

# Basın Bülteni

## Tüketici Teknolojisi ürünleri pazarı ilk çeyrekte %7,5 büyüdü.

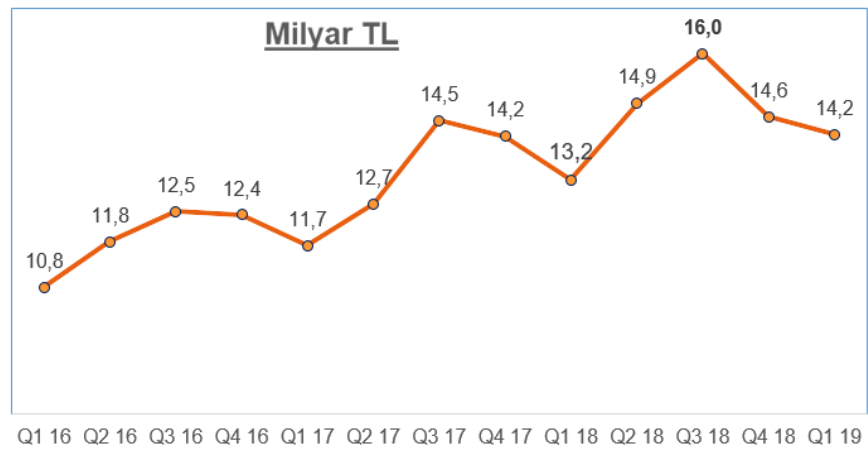
11 Haziran 2019

Naz Şakar  
Marketing and Communications  
T +90 212 368-0700  
F +90 212 368-0799  
[naz.sakar@gfk.com](mailto:naz.sakar@gfk.com)

### GfK TEMAX® Türkiye 2019 İlk Çeyrek Sonuçları

Tüketici teknolojisi ürünleri pazarı, 2019'un ilk çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %7,5'lik bir büyüme performansı ile 14,2 milyar TL ciro değeri elde etti. 2019 ilk çeyreğinde büyümeyi büyük beyaz eşya sektörü sürüklerken, küçük ev aletleri de büyümeye katkı sağlayan diğer bir sektör oldu.

### Tüketici Teknolojisi Ürünleri: Ciro Trendi



### **Telekom: Küçülmeye başladı**

Telekom sektörü 2019'un birinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %6,4 oranında daralarak 6.5 milyar TL'lik ciroya geriledi. Bu daralmada akıllı telefon ürün grubunda gerçekleşen taksit sınırlaması regülasyonu ve döviz kurundaki artışın fiyatlara yansımaları etkili oldu.

Akıllı saatler ve mikrofonlu kulaklıklar %40'ın üzerinde cirosal büyümeyle bir önceki çeyrekteki performansını sürdürmeyi başardı.

### **Bilgi Teknolojileri: Oyun bilgisayarlarında büyüme durdu**

Bilgi teknolojileri sektörü 2019'un ilk çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %15,5 oranında daralarak 1 milyar TL'lik ciroya geriledi. Bu küçülme dolar kurunun dalgalanmasından ve akıllı telefonların IT ürün gruplarını olumsuz etkilemesinden kaynaklanmaktadır.

2018-2019 karşılaştırmasında daralmayı en çok tetikleyen önemli ürün grupları çift haneli küçülme ile dizüstü bilgisayarlar, masaüstü bilgisayarlar ve tabletler olurken, klavye ve mouse küçülmeleri ise tek haneli olmuştur.

2018 yılında oyun bilgisayarları çift haneli büyümesine rağmen özellikle 2019'un ilk çeyreğinde diğer bilgi teknolojileri ürünleri gibi küçülme göstermiş ve geçen yılın ilk çeyreğine göre çift haneli küçülmüştür.

### **Ofis Makineleri ve Sarf Malzemeleri: Yazıcılar sektörü pozitif etkiliyor.**

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri sektörü bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %10,4 oranında küçülerek, 2019 birinci çeyrekte 117 milyon TL ciro elde etti.

2018 ve 2019 senelerinin ilk çeyrekleri karşılaştırıldığında en çok küçülme çift haneli ile yazıcılardan, çok fonksiyonlu yazıcılardan ve kartuşlardan gelmektedir.

2018 yılında fiyat / performans nedeniyle büyüyen tanklı yazıcılar 2019'un ilk çeyreğinde çift haneli küçülmektedir. Fotoğraf yazıcıları ise 2019 yılının ilk çeyreğinde çift haneli büyümektedir.

### **Büyük Beyaz Eşya: Ötv indiriminin olumlu etkisi devam ediyor.**

Kasım ayında uygulamaya alınan ÖTV indiriminin satışlar üzerinde 2019 ilk çeyreğinde de pozitif etkisi olmuştur. Özellikle Mart 2019'da satışlar yüksek bir seviyeye ulaşmıştır.

2019 ilk çeyreğinde, yaklaşık olarak 3.5 milyar TL'ye ulaşan büyük beyaz eşya sektörü geçen sene aynı döneme göre %35'lik cirosal büyüme performansına sahip olmuştur.

