

TUYAD

**TELEKOMÜNİKASYON UYDU VE ELEKTRONİK
SANAYİCİLERİ İŞ İNSANLARI DERNEĞİ**

**TUYAD 2025 TÜRKİYE
TELEVİZYON VE SET ÜSTÜ KUTU
PAZARI SEKTÖR RAPORU -
TUYAD 2026 YILI SEKTÖREL
ÖNGÖRÜLER**

26.*^{birlikte} yıl*

TUYAD (Telekomünikasyon Uydu ve Elektronik Sanayicileri İş İnsanları Derneği), uydu TV sektöründe faaliyet gösteren firmalar tarafından 2001 yılında İstanbul'da kurulmuş, kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur.

Dernek; Türkiye'nin önde gelen uydu operatörleri, TV platformları, televizyon ve uydu alıcısı üreticileri, altyapı ekipman üreticileri ve hizmet sağlayıcılarını bünyesinde barındırmaktadır.

TUYAD'ın temel amacı, Türkiye'de uydu ve yayıncılık sektörünün gelişimine katkı sağlamak, sektörel iş birliklerini teşvik etmek ve üye firmalar arasında bilgi paylaşımını güçlendirmektir. Dernek, üyelerine çeşitli hizmetleri ücretsiz olarak sunmakta; düzenlediği etkinlikler aracılığıyla kamu kurumları ile doğrudan temas kurarak üyelerinin sektörel taleplerini ve sorunlarını ilgili mercilere iletmektedir.

2025 yılı itibarıyla 54 üye firmayı temsil eden TUYAD, aynı yıl içerisinde yaklaşık 15 milyar ABD doları tutarında ihracata katkı sağlamıştır. Sektördeki temsil gücü ve teknik birikimi sayesinde, regülasyon kurumları tarafından hazırlanan genelge ve uygulamalarda TUYAD'ın görüş ve raporlarına sıklıkla başvurulmaktadır.

TUYAD, günlük yaşamın yaklaşık %60'ında doğrudan veya dolaylı biçimde yer alan ve yaşam kalitesini artıran uydu teknolojilerinin kullanımını desteklemektedir.

Gelişen diğer iletişim çözümleriyle birlikte uyduların entegre sistemlerde etkin bir şekilde kullanılmasının önemine inanan dernek, bu alanda teknik ve düzenleyici çalışmalar yürütmektedir. TUYAD, aynı zamanda, Global VSAT Forum (GVF) Türkiye partneri olarak uluslararası platformda da aktif rol üstlenmektedir.

Kadın istihdamını teşvik etmeyi hedefleyen TUYAD, sektörde görev yapan kadın çalışanlara yönelik çeşitli toplantılar düzenlemekte ve kadın yöneticilerle bir araya gelerek sektörel ve sosyal konularda görüş alışverişinde bulunmaktadır.

Yüksek çözünürlüklü HD yayınları son kullanıcıya ilk kez sunan, QFHD yayınlara öncülük etmeye hazırlanan uydu TV sistemleri, yalnızca yayıncılık alanında değil, aynı zamanda küresel iletişimde de stratejik bir rol üstlenmektedir. Bu denli önemli bir sektörün ortak sesi olma sorumluluğunu taşıyan TUYAD, üyelerini ve sektörü ulusal ve uluslararası düzeyde temsil etmektedir.



Hayrettin Özaydın
TUYAD Yönetim Kurulu Başkanı

YÖNETİM KURULU ÜYELERİ



KURUMSAL ÜYELER



TKGS ONAYLI MARKALAR

NETA	SUNNY	OLIMPIA	Goldmaster	Amstrad HD Satellite And TV Systems	STAY TECH	VESTEL
dream	REDLINE	ROVELL ideas for technology	KAMOSONIC	DIGILINE	KORAX	TECHNOBOX
HERZ	DIGIPOLL	Jameson	MEGASAT	KAWAI	ShowMax	Next & NextStar SATELLITE SYSTEMS
botech	CVS	SUNPLUS powered by hitech	KIZIL ELEKTRONİK Kolaylaştırılmış Kurumsal Çözümler	Allbox	SAMSUNG	Southline
PREMIER HD ready, HD ready...	KAON	ROSE	SUPERMAX SATELLITE SYSTEMS	ANTSTAR	WISMANN	ATOMSAN ELEKTRONİK SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ.
beko	arçelik	onli electronics	RAM tech	UsKey	MOONSTAR	HIREMCO SINCE 1972
microstar TECHNOLOGY	B2 technology	PROFILO	threebox	DIJITSU	TCL	Sine Power Plus
wellbox	Sabio	TEKNGLINE	Fobem	Skytech	AXEN	NORDMENDE
HYUNDAI	weston	CONTI	SUNGATE	MAGBOX	SENNA	ONVO
PLATO	PHILIPS	HUMAX	LG	GRUNDIG	MOONSTAR	FULL TV

2025 TÜRKİYE TELEVİZYON VE SET ÜSTÜ KUTU PAZARI SEKTÖR RAPORU ve 2026 YILI SEKTÖREL ÖNGÖRÜLER

TUYAD – Telekomünikasyon Uydu ve Elektronik Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği Hakkında

TUYAD (Telekomünikasyon Uydu ve Elektronik Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği), 2001 yılında İstanbul’da kurulmuş, uydu yayıncılığı, TV platformları, telekomünikasyon altyapıları ve elektronik sanayisinde faaliyet gösteren üretici ve hizmet sağlayıcı firmaları temsil eden, kâr amacı gütmeyen köklü bir sivil toplum kuruluşudur. Sektörde kaliteyi, yerli üretimi, istihdamı ve ihracatı artırmayı hedefleyen TUYAD; kamu kurumları, düzenleyici otoriteler ve üniversitelerle iş birliği içinde teknik ve mevzuat çalışmalarına katkı sağlamakta, üyeleri arasında iş birliği ve bilgi paylaşımını güçlendirmekte ve Türkiye’yi uluslararası platformlarda temsil etmektedir. Ayrıca afet anlarında uydu iletişiminin sürekliliği ve kriz yönetimi kapsamında düzenli olarak sertifika programları gerçekleştirmekte; bugüne kadar bu alanda 15.000’in üzerinde kişiye eğitim vermiştir.

