. Döviz kurundaki yükselişler, turizm sektöründe yaşanan daralma ve birim hizmet gelirlerinin aşağı gelmesi sebepleriyle devam eden trend, geçmişe kıyasla oldukça zayıf bir izlenim veriyor.

Cep telefonu dolaşım harcamaları (milyon dolar)



Kaynak: TÜİK



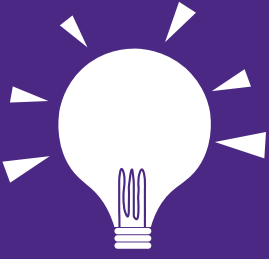
Telekomünikasyon sektörü durum analizi





Güçlü yönler

- Hızlı büyüme trendi ve güçlü talep tabanı
- Güçlü iletişim altyapısı
- Akıllı telefon kullanımındaki yaygınlığın artması
- Elektronik imza ve benzeri mobil uygulamaların yaygınlığının artması
- Sektör şirketlerinin güçlü kurumsal, finansal ve beşeri yapıları
- Sektörün tüketiciler nezdindeki güçlü imajı
- 4.5G altyapısının 5G için büyük ölçüde uyumlu olması
- Sektör oyuncularının sadece iletişim hizmeti sunmak yerine teknoloji şirketlerine dönüşme vizyonu



Fırsatlar

- Endüstri 4.0 dönüşümü kapsamında 5G için yüksek talep beklentisi
- Operatörler için ağ ve servis hizmetinin yanı sıra 5G aracılığıyla geliştirilecek ileri teknoloji sunma imkanı
- Tüm dünyada teknolojinin çok hızlı gelişmesinin etkisiyle telekomünikasyon alanındaki hizmetlerin gelişmesi
- Teknolojiye düşkün ve yeni ürünleri hemen benimseyen, talep eden demografik yapı
- Teknolojik mobil cihazlara olan talebin canlılığı ve internete olan inelastik talep
- Özellikle mobil mecra da var olan penetrasyon potansiyeli
- İçerik ve uygulama sektörünün yüksek dinamizmi
- Elektronik hizmet ve alışveriş sektörünün büyümeye devam etmesi



Zayıf yönler

- Görece düşük sermaye birikimi sebebiyle yatırım harcamalarının yeterli miktarda büyümemesi
- Teşviklerin etkin işlememesi
- Altyapı sağlayıcılarının ileri teknoloji içeren ürünlerde İthalata bağımlılık oranının yüksekliği
- Özellikle vergi mevzuatının karmaşıklığı ve yaşanan hızlı değişimler
- Vergi ve yasal yükümlülüklerin yüksekliği
- Özellikle fiber altyapısının geliştirilmesi noktasında yaşanan hukuki ve mali sorunlar
- Rekabet sebebiyle gelir artışının görece yavaş kalması



Tehditler

- Makroekonomik koşullardaki belirsizlikler
- Mevzuat güncellemelerinin dünya standartlarına uyumu konusundaki aksiyon sıkıntıları
- Mevzuatın dijital dönüşüme uyumlu olmaması sebebiyle yaşanan vergisel sorunlar
- 5G sürecinin yönetimi konusundaki belirsizlikler
- Yeterince hızlı yürümeyen elektronik dönüşüm projeleri
- Siber saldırılar ve yasadışı içerikler

Teknoloji, medya ve telekomünikasyon sektöründe birleşme ve satın alma işlemleri

KPMG Perspektifinden Birleşme ve Satın Alma Trendleri raporuna göre, teknoloji, medya ve telekomünikasyon (TMT) sektörü önceki yıllarda olduğu gibi 2019 yılında da işlem adedi olarak öne çıktı.

Türkiye’de TMT sektöründe geçtiğimiz yıl 102 adet işlem gerçekleştirildi. Yatırımcıların global trendlere uyumlu bir şekilde bu alanda aktif oldukları dikkat çekiyor. Diğer yandan, Türkiye’de 2019 yılında büyük işlemlerin bulunmaması (1 milyar ABD doları üzeri), işlem hacmi büyüklüğüne bir azalma olarak yansdı.

Türkiye’de gerçekleştirilen en büyük 10 işlem arasında, 30 binden fazla e-ticaret sitesinin ödeme alt yapısını sağlayan izyico’nun, global fintech şirketi PayU tarafından 165 milyon dolara satın alınması yer alıyor.