Büyük beyaz eşya sektöründe, tüm ürün gruplarında iki haneli büyüme gözlemlenirken sadece fırın ürün grubunun büyüme seviyesi daha düşük bir seviyede kalmıştır.

### **Küçük Ev Aletleri: İnovatif ürünlerle pazar büyüyor.**

Küçük ev aletleri sektörü, 2019 ilk çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre %16 oranında güçlü bir büyüme elde etti ve 1,4 milyar TL ciro seviyesine ulaştı.

Gelişen teknoloji ile pratikleşen ürünler büyümeyi tetiklemekte. Yeni nesil türk kahve makinelerinin ve filtre kahve makinelerinin etkisi ile sıcak içecek hazırlama ve bunun yanı sıra ütü en çok büyüyen kategoriler oldu.

Gıda hazırlama ünitelerinde power blenderlar büyümeye devam ederken saç kurutucu ve şekillendiriciler ortalamasının altında büyüdü.

### **Tüketici Elektronikleri: UHD TV büyüme trendi devam ediyor.**

Tüketici elektronikleri sektörü 2019 ilk çeyrekte 1,7 milyar TL'lik ciro elde ederek 2018 ilk çeyreğine göre biraz düşüş yaşamıştır.

Televizyonlar 2018 yılının ilk çeyreğine göre hafif düşüş yaşasa da sektördeki diğer ürün gruplarına göre daha iyi bir performans göstermiştir.

UHD TV iki haneli büyüme ile ürün grubuna pozitif katkı sağlamaya devam ederken, 51'-59' inç ve 70' inç üstü ürünler pozitif büyüme gösteren segmentler olmuştur.

### **Özet: ÖTV indirimiyle tüketici teknolojisi pazarı büyümeye devam etti.**

Türkiye tüketici teknolojisi pazarında 2019 yılının ilk çeyreği geride kalırken, 2018'in ilk çeyreğine göre %7,5'lik bir büyüme elde edilmiştir.

Kasım ayında başlayan ve 2019 ilk çeyreği boyunca devam eden ÖTV indiriminin etkisiyle büyük beyaz eşya sektörü yüksek büyüme oranı yakalarken, pazar büyümesini de sürüklemeyi başardı. Küçük ev aletleri de çift basamaklı büyüme yakalayan diğer bir sektör olurken, diğer sektörlerde ise daralma yaşandı.

## Özet Tablo

TEMAX Q1-2019

	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	Q1 2019 vs Q1 2018	2019 (milyar TL)	Q1 2019 vs Q1 2018
Consumer Electronics	1.779	1.722	1.999	1.690	-3,5%	1.690	-3,5%
Photo	23	22	18	19	-19,2%	19	-19,2%
Major Domestic Appliances	3.644	5.047	4.417	3.483	35,3%	3.483	35,3%
Small Domestic Appliances	1.453	1.328	1.486	1.407	16,4%	1.407	16,4%
Information Technologies	1.060	1.116	1.127	1.042	-15,5%	1.042	-15,5%
Telecommunication	6.832	6.625	5.418	6.487	-6,4%	6.487	-6,4%
Office Equipment & Consumables	118	128	144	117	-10,4%	117	-10,4%
GfK TEMAX Turkey	14.909	15.988	14.610	14.246	7,5%	14.246	7,5%

Kaynak: GfK TEMAX® Türkiye, GfK

**GfK TEMAX®**, tüketici teknolojisi ürünleri pazarını takip etmek için GfK tarafından geliştirilen bir endekstir. Bulgular GfK perakende paneli tarafından düzenli olarak yapılan araştırmalara dayanır. Perakende paneli tüm dünya genelinde 425.000'in üzerinde satış noktasından alınan datalardan oluşmaktadır. Şubat 2009'dan beri GfK TEMAX® Raporu, GfK tarafından 30'dan fazla ülkede uluslararası düzeyde yayınlamaktadır. Tüm raporlar ve basın bültenlerine [www.gfktemax.com](http://www.gfktemax.com) adresinden ulaşılabilir.

**Basın bülteninden veya [www.gfktemax.com](http://www.gfktemax.com) da yer alan yayınlardan alıntı yapıldığında, lütfen kaynak olarak GfK TEMAX'ı açık olarak belirtiniz.**

Daha fazla bilgi için:

Hande Diker, T: +90 212-368-0700, [hande.diker@gfk.com](mailto:hande.diker@gfk.com)

Naz Şakar T: +90 212-368-0700, [naz.sakar@gfk.com](mailto:naz.sakar@gfk.com)

## GfK

GfK veri ve bilimi birleştirir. İnovatif araştırma çözümleri, şimdi ve gelecekte, tüketiciler, pazarlar, markalar ve medya ile ilgili temel iş sorularına yanıtlar sağlar. Bir araştırma ve analitik ortağı olarak GfK, tüm dünyadaki müşterilerine "Bilgiden Gelen Büyüme" vaat ediyor. Daha fazla bilgi için [www.gfk.com/tr](http://www.gfk.com/tr) adresini ziyaret edin ya da GfK'yı Twitter'da takip edin: <https://twitter.com/GfKTurkiye>