GİRİŞ VE RAPORUN AMACI

Bu rapor, 2025 yılı itibarıyla Türkiye’de üretilen, ithal edilen, ihraç edilen ve yurt içinde satılan televizyonlar ile set üstü kutuların (uydu alıcıları, kablo alıcıları ve IP box’lar) sektör genelindeki görünümünü ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışma, marka veya firma bazlı bir değerlendirme içermemekte; toplam sektör verileri esas alınarak bütüncül bir yaklaşımla ele alınmaktadır.

Raporun temel amacı; sanayiciler, distribütörler, bayiler ve esnaf başta olmak üzere sektör paydaşları için sahada karşılığı olan, stratejik ve operasyonel karar süreçlerine katkı sağlayacak bir referans doküman oluşturmaktır.

Çalışma kapsamında ayrıca, IP TV pazarının mevcut durumu, izleyici tercihleri doğrultusunda yöneldiği alanlar ve önümüzdeki döneme ilişkin teknolojik gelişmeler ile yeni uygulama ve hizmet modellerine dair öngörüler de değerlendirmeye alınmaktadır. Bu çerçevede, değişen tüketim alışkanlıklarının ve dijital yayıncılıktaki dönüşümün sektör üzerindeki etkileri genel hatlarıyla ele alınmaktadır.

METODOLOJİ VE KAPSAM

Bu raporda kullanılan veriler; sektör paydaşlarından temin edilen bilgiler, 2025 yılı gerçekleştirmeleri ile 2026 yılına ilişkin öngörüler esas alınarak hazırlanmıştır. Satış adetleri, toplam pazar büyüklüğünü yansıtacak şekilde yuvarlatılmış olup, rakamlar sektörün genel eğilimlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışmada yer verilen fiyat bilgileri, liste fiyatları üzerinden değil; pazarın fiili koşullarını daha doğru yansıtabilmesi amacıyla ortalama piyasa fiyatları dikkate alınarak oluşturulmuştur. Rapor kapsamında Türkiye iç pazarı, ihracat ve ithalat verileri birlikte ele alınmış; sektörün üretim, dış ticaret ve iç satış dinamikleri bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir.

Ayrıca, televizyon ve set üstü kutu pazarını etkileyen dijital yayın platformları, internet tabanlı hizmetler ve abonelik modelleri de kapsam dâhilinde incelenmiş; bu platformların kullanım düzeyleri ile izleyici tercihlerinin hangi yönlere evrildiğine ilişkin genel eğilimlere yer verilmiştir.

2025 TÜRKİYE TELEVİZYON PAZARI GENEL GÖRÜNÜMÜ

Türkiye’de televizyon ve set üstü kutu üretimi alanında faaliyet gösteren 11 üretim tesisi ve pazarda bilinen 89 marka bulunmaktadır. Bu markaların önemli bir bölümü üretim faaliyetlerini Türkiye’de, ağırlıklı olarak İstanbul merkezli tesislerde sürdürmektedir. Ar-Ge çalışmalarının ise büyük ölçüde Çin’de yürütüldüğü, özellikle ana kart tasarımı, yazılım geliştirme ve bileşen optimizasyonu süreçlerinde Asya merkezli teknoloji altyapısından faydalandığı görülmektedir. Bu yapı, Türkiye’nin montaj, entegrasyon ve ihracat gücünü korurken; küresel tedarik zinciri ile entegre bir üretim modeli ortaya koymaktadır.

2025 yılı itibarıyla Türkiye televizyon pazarı hem iç pazar dinamikleri hem de ihracata dayalı üretim yapısıyla güçlü konumunu korumaktadır. Türkiye iç pazarında televizyon satış adetleri yaklaşık 3,4 – 3,6 milyon adet seviyesinde gerçekleşirken, Türkiye’de üretilerek yurt dışına ihraç edilen televizyon adedi yaklaşık 8,5 – 9 milyon adet aralığında seyretmektedir. İç pazara yönelik ithal televizyon adedi ise yaklaşık 400 – 500 bin adet düzeyindedir.

Bu veriler, Türkiye’nin 2025 yılında da Avrupa’nın en büyük televizyon üretim merkezlerinden biri olma konumunu sürdürdüğünü açıkça ortaya koymaktadır. Yerli üretimin yüksek ihracat kapasitesi, Türkiye’yi sadece bölgesel değil, küresel ölçekte de önemli bir tedarik merkezi haline getirmekte; iç pazarın ise ağırlıklı olarak yerli üretimle karşılandığı bir yapı devam etmektedir. İthal ürünler daha çok belirli segmentlere ve özel ürün gruplarına odaklanmakta olup, toplam pazar içindeki payı sınırlı seviyede kalmaktadır.