Finansal yatırımcı işlemleri kapsamında, 2019 yılında gerçekleştirilen toplam 61 işlem ile yine TMT sektörü işlem adedi bazında ön plana çıktı. 2019 yılında değeri açıklanan işlemler esas alındığında toplam finansal yatırımcı işlemlerinin hacim bazında %65’inde de TMT sektöründe olduğu gözlemlendi.

AK Portföy, 212 Capital ve Endeavor Catalyst’in ODC İş Çözümleri’nin %35 oranında hissesini 11,2 milyon ABD doları bedelle satın alımı TMT sektöründe öne çıkan en büyük finansal yatırımcı işlemi oldu.

Eski Peak Games çalışanlarının girişimi olan Dream Games’in, Kasım 2019’da Makers Fund öncülüğünde ve Balderton Capital katılımıyla aldığı toplam 7,5 milyon ABD doları tutarındaki çekirdek yatırımı, Türkiye’nin en büyük risk sermayesi yatırımı olarak öne çıktı.

2020 yılında Türkiye’de birleşme ve satın almada ilk verilere baktığımızda, toplam işlem adedi 49 iken, TMT sektörü bu toplam içerisinde 33 adet işlemle öne çıkıyor. COVID-19 sürecinde alıcı şirketlerin likidite yönetimine odaklanmasıyla birlikte birçok sektörde yatırım ve büyüme ajandaları askıya alındı. İletişim teknolojilerinin stratejik öneminin ise artarak devam ettiğini gözlemliyoruz. Birçok şirketin uzaktan çalışma modeline geçmesiyle birlikte telekom altyapısına yönelik talep arttı. Türkiye’deki operatörler veri kullanımında yüzde 50’ye varan artışlar açıkladı. Bu durum, TMT sektörünü yatırım ihtiyacı ön plana çıkan sektörler arasında konumlandırıyor ve yeni işbirlikleri ile yatırımların geleceğini gösteriyor.



Telekomünikasyon sektöründe COVID-19 etkisi

Birçok şirketin uzaktan çalışmaya geçmesi ve eğitimin sanal ortama taşınmasıyla birlikte güçlü altyapı ve kesintisiz hizmet ihtiyacı Telekom firmaları üzerinde olağanüstü bir talep yarattı. Dünya genelinde, covid-19 sürecindeki izolasyon ve karantina uygulamalara paralel olarak, ilk etapta veri trafiğinde yüzde 75'e veren ciddi artışlar gözlemlendi.

Güncel durumda telekom sektöründeki gelişmeleri aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz:

- Telekom şirketlerinin hisse değerlerinde Covid-19 salgını sonucu yaşanan düşüş, menkul kıymetler borsalarındaki genel düşüşe kıyasla daha hafif kalıyor. S&P 500 endeksinde, örneğin, yıl başından bu yana %11,3 düşüş kaydedilmişken, endeks içerisindeki telekom şirketlerinde düşüş oranı %7,4'te kalmıştır.
- Globalde en büyük etkiyi Çinli telekom şirketleri yaşadı. Ülkede son 20 yılın en büyük düşüşünü yaşayarak 2020 yılının ilk çeyreğinde 15 milyon mobil abonelik düşüşü raporlandı. Bu düşüş, şirket hatlarının iptaline bağlanıyor.
- Türkiye'de ise, KPMG Türkiye olarak Covid-19'un etkisiyle, gayri safi milli hasıla tahminlerimize göre 2020 sonunda Bilgi ve İletişim'in GSYH içerisindeki payının %4 oranda artacağını tahmin ediyoruz.
- Türkiye'de hali hazırda gelişime açık olan genişbant penetrasyonunun, Covid-19 ile birlikte artacağı öngörülmüyor.
- Covid-19 öncesinde, Kuzey Amerika, Çin ve Avrupa arasındaki 5G yarışı gündemdeydi. Çin'in salgını daha hızlı kontrol ederek, ticari hareketliliğe daha erken başlayacak olması, ülkede 5G yatırımlarının daha erken gerçekleştirilmesine imkan sunuyor. Ancak şimdilik ara verilen ticaret savaşlarının yeniden başlaması veya kısıtlamalar bu durumu değiştirebilir.
- Türkiye'de Covid-19 dönemi öncesi 5G yatırımlarını halihazırda başlatmıştı. Kurulan '5G Mükemmeliyet Merkezi', üniversitelerin BTK ile imzaladığı '5G Vadisi Açık Test Sahası Protokolü', Vodafone'un Huawei ile yaptığı iş birliği gibi uygulamalar şirketlerin bu yöne hızlı eğilimini açıkça gösteriyor. Başta dijitalleşmede hızlı yol alan sektörler olmak üzere, 5G yatırımlarının devam etmesi bekleniyor.
- 5G'nin öneminin artmasıyla birlikte, sağlık ve üretim sektörlerinde otomasyona yönelik yatırımların da artacağı tahmin ediliyor.

