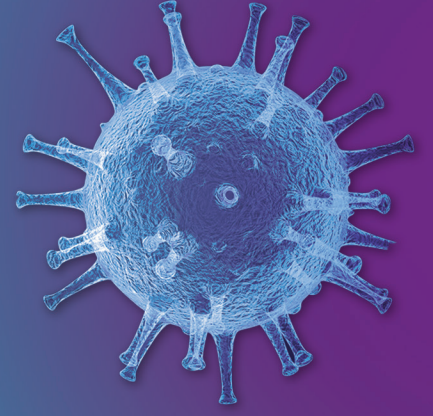


Covid-19 ile Türkiye'nin deęişen ticaret dinamikleri ve "Turquality" üzerindeki etkileri



Küresel ticaret bir bilinmezliğin içerisinde. Bu bilinmezlik Covid-19 pandemisinin yarattığı seyahat kısıtlamaları, lojistik engeller, hammaddeye erişim aksaklıkları, nakit sıkışıklığı, vb. nedenlerden ileri geliyor. Bu durum, Türkiye'nin küresel ölçekteki ticaret hacmini, hem ihracat hem de ithalat dinamiklerini değiştirerek derinden etkiliyor. Önceki krizlerde, yurt dışı her zaman bir çıkış noktasıydı. Ancak bu sefer, durum farklı. Bu sefer, belki de en büyük zararı, yurt dışındaki operasyonlarını büyüten perakendeciler alacak. 2020 yılı için, önemli olanın artık kar değil de nakit olduğunu söylemek yerinde olacaktır.

"Herkesin eve kapanmış olması" gerçeği günümüzün yeni normalini baştan yazıyor. Medikal ev ürünleri, temizlik ürünleri, küçük ev aletleri, kişisel bakım ve kozmetik, dijital eğitim, gıda takviyeleri, televizyon, tüketici elektroniği, vb. ürün gruplarında yıllık ciro hedefleri yukarı yönlü revize edileceğini tahminliyoruz. Bu noktada sanılanın aksine, gıda sektöründe büyüme öngörülüyor; bu durumun temel sebebi ise ev içi ve ev dışı tüketimin dengesi.

Üreticilerin kapasite kullanım oranları, mevcut durumda %70-80 seviyelerine düşmüş durumda. Bu rakamlar Mayıs ve Haziran aylarında %50-60 seviyelerine düşebilir. Bazı sektörlerde yayılımın kontrolü noktasında üretime ara verdiklerini de görüyoruz. Üretimde küçülme, büyüme ve dış ticarete gerileme anlamına geliyor.

Birçok firma küresel ölçekte ihracat anlaşmaları için masaya oturmuş, ancak pandemi sebebiyle bu anlaşmaların askıya alındığı durumlar olmuştur. Ancak elbet pandemi bittiğinde bu anlaşmalar nihayete erdirilerek hedeflerin gerçekleştirileceğini düşünüyoruz.

İhracata dayalı büyüme öngören sektörler çapraz değerlendirildiğinde; eğer süreç 1-2 ay devam eder ve olumlu yönde gelişmeler yaşanır, bu 2 ayın negatif etkilerinin giderilebileceği öngörülmektedir. Ancak söz konusu sektörlerden ortalamada %2-3 büyüme öngörülenlerin, %8-10 daralacağını söylemek referans niteliğinde bir varsayım olacaktır. Sürecin daha uzun süreli devamı ise firmalar açısından oyun değiştirici stratejilere gebe olacaktır.

