

Basın Bülteni

Tüketici teknolojisi ürünleri pazarı dördüncü çeyrekte %0,7 büyüdü.

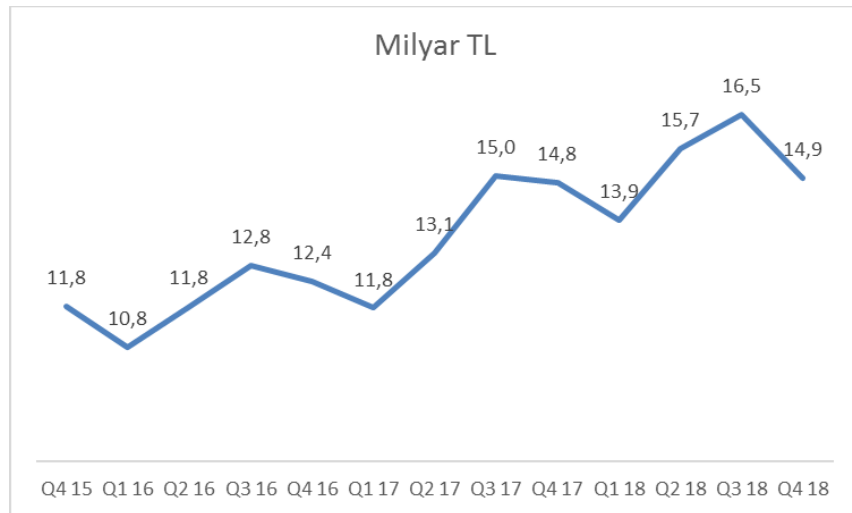
20 Şubat 2019

Naz Şakar
Marketing and Communications
T +90 212 368-0700
F +90 212 368-0799
naz.sakar@gfk.com

GfK TEMAX® Türkiye 2018 Dördüncü Çeyrek Sonuçları

Tüketici teknolojisi ürünleri pazarı, 2018'in dördüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %0,7'lik bir büyüme performansı ile 14,9 milyar TL ciro değeri elde etti. 2018 dördüncü çeyreğinde büyümeye en yüksek katkı çift haneli oranlar ile büyük beyaz eşya ve küçük ev aletlerinden gelirken, tüketici elektroniği tek haneli büyümeyle katkı sağlayan diğer bir sektör oldu.

Tüketici teknolojisi ürünleri: Ciro trendi



GfK Turkey Danışmanlık ve Pazar
Araştırma Hizmetleri A.Ş.
Sultan Selim Mh. Hümeyra Sok..
NEF09 Plaza B Blok, Kat:4
4. Levent – Kağıthane
34415, İstanbul -Türkiye
+902123680700
www.gfk.com/tr

Telekom: Büyüme hız kesti

Telekom sektörü 2018'in dördüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %20 oranında daralarak 5,7 milyar TL'lik ciroya geriledi. Bu daralmada en büyük pay akıllı telefon kategorisinden geldi; akıllı telefon pazarı son çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre ciro sal olarak %21 daraldı. Yeni taksit sınırlamasındaki düzenlemenin Aralık ayına kadar sürmesi en büyük etken olurken, Aralık 2018 itibarıyla taksit sınırlamasının esnetilmesiyle, bir önceki aya göre göreceli iyileşme ile adetsel olarak %25 artış gözlemlendi.

Akıllı telefon fiyatlarındaki kur etkisi ve taksit sınırlamasıyla birlikte, pazar adetsel olarak orta segment ürünlere kaydı ve son çeyrekte %27 adetsel daralma yaşandı.

Akıllı saatler ve mikrofonlu kulaklıklar %60'ın üzerinde ciro sal büyümeyle bir önceki çeyrekteki performansını sürdürmeyi başardı.

Bilgi teknolojileri: Oyun sektörü itici güç oldu

Bilgi teknolojileri sektörü bir önceki yılın dördüncü çeyreğine göre ciro da yaklaşık %20 oranında daraldı ve 1,1 milyar TL ile çeyreği kapattı.

2017-2018 karşılaştırmasında daralmayı en çok tetikleyen önemli ürün grupları tablet ve dizüstü bilgisayarlar olurken, klavye ve mouse büyümeleri ise tek haneli oldu.

Son dönemde artan fiyatlar nedeniyle masaüstü ve dizüstü bilgisayarlar ciro da düşüş yaşarken, oyun bilgisayarlarının ve ultra ince dizüstü bilgisayarların satışları sektöre pozitif büyüme getirmeye devam ediyor.

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri: Tanklı yazıcılar ve fotoğraf yazıcılar sektörü yukarı çekiyor.

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri sektörü bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %1,7 oranında küçülerek dördüncü çeyrekte 152 milyon TL ciro elde etti.

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri sektöründe 2018 ve 2017 seneleri karşılaştırıldığında en çok büyüme çok fonksiyonlu yazıcılardan gelmekle birlikte lazer tonerlerinde de yine çift haneli büyüme gerçekleşti.