Tedarik zincirinde yaşanan aksaklıklar telekomünikasyon şirketleri için bir takım handikaplar yaratsa da, salgının sebep olduğu ciddi trafik artışı ve çalışma biçimleri üzerindeki etkileri şirketler için salgın sonrasında da etkisini devam ettirecek önemli fırsatlar yaratıyor. Kriz sürecinde iletişim ve haberleşme ağlarına artan talebin, kriz sonrasında da devam edeceği öngörülmüyor.

Konuyla ilgili detaylı bilgi için KPMG Türkiye Strateji ve Operasyonlar Ekibi tarafından hazırlanan "Covid – 19'un Telekom Sektörü Üzerindeki Olası Etkileri ve Telekom Firmaları İçin Eylem Planı" araştırmasını inceleyebilirsiniz. Araştırma, pandemi sürecinin etkilerini güncel verilere dayanarak incelerken aynı zamanda önde gelen Telekom şirketlerinin temel stratejilerine yer vererek, aksiyon önerileri sunuyor.

2020

Projeksiyonu

Türkiye'nin güçlü demografik yapısı ve talep alışkanlıkları, özellikle mobil iletişim sektöründe güçlü ve sürdürülebilir bir gelir tabanı oluşturuyor. Buna karşın sektörde yaşanan yıkıcı fiyat rekabeti gelirlerdeki artışın aynı güçle artmasını engelliyor.

Doğası gereği sürekli ve yüksek montanlı yatırımlara ihtiyaç duyan sektör, gelir bacağına göre zayıf kalması sebebiyle yeterli sermaye birikimini yapamayabilir. Bu noktada, özellikle yurt dışı kaynaklı uzun vadeli fonlama imkanları öne çıksa da, makroekonomik değişkenlerin çokça etkilediği maliyet riski de doğuyor. Yine de, sektörün yatırım harcamalarının önümüzdeki dönemde de temposunu bozmadan artmaya devam etmesi bekleniyor.

Covid-19 sonrası dönemde, yatırımlarda 5G'nin yanı sıra LPWAN (Düşük Güç Geniş Alan Haberleşme Ağı) sisteminin, Nesnelerin İnterneti uygulamalarının yaygınlaşması konusunda Telekom şirketlerinin yatırım ajandalarında bulundurmaları gereken bir seçenek. 2020 yatırım gündemindeki konular arasında VoLTE de öne çıkıyor. Küresel VoLTE pazarının, yüksek internet hızından destek alarak, 2024 yılına kadar yaklaşık yüzde 57'lik bir yıllık bileşik büyüme oranı kaydedeceği tahmin ediliyor. Türkiye'de de, 2020 yılında VoLTE abone sayısını artırmaya yönelik kapasite artış planları yapılıyor.

2020 yılı, her daim mevcut olan kâr baskısının operasyonel verimlilik adımlarıyla dengelenmeye çalışıldığı bir dönem olarak geçecek. Ekonomik aktivitenin durumundan görece bağımsız hareket eden güçlü talebin getirdiği yeni ihtiyaçlar ise gerek mobil yazılım gerekse de yeni nesil teknoloji girişimlerinin desteklenmesini sağlayacak. Yakın geleceğin en büyük yatırımı olan 5G için çalışmalar da hızla devam edecek. Bunlar dışında; dünyada tartışılan dijital hizmet vergisinde ülkeler bazında uygulama farklılıkları bulunuyor. Türkiye, 1 Mart 2020 tarihi itibarıyla dijital hizmet vergisini yürürlüğe koydu. Dünya uygulamaları ile kıyaslandığında %7,5 uygulanacak verginin oranının yüksek olduğu gözleniyor. 2019 hesap dönemi için dijital hizmet vergisi, Türkiye'de elde edilen hasılatı 20 milyon Türk Lirası'ndan ve dünya genelinde elde edilen hasılatı 750 milyon Euro'dan fazla olanları kapsıyor.

Kısaca, bazı dezavantaj ve yasal güncelleme gereksinimlerine karşın, talep sıkıntısı yaşamayan ve kurumsal bütünlüğü üst seviyelerde olan sektör, çekiciliğini ve popüleritesini korumaya devam edecek.

İletişim:



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 Kızıllırmak 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 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.

© 2020 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.