Ekran boyutu bazında değerlendirildiğinde, 2025 yılı televizyon satışlarının yaklaşık %28'i 32–43 inç aralığında, %42'si 50–55 inç aralığında ve %30'u 58 inç ve üzeri segmentte gerçekleşmektedir. Bu dağılım, tüketici tercihlerinin giderek daha büyük ekranlara yöneldiğini, ancak fiyat-performans dengesinin hâlen belirleyici bir unsur olduğunu göstermektedir.

Özellikle 55 inç segmenti hem fiyat erişilebilirliği hem de perakende ve kampanya destekleri sayesinde pazarın ana omurgasını oluşturmaktadır. Bu segment, hane yenileme talepleri, dijital yayın platformlarının yaygınlaşması ve yüksek çözünürlüklü içerik tüketiminin artmasıyla birlikte, geniş kitleler tarafından tercih edilmektedir. 58 inç ve üzeri büyük ekranlı televizyonların payındaki artış ise, tüketicilerin ev içi eğlence deneyimine daha fazla yatırım yapma eğiliminin güçlendiğine işaret etmektedir.

TELEVİZYON FİYAT ANALİZİ

2025 yılı itibarıyla televizyon pazarında fiyat oluşumları, üretim maliyetleri, döviz kuru hareketleri, kampanya dönemleri ve tüketici talep yapısı çerçevesinde şekillenmektedir. Referans segment olarak ele alınan 55 inç televizyonlar hem satış hacmi hem de pazar temsiliyeti açısından fiyat analizlerinde temel gösterge niteliği taşımaktadır.

Bu çerçevede, 55 inç televizyonlarda giriş seviye ürünlerin fiyatları yaklaşık 12.000 TL seviyesinde konumlanmaktadır. Orta segmentte yer alan modellerde fiyat aralığı yaklaşık 17.000 – 21.000 TL bandında seyrederken, üst segment ürünlerde fiyatlar yaklaşık 23.000 – 27.000 TL aralığında oluşmaktadır. Segmentler arasındaki fiyat farkları; panel teknolojisi, çözünürlük seviyesi, akıllı TV özellikleri, yazılım altyapısı ve marka konumlandırması gibi unsurlardan kaynaklanmaktadır.

Kampanya ve indirim dönemlerinde, özellikle perakende ve zincir mağaza kanallarında fiyatların kısa süreli olarak aşağı yönlü esnediği görülmektedir. Ancak artan üretim, lojistik ve finansman maliyetleri nedeniyle taban fiyat seviyelerinin genel olarak korunduğu, kampanya etkisinin sınırlı ve geçici kaldığı gözlemlenmektedir. Bu durum, fiyat rekabetinin ağırlıklı olarak kampanya zamanlaması ve ödeme koşulları üzerinden yürütüldüğüne işaret etmektedir.

SET ÜSTÜ KUTU PAZARI (UYDU, KABLO, IP BOX)

Son yıllarda anten ve koaksiyel kablo gerektirmeyen, tamamen internet tabanlı izleme seçenekleri tüketici tercihlerinde belirgin şekilde öne çıkmış ve %50'nin üzerinde bir oranla ilk sıraya yerleşmiştir. Günümüzde üretilen televizyonların tamamına yakını ve set üstü kutuların büyük bölümü internet bağlantı altyapısına sahip olup OTT, IPTV ve uygulama tabanlı içerik tüketimini desteklemektedir.

Bölgesel bazda sabit internet altyapısının hızı, fiber penetrasyonu ve bağlantı kalitesi arttıkça, tüketici tercihi de uydu ve geleneksel yayıncılıktan internet tabanlı çözümlere doğru kaymaya devam etmektedir. Bu dönüşüm hem donanım tasarımı hem de içerik dağıtım stratejilerini doğrudan etkilemektedir.

2025 yılı itibarıyla Türkiye set üstü kutu pazarı, televizyon pazarını tamamlayıcı nitelikte olmakla birlikte, yayın teknolojilerindeki dönüşüm ve izleme alışkanlıklarındaki değişim doğrultusunda kendi içinde farklı dinamikler barındırmaktadır. Toplam set üstü kutu satış adedi yaklaşık 3,2 – 3,5 milyon adet aralığında gerçekleşmektedir.

Bu toplam içerisinde uydu alıcıları, yaklaşık 1,9 – 2,1 milyon adetlik satış hacmiyle pazarın en büyük alt segmentini oluşturmaktadır. Uydu alıcıları, özellikle serbest yayın erişimi, düşük işletme maliyeti ve yaygın kullanım alışkanlıkları nedeniyle Türkiye genelinde güçlü konumunu sürdürmektedir.

Kablo alıcıları segmentinde ise satış adetleri yaklaşık 450 – 550 bin adet seviyesindedir. Bu segment, ağırlıklı olarak kablo altyapısının bulunduğu büyük şehirler ve belirli yerleşim alanlarıyla sınırlı kalmakta; pazar büyüklüğü altyapı yaygınlığına paralel olarak şekillenmektedir.

IP Box ve internet tabanlı alıcılar segmenti, yaklaşık 700 – 900 bin adetlik satış hacmiyle set üstü kutu pazarı içerisinde yükselen bir paya sahiptir. Bu ürün grubu, dijital yayın platformlarının artışı, internet hızlarının yükselmesi ve kullanıcıların isteğe bağlı içerik tüketimine yönelmesiyle birlikte büyüme eğilimi göstermektedir.