Tanklı yazıcılar segmenti fiyat / performansı nedeniyle tercih edildi ve çok fonksiyonlu yazıcıları büyüttü. Fotoğraf yazıcıları da üç haneli büyüyerek 2018 yılında segmentin yıldızı oldu.

Büyük beyaz eşya: ÖTV indiriminin olumlu etkisi

ÖTV indiriminin Kasım ayı başı itibariyle uygulamaya alınması sektöre çok olumlu etkisi oldu.

2018 dördüncü çeyreğinde, yaklaşık olarak 4.5 milyar TL'ye ulaşan büyük beyaz eşya sektörü geçen sene aynı döneme göre %55'lik büyüme performansına sahip oldu.

Büyük beyaz eşya sektöründe, tüm kategorilerde büyüme gözlenirken en düşük büyümeler derin dondurucu ve fırın toplamında görüldü.

Kasım ayında yüksek büyümeye ulaşan sektör Aralık ayında büyümesini daha da artırarak devam ettirdi.

Küçük ev aletleri: İnovatif ürünlerle pazar büyüyor.

Küçük ev aletleri sektörü, 2018 dördüncü çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre %15 oranında güçlü bir büyüme elde etti ve 1,5 milyar TL ciro seviyesine ulaştı.

Gelişen teknoloji ile pratikleşen ürünler büyümeyi tetikliyor. Yeni nesil Türk kahve makinelerinin etkisi ile sıcak içecek hazırlama ve power blenderların etkisi ile gıda hazırlama en çok büyüyen kategoriler oldu.

Süpürgeler yüksek fiyatlı ürünler ile büyümeye devam ediyor. Siklonik filtreli süpürgeler büyümesine devam ederken, şarjlı dik süpürgelere olan talep de artıyor.

Tüketici elektroniği: UHD trendi devam ediyor

Tüketici elektroniği sektörüne toplam olarak bakıldığında, 2018 dördüncü çeyrekte 2,0 Milyar TL'lik ciro elde ederken 2017 aynı döneme göre hemen hemen aynı seviyede kaldı.

Sektörde tek büyüyen TV kategorisinde, geçen sene aynı döneme göre %1 civarı cirosal büyüme oranı yakalanırken, Ekim ayı rakamlarında bir önceki sene aynı aya göre daralma meydana geldi.

Ultra yüksek çözünürlüklü TV'lerin cirodan aldığı pay bir önceki sene %48 iken 2018 dördüncü çeyrekte %52'ye ulaştı, Smart ürünlerin payı da %70'den %73'e yükseldi.

Özet: ÖTV indirimi sektörü ayakta tuttu!

Türkiye tüketici teknolojisi pazarında 2018 dördüncü çeyreği geride bırakırken, 2017 dördüncü çeyreğe göre %0,5'lik bir büyüme elde edildiği görüldü.

Temmuz ve Ağustos aylarında pozitif ilerleyen trendin, Eylül ayında artan fiyatlar ve yeni taksit sınırlandırmalarıyla beraber değiştiği gözlemlendi. Bu gelişmelerden Bilgi Teknolojileri ve Telekom en çok etkilenen sektörler olurken, son çeyrekte geçen senenin aynı dönemine göre çift basamaklı daralma yaşadılar.

Tüketici teknolojisi pazarını yukarı çeken ise, ÖTV indirimlerinin etkisiyle son çeyrekte başarılı bir performans gösteren büyük beyaz eşya ve küçük ev aletleri oldular.

Özet tablo

	Milyar TL				Q4 18 vs Q4 17	2018 (milyar TL)	2018 vs 2017
	Q1 18	Q2 18	Q3 18	Q4 18			
CONSUMER ELECTRONICS	1.754	1.779	1.723	2.000	0,5%	7.255	8,1%
PHOTO	23	23	22	19	-23,6%	87	-21,4%
MAJOR DOMESTIC APPLIANCES	2.575	3.644	5.047	4.417	55,4%	15.683	11,3%
SMALL DOMESTIC APPLIANCES	1.213	1.459	1.333	1.491	15,5%	5.496	17,2%
INFORMATION TECHNOLOGY	1.279	1.115	1.165	1.172	-19,8%	4.731	-2,2%
TELECOMMUNICATIONS	6.937	7.517	7.052	5.676	-19,5%	27.182	14,7%
OFFICE EQPT. & CONSUMABLES	135	123	132	152	-1,7%	543	8,9%
TEMAX	13.917	15.660	16.474	14.927	0,7%	60.977	11,6%

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 adresinden ulaşılabilir.

Basın bülteninden veya 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

Naz Şakar T: +90 212-368-0700, naz.sakar@gfk.com

GfK

GfK veri ve bilimi birleştirir. İnovatif araştırma çözümleri, şimdi ve gelecekte, tüketiciler, pazarlar, markalar ve medya ile ilgili temel iř 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 adresini ziyaret edin ya da GfK'yı Twitter'da takip edin: <https://twitter.com/GfKTurkiye>