Set üstü kutu pazarında yerli üretimin payı 2025 yılı itibarıyla yaklaşık %65 – 70 seviyesinde gerçekleşmektedir. Yerli üreticiler, özellikle uydu alıcıları ve belirli IP Box segmentlerinde fiyat rekabeti, hızlı tedarik ve iç pazara uygun ürün geliştirme avantajlarıyla öne çıkmaktadır.

İthal ürünlerin pazar payı ise yaklaşık %30 – 35 aralığındadır. İthal ürünler ağırlıklı olarak belirli teknoloji segmentlerine, marka odaklı ürün gruplarına ve üst seviye özelliklere sahip cihazlara yoğunlaşmaktadır. Bu yapı, set üstü kutu pazarında yerli üretimin ağırlığını koruduğunu, ithalatın ise daha çok niş ve tamamlayıcı bir rol üstlendiğini göstermektedir.

TKGS KULLANIM ORANLARI VE SEKTÖREL ETKİSİ

Türksat A.Ş. tarafından kontrol edilen ve kanal sıralama sistemi merkezi olarak yönetilen TKGS (Türksat Kanal Güncelleme Sistemi), sektör düzeni ve yayın standartlarının korunması amacıyla TUYAD'ın ön onay mekanizması çerçevesinde sektör kullanımına özendirilmektedir. TKGS uyumluluğu konusunda teknik değerlendirme ve ön onay süreçleri TUYAD koordinasyonunda yürütülmekte; böylece hem üretici firmalar hem de son kullanıcı açısından standart, güncel ve güvenilir kanal listesi altyapısının sürdürülebilirliği desteklenmektedir.

Türk Kanalları Güncelleme Sistemi (TKGS), Türkiye'de yayın yapan uydu kanallarının frekans, sıra ve içerik bilgilerinin merkezi bir yapı üzerinden güncellenmesini sağlayan, televizyon ve uydu alıcılarına entegre bir yazılım ve yayın standardıdır. TKGS, kullanıcıların kanal arama ve sıralama işlemleriyle uğraşmadan, güncel ve düzenli bir kanal listesine otomatik olarak erişmesini mümkün kılmakta; bu yönüyle hem tüketici deneyimini hem de sektörün işleyişini doğrudan etkilemektedir.

2025 yılı itibarıyla TKGS kullanım oranları incelendiğinde, Türkiye'de üretilen televizyonların yaklaşık %95'inin TKGS destekli olarak üretildiği görülmektedir. İthal edilen bitmiş ürün televizyonlarda ise TKGS yazılımına sahip olma oranı yaklaşık %65 seviyesindedir. TKGS yazılımı cihaza entegre edilmiş olsa dahi, açık (aktif) halde satış oranının %45 seviyesini geçmediği gözlemlenmektedir. Bu durum, kullanıcı tercihlerinin ve satış noktalarındaki bilgilendirme düzeyinin sistemin etkin kullanımında belirleyici olduğunu göstermektedir.

Filî kullanım tarafında bakıldığında, televizyonlarda TKGS destekli kullanım oranı yaklaşık %75 – 80 aralığında seyretmektedir. Uydu alıcılarında ise TKGS kullanım oranı yaklaşık %60 – 65 seviyesindedir. Bu fark, televizyonlarda entegre çözümlerin daha yaygın olması ve kullanıcıların kurulum aşamasında otomatik sistemlere daha fazla yönelmesiyle ilişkilendirilmektedir.

TKGS'nin sektöre etkileri, teknik bir kolaylığın ötesine geçmektedir. Sistem, tüketiciler açısından kurulum sürecini önemli ölçüde sadeleştirirken, yeni kanalların otomatik olarak kanal listesine eklenmesini mümkün kılmaktadır. Bu sayede kullanıcıların manuel arama ve sıralama ihtiyacı azalmakta, satış sonrası destek ve teknik servis yükü düşmektedir. Aynı zamanda TKGS, standart dışı kanal listeleri ve kayıt dışı ürünlerin yaygınlaşmasının önüne geçilmesine katkı sağlayarak, sektör genelinde belirli bir düzenin korunmasına hizmet etmektedir.

Buna ek olarak, TKGS uygulaması; yerli üreticilerin, yetkili dağıtım kanallarının ve bayi yapısının korunması açısından da önemli bir rol üstlenmektedir. Bu yönüyle TKGS, yalnızca teknik bir sistem değil; sektörün sürdürülebilirliği, tüketici memnuniyeti ve piyasa düzeni açısından stratejik bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

PİYASA DEĞERLENDİRMESİ

Küresel ölçekte artan çip (yarı iletken) maliyetleri, 2025 yılı itibarıyla hem televizyon hem de set üstü kutu (uydu alıcısı, kablo alıcısı ve IP Box) ürün gruplarında birim maliyetler üzerinde doğrudan etkisini göstermektedir. Sektör genelinde yapılan değerlendirmelere göre, çip fiyatlarındaki artışın ürün başına yaklaşık 10 USD ile 25 USD arasında ek maliyet oluşturması beklenmektedir. Bu maliyet artışının, üretici ve ithalatçı fiyatlarına kademeli şekilde yansımaları kaçınılmaz görünmektedir. Özellikle yüksek teknoloji bileşeni barındıran ürün gruplarında maliyet baskısının daha belirgin hissedileceği değerlendirilmektedir.

Bu gelişmelere paralel olarak, 2025 yılı itibarıyla yürürlüğe giren ilgili genelge ve uygulamalar da sektörün maliyet ve rekabet yapısını doğrudan etkilemektedir. Bu kapsamda, Türkiye'ye ithal edilecek bitmiş (montajlı) televizyon ve set üstü kutuların gümrük beyan değerinin 40 USD'nin altında gösterilememesi, ana kart (main board) ithalatlarında ise beyan değerinin 25 USD'nin altına düşürülememesi yönündeki düzenlemeler, ithal ürünlerin gümrük ve toplam tedarik maliyetlerinde belirgin bir artışa yol açmaktadır.

Söz konusu düzenlemeler, yerli üretim ve montaj faaliyetlerini destekleyici bir etki yaratırken; ithal ürünlerde artan gümrük yükleri ve lojistik giderler nedeniyle nihai satış fiyatları üzerinde yukarı yönlü bir baskı oluşturmaktadır. Orta vadede bu durumun, Türkiye'de üretim yapan firmaların rekabet gücünü artırması, iç pazarda yerli üretimin payının yükselmesi ve üretim yatırımlarının daha cazip hale gelmesi yönünde bir etki yaratması öngörülmektedir.

Genel sektör değerlendirmesi çerçevesinde; 2025 ve devam eden yıllarda fiyat oluşumlarında maliyet bazlı artışların kaçınılmaz olduğu, buna karşılık yerli üretime dayalı yapıların, TKGS uyumlu ürünlerin ve iç pazar odaklı stratejilerin daha belirleyici hale geleceği öngörülmektedir. Üretim, dağıtım ve satış zincirinde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için; maliyet yönetimi, standartlı ürün yapısı ve hizmet kalitesinin önümüzdeki dönemde sektörün temel ayırt edici unsurları olacağı değerlendirilmektedir.

ESNAF VE BAYİ KANALI DEĞERLENDİRMESİ

2025 yılı itibarıyla televizyon ve set üstü kutu pazarında esnaf ve bayi kanalı, artan rekabet ve değişen satış dinamikleri nedeniyle önemli bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Yoğun fiyat rekabeti, özellikle zincir mağazalar ve çevrim içi satış kanallarıyla yaşanan baskı sonucunda, esnaf ve bayi marjlarını belirgin şekilde daraltmaktadır. Bu durum, satış hacmi kadar operasyonel verimliliğin ve ek hizmet gelirlerinin de önem kazanmasına yol açmaktadır.

Son dönemde kampanya odaklı satışların belirgin şekilde arttığı gözlemlenmektedir. Üretici ve distribütör destekli kampanyalar, kısa vadede satış adetlerini artırmakla birlikte, sürekli kampanya beklentisi oluşturmaları nedeniyle fiyat algısını kalıcı olarak aşağı çekebilmektedir. Bu yapı, özellikle küçük ve orta ölçekli bayiler açısından sürdürülebilir kârlılık konusunda riskler barındırmaktadır.

Bu çerçevede, servis ve kurulum kalitesi esnaf ve bayi kanalında satış kararını etkileyen temel unsurlardan biri haline gelmiştir. Tüketiciler, yalnızca ürün fiyatına değil; satış sonrası destek, kurulum hızı, teknik bilgi ve muhatap bulabilme gibi unsurlara da giderek daha fazla önem vermektedir. Yerinde ve nitelikli hizmet sunabilen bayiler, fiyat baskısına rağmen müşteri sadakati oluşturabilmektedir.

TKGS destekli ürünler ise esnaf ve bayi kanalı açısından daha sürdürülebilir bir satış yapısı sunmaktadır. TKGS'nin sağladığı kurulum kolaylığı, düzenli kanal yapısı ve daha düşük satış sonrası destek ihtiyacı, esnaf üzerindeki operasyonel yükü azaltmaktadır. Aynı zamanda standartlı ürün ve hizmet sunumunu desteklemesi, kayıt dışı ve sorunlu ürünlerle rekabeti sınırlandırarak yetkili bayi yapısının korunmasına katkı sağlamaktadır.

2026 YILI SEKTÖREL ÖNGÖRÜLER

2026 yılına yönelik beklentiler, televizyon ve set üstü kutu pazarında devam eden yapısal dönüşümün güçlenerek süreceğine işaret etmektedir. Büyük ekran televizyonlara yönelik talebin artmaya devam etmesi öngörülmektedir. Yüksek çözünürlüklü içeriklerin yaygınlaşması, dijital yayın platformlarının büyümesi ve ev içi eğlence alışkanlıklarının değişmesi, 55 inç ve üzeri ekran segmentlerinin pazar içindeki payını artırmaya devam edecektir.

IP tabanlı alıcılar ve internet destekli cihazların büyüme eğilimini sürdürmesi beklenmektedir. İzleyicilerin doğrusal yayın yerine isteğe bağlı içerik tüketimine yönelmesi, IP Box ve benzeri çözümleri set üstü kutu pazarında daha stratejik bir konuma taşımaktadır. Bu segmentin, özellikle genç kullanıcı profili ve çoklu platform kullanımıyla birlikte önemini artıracığı değerlendirilmektedir.

TKGS'nin kullanım yaygınlığının 2026 yılında daha da artması öngörülmektedir. Gerek yerli üretimdeki yüksek entegrasyon oranı gerekse tüketici tarafında kurulum kolaylığı ve düzenli kanal yapısına olan talep, TKGS'nin sektör standardı niteliğini güçlendirmektedir. Bu durumun, satış sonrası destek yükünü azaltarak hem üretici hem de bayi kanalı açısından operasyonel verimliliği artırması beklenmektedir.

Esnaf ve bayi kanalında ise katma değerli hizmetlerin daha fazla öne çıkacağı bir döneme girilmektedir. Kurulum, teknik destek, satış sonrası hizmetler ve müşteriyle birebir temas, fiyat rekabetinin yoğunlaştığı pazarda esnafın en önemli ayrışma unsurları haline gelecektir. Bu alanda güçlü hizmet sunabilen bayilerin, müşteri sadakati ve sürdürülebilir satış yapısı açısından avantaj sağlayacağı öngörülmektedir.

Buna karşılık, e-ticaret kanallarında görülen haksız ve denetimsiz çalışma modellerinin yaygınlaşması, esnaf ve bayi yapısını olumsuz etkileme riski taşımaktadır. Yetkisiz satışlar, gerçekçi olmayan fiyatlandırmalar ve hizmet içermeyen ürün sunumları, haksız rekabeti tetikleyerek geleneksel satış kanallarının zayıflamasına neden olabilecektir.

Özellikle servis ve kurulum hizmetlerinin yetersiz kaynaklarla veya standart dışı biçimde sunulması, son tüketicinin satın alma sonrasında mağduriyet yaşamasına yol açabilecek bir risk alanı olarak öne çıkmaktadır. Bu tür uygulamaların yaygınlaşması, yalnızca tüketici memnuniyetini değil; aynı zamanda marka algısını ve sektör genelindeki kalite seviyesini de olumsuz etkileyebilecektir.

TÜRKİYE’DE YASAL PAY TV ABONE SAYILARI

2025 yılı itibarıyla Türkiye’de yasal ücretli televizyon (Pay-TV) platformlarına ilişkin güncel ve kesin abonelik verileri, BTK ve diğer resmî kurumlar tarafından henüz tüm detaylarıyla yayımlanmamıştır. Bu nedenle, mevcut değerlendirmeler sektör içi geçmiş raporlar, resmî kaynaklı önceki dönem açıklamaları ve piyasa gözlemleri esas alınarak yapılmaktadır.

Bu çerçevede, Türkiye genelinde yasal Pay-TV aboneliklerinin toplam sayısının yaklaşık 4 buçuk milyon civarında olduğu değerlendirilmektedir. Bu toplam içerisinde uydu tabanlı, kablo tabanlı, IPTV ve internet tabanlı platform abonelikleri birlikte yer almaktadır. Bu çerçevede, 2026 yılı için yasal Pay-TV aboneliklerinin toplamının yaklaşık 4,5 – 5 milyon aralığında korunabileceği, rapor kapsamında makul bir tahmin olarak değerlendirilmektedir.

YASADIŞI / İLLEGAL IPTV KULLANIMI

TUYAD tarafından hazırlanmış önceki dönem raporlarında yer alan tespitlere göre, internet üzerinden sunulan yasal olmayan IPTV aboneliklerinin sayısının yaklaşık 12 milyon civarında olduğu değerlendirilmektedir. Bu rakam, yasal Pay-TV aboneliklerinin oldukça üzerinde bir büyüklüğe işaret etmekte ve sektör açısından ciddi bir gelir kaybı ve yapısal sorun alanı oluşturmaktadır.

Bu illegal IPTV aboneliklerinin yaklaşık 6,2 milyonunun sportif içeriklere erişim amacıyla kullanıldığı belirtilmektedir. Bu durum, özellikle canlı spor yayınlarının, yasa dışı platformlar üzerinden yoğun talep gördüğünü ve yasal platformların rekabet gücünü olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır. Genel tablo, Türkiye genelinde son kullanıcı tercihlerinde, yasal platformlara kıyasla illegal IPTV kullanımının çok daha yaygın bir seviyeye ulaşabildiğini göstermektedir.

E-TİCARETTE HAKSIZ REKABET VE DENETİM SORUNU (Esnaf Görüşü)

Saha verileri ve TUYAD üyelerinden alınan geri bildirimler doğrultusunda yapılan değerlendirmelere göre, özellikle son yıllarda internet ve e-ticaret kanalları üzerinden gerçekleştirilen satışlarda belirgin bir haksız rekabet ortamı olduğu gözlemlenmektedir. Geleneksel perakende ve sabit mağaza esnafı, yürürlükteki mevzuata uygun şekilde faaliyet göstermesine rağmen, e-ticaret tarafında yeterli, sürekli ve eşit bir denetim mekanizmasının işletilememesi nedeniyle ciddi mağduriyetler yaşamaktadır.

Özellikle faturasız, TRT bandrolsüz ve kayıt dışı biçimde satılan televizyonlar, set üstü kutular ve diğer elektronik ürünler, e-ticaret kanallarında maliyet avantajı yaratarak piyasa fiyat dengesini bozmakta; vergisel ve yasal yükümlülüklerini yerine getiren esnafın rekabet gücünü önemli ölçüde zayıflatmaktadır. Bu tür satışlar, kısa vadede tüketici açısından cazip fiyat algısı oluştursa da, orta ve uzun vadede sektör yapısını bozucu bir etki yaratmaktadır.

Buna karşılık, sabit mağazalarda faaliyet gösteren esnafın; vergi yükümlülükleri, TRT bandrol uygulamaları, garanti koşulları, ürün güvenliği, stok takibi ve fatura düzeni gibi pek çok başlık altında sürekli ve sıkı şekilde denetlenmesi, ancak aynı denetim hassasiyetinin e-ticaret kanallarında yeterince uygulanmaması, sektörde açık bir denetim eşitsizliği oluşturmaktadır. Bu durum, kurallara uygun çalışan işletmeler açısından haksız bir rekabet ortamı meydana getirmektedir.

Ortaya çıkan bu yapı, yalnızca esnaf ve bayi kanalını değil; aynı zamanda tüketici güvenliğini, kayıtlı ekonomiyi, yerli üretimi ve sektörün genel sürdürülebilirliğini de olumsuz etkilemektedir. Denetimsiz ve kayıt dışı ürünlerin yaygınlaşması, satış sonrası hizmetlerde sorunlara, garanti uyuşmazlıklarına ve tüketici mağduriyetlerine yol açabilmektedir. Ayrıca bu süreç, yerli üreticilerin ve yetkili dağıtım kanallarının zayıflamasına neden olarak sektörün uzun vadeli sağlıklı gelişimini risk altına sokmaktadır.

Bu çerçevede, e-ticaret ve fiziksel perakende kanalları arasında daha dengeli, adil ve etkin bir denetim yapısının tesis edilmesi; sektörde eşit rekabet koşullarının sağlanması ve kayıtlı ekonominin güçlendirilmesi açısından kritik önem taşımaktadır.

KAYNAK GÜVENLİĞİ VE AÇIKLAMALAR

Bu raporda yer alan abonelik sayılarına ilişkin veriler, 2025 yılı itibarıyla resmî kurumlar tarafından yayımlanmış, düzenli ve detaylı açık veri setlerinin sınırlı olması nedeniyle sektör içi kaynaklar esas alınarak oluşturulmuştur. Başta Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) olmak üzere ilgili resmî kurumlar, Pay-TV ve IPTV abonelik sayılarını yıllık ve ayrıntılı şekilde kamuoyuyla paylaşmamaktadır. Bu nedenle rapor kapsamındaki değerlendirmeler; sektör paydaşlarından alınan bilgiler, geçmiş dönem resmî açıklamalar ve TUYAD'ın önceki dönem çalışmaları temel alınarak yapılmıştır.

Raporda yer verilen yasal olmayan (illegal) IPTV ve benzeri abonelik sayılarına ilişkin tespitler ise TUYAD tarafından hazırlanmış iç raporlardan alınmış olup, bu veriler bireysel platformları hedeflemekten ziyade sektörün genel büyüklüğünü ve karşı karşıya olduğu yapısal riskleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Söz konusu rakamlar, kayıt dışı kullanımın sektör üzerindeki etkisini göstermek amacıyla değerlendirilmiş ve karşılaştırmalı bir çerçeveye sunmak için kullanılmıştır.

Bu çerçevede rapor, mevcut veri sınırlılıkları içerisinde sektörün genel eğilimlerini ve temel sorun alanlarını ortaya koymayı hedefleyen bir referans çalışma niteliği taşımaktadır.

TUYAD - YASAL TÜKETİM DESTEĞİ

TUYAD, televizyon ve set üstü kutu sektörünün sağlıklı, sürdürülebilir ve kayıtlı bir yapı içerisinde gelişmesini temel ilke olarak benimsemektedir. Bu çerçevede, yasal Pay-TV aboneliklerinin tercih edilmesini desteklemekte; internet üzerinden sunulan yasal olmayan IPTV hizmetlerine karşı teknik ve hukuki mücadele yürütülmesini önemsemektedir. Aynı zamanda, son tüketicinin bilinçlendirilmesi ve içerik hak sahiplerinin korunmasına yönelik çalışmalar, TUYAD'ın öncelikli faaliyet alanları arasında yer almaktadır.

Bu kapsamda TUYAD, yalnızca denetim ve yaptırım odaklı bir yaklaşımın ötesine geçerek, tüketiciye yasal ve erişilebilir alternatifler sunulmasını da stratejik bir hedef olarak değerlendirmektedir. TUYAD çatısı altında geliştirilen TUYAD Free IPTV gibi projeler ile, son tüketicinin ulusal kanallara yasal zemin üzerinden, ücretsiz ve güvenli biçimde erişiminin sağlanması amaçlanmaktadır. Bu tür uygulamaların, tüketicilerin illegal yayınlara yönelmesini azaltarak sektör genelinde yasal kullanım kültürünün güçlenmesine katkı sağlaması hedeflenmektedir.

TUYAD, kamu kurumları, sektör paydaşları ve içerik sağlayıcılarla iş birliği içerisinde, yasal tüketimin teşvik edilmesi ve sektörel dengenin korunmasına yönelik çalışmalarını sürdürmeyi amaçlamaktadır.

SONUÇ VE SEKTÖREL MESAJ

2025 yılı, artan üretim maliyetleri, finansman koşullarındaki sıkılaşma ve yoğun rekabet ortamına rağmen televizyon ve set üstü kutu sektörünün dayanıklılığını ve uyum kabiliyetini koruduğu bir dönem olmuştur. Türkiye, sahip olduğu güçlü üretim altyapısı ve yüksek ihracat kapasitesi sayesinde küresel pazardaki stratejik konumunu sürdürmekte; Avrupa başta olmak üzere birçok pazar için önemli bir tedarik merkezi olma niteliğini muhafaza etmektedir. Yerli üretimin iç pazardaki ağırlığının devam etmesi, sektörün sürdürülebilirliği ve dışa bağımlılığın dengelenmesi açısından önemli bir avantaj olarak öne çıkmaktadır.

İç pazarda sektör sağlığının korunması ise yalnızca üretim ve satış hacimleriyle sınırlı değildir. Düzenleyici mekanizmaların etkinliği, standartlı uygulamaların yaygınlığı ve denetim yapısının bütüncül biçimde işlemesi, piyasanın dengeli gelişimi açısından belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır. Bu kapsamda TKGS gibi sistemler, tüketici deneyimini iyileştirmenin yanı sıra piyasa düzeninin korunmasına, kayıt dışı ve standart dışı uygulamaların sınırlandırılmasına önemli katkılar sunmaktadır. TKGS'nin yaygın kullanımı; satış sonrası hizmet yükünün azaltılması, yetkili bayi yapısının güçlendirilmesi ve sektör genelinde kalite algısının korunması açısından kritik bir rol üstlenmektedir.

Sektörün önümüzdeki dönemde sağlıklı ve sürdürülebilir biçimde gelişebilmesi için; üretici, distribütör, bayi, esnaf ve düzenleyici kurumlar arasında dengeli ve uzun vadeli bir yapı tesis edilmesi önem arz etmektedir. Fiyat odaklı rekabetin ötesine geçilerek, hizmet kalitesi, teknik yeterlilik ve tüketici memnuniyetini esas alan bir yaklaşımın güçlendirilmesi, sektörün uzun vadeli istikrarı açısından belirleyici olacaktır.

Bu rapor, televizyon ve set üstü kutu sektörüne ilişkin mevcut durumu ortaya koymak, ortak sorun alanlarına dikkat çekmek ve karar vericiler için güvenilir bir çerçeve sunmak amacıyla, sektörün çatı kuruluşlarından biri olan TUYAD tarafından hazırlanmıştır. Çalışmanın; kamu otoriteleri, sektör temsilcileri ve basın mensupları için ortak bir referans niteliği taşıması hedeflenmektedir.

TUYAD olarak, sektörün sağlıklı büyümesi ve kayıtlı yapının güçlendirilmesi adına; e-ticaret satışlarında bandrol, fatura ve garanti denetimlerinin artırılmasının, fiziksel ve dijital satış kanalları arasında eşit ve etkin denetim mekanizmalarının uygulanmasının ve kayıt dışı satışlarla kararlı biçimde mücadele edilmesinin gerekli olduğunu vurguluyoruz. Esnafın, yetkili bayilerin ve kayıtlı işletmelerin korunmasının; sektörün geleceği, tüketici güveni ve yerli üretimin sürdürülebilirliği açısından kritik önem taşıdığını bir kez daha ifade ediyoruz.

SONUÇ VE SEKTÖREL MESAJ

E-ticaret, pazar yerleri ve uzaktan satış kanallarında yeterli ve eşit denetimin sağlanamaması, geleneksel esnaf yapısını ciddi biçimde zayıflatmakta ve dükkâncılık kültürünü sürdürülemez hale getirmektedir. Denetimsiz veya yetersiz kontrol edilen satış modelleri; fatura, bandrol, garanti ve teknik yeterlilik gibi temel yükümlülükleri yerine getiren esnaf karşısında haksız rekabet oluşturmaktadır. Bu durumun devam etmesi halinde yalnızca satış değil, servis ve kurulum ağı yapılanması da zarar görecektir; nitelikli teknik destek ekosistemi zayıflayacaktır. Özellikle mesleki eğitim yetersizliği ve MYK belgeli çalışma sisteminin yeterince teşvik edilmemesi, sektörde liyakat sorununu derinleştirmektedir. Elektronik ürün satışı ve servis hizmetinin uzmanlık gerektiren bir alan olmasına rağmen herkes tarafından kontrolsüz şekilde yapılabilmesi; gerçek meslek sahiplerinin değersizleşmesine, son tüketicinin kaliteli ve güvenli servis hizmetine erişememesine ve ürün güvenliği süreçlerinin zafiyete uğramasına yol açmaktadır.

Sektörün sürdürülebilirliği açısından; esnafın korunması, denetim mekanizmalarının fiziksel ve dijital tüm satış kanallarında eşit şekilde uygulanması, MYK belgeli ve yetkin servis yapısının teşvik edilmesi ve mesleki standartların güçlendirilmesi kritik önem taşımaktadır.

TUYAD, Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) nezdinde sektör meslek tanımlarının güncellenmesi, geliştirilmesi ve sahadaki gerçek ihtiyaçlara uygun hale getirilmesi yönünde aktif destek vermektedir. Elektronik ürün satış, kurulum ve servis hizmetlerinin belirli standartlar çerçevesinde yürütülmesi gerektiğine inanan TUYAD; MYK belgeli çalışma modelinin teşvik edilmesini, yaygınlaştırılmasını ve kritik teknik alanlarda zorunlu hale getirilmesini, sektörün geleceği açısından stratejik bir gereklilik olarak değerlendirmektedir.

Bu yaklaşım hem mesleki niteliğin korunması hem de son tüketicinin güvenli, standartlara uygun ve kaliteli hizmet alabilmesi açısından önem taşımaktadır. TUYAD, yetkinlik temelli bir sektör yapısının oluşturulması için kamu otoriteleri ve ilgili kurumlarla iş birliği içinde çalışmalarını sürdürmektedir.

Hayrettin ÖZAYDIN
TUYAD Genel Başkanı