Ocak 2020'de Çin'de yaşanan gelişmelerden, bugünü öngören, hammadde stoklarını arttıran ve Çin'deki negatif durumu rekabet avantajına çevirerek Çin'den alım yapan birçok firmadan sipariş alan Türk

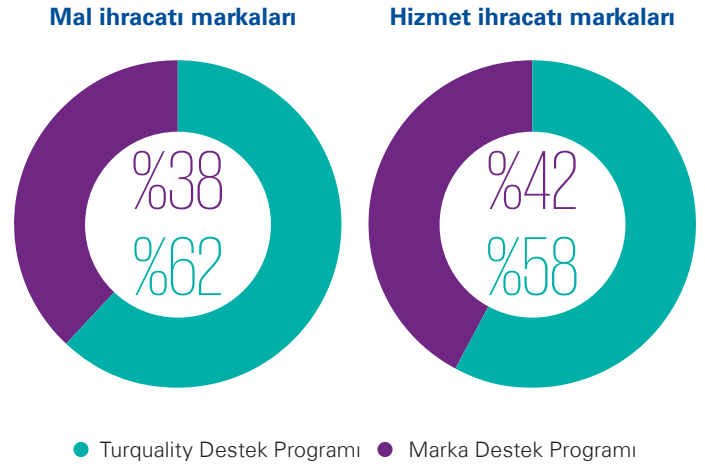
ihracatçıları da kayda değer sayıda. Ayrıca önümüzdeki dönemlerde küresel firmaların tedarik zincirinde özellikle hammadde ya da ara mal tedarikçilerini çeşitlendirme stratejilerinde ülkemizin bazı sektörlerdeki güçlü üretim kabiliyeti ve kapasitesiyle öne çıkacağını düşünüyoruz.

Pandemi sürecinde ilk tedbirler özellikle firmaların kamuya ya da bankalara olan ödemelerinde erteleme ve kısa çalışma ödeneği ile kısa vadede nakit yönetimlerinde yükümlülükler noktasında rahatlamaya odaklı oldu. Ticari hayatta direkt ya da dolaylı etkilerin kısa ve orta vadedeki etkilerini sektörel olarak farklı hissedeceğiz. Ancak bir gerçek var ki o da ticari hayatın devam ettiği ve bu devam eden hayatta firmaların çevik stratejiler ve güçlü operasyonel ve organizasyonel yapıları ile sürdürülebilir bir yapıda yeni normallere uyum sağlamaları ve farklılık yaratmaları olacak.

Mal üreten ve hizmet sağlayan firmalarına ihracat ve organizasyonel gelişim noktasındaki desteklerden en önemlisi hali hazırda Ticaret Bakanlığı'nın yürüttüğü Turquality programı. Programda Hedef pazarlar özelinde alınan desteklerle birlikte firmalar oyun alanlarını genişletiyor, stratejilerini çeşitlendiriyor ve bu pazarlarda marka olmak adına kalıcı hamleler gerçekleştiriyor. Hedef pazar destekleri dışında aslında Turquality'de buz dağının görünmeyen kısmı, firmaların kurumsal altyapılarını güçlendirmeye yönelik desteklerin de olması. Bu desteklerin amacı, kurumsal yönetimi güçlü, organizasyonel ve operasyonel yetkinlikleri sektörün en iyilerine yakınsayan yapılar oluşturulması ve bunun için firmaların danışmanlık desteği alması. Bu sayede firmalarda sadece satış ve pazarlama performansında değil, operasyonel performansta da gelişimler görüyoruz.

3 Nisan 2020 tarihi itibarıyla; 2006/4 sayılı tebliğ kapsamında 168 firmanın 179 markası Turquality Destek Programı'nda, 109 firmanın 110 markası Marka Destek Programı'ndan faydalanmaktadır. 2015/9 sayılı karar (hizmet ihracatı) kapsamında 20 firmanın 21 markası Turquality Destek Programı'nda, 15 firmanın 15 markası Marka Destek Programı'ndan faydalanmaktadır.

	Turquality Destek Programı	Marka Destek Programı
Mal ihracatı	168 firma 179 marka	109 firma 110 marka
Hizmet ihracatı	20 firma 21 marka	15 firma 15 marka



Pandemi etkisi ile birlikte programa dâhil olan firmalar hedef ülkelerini ya da hedef ülkelerdeki satış öngörülerini güncelleyecekler. Hedef ülkeleri bazında geliştirdikleri pazara giriş stratejileri de rekabet, müşteri, ürün / hizmet grubu, kanal, fiyatlandırma, vb. alanlarda belki de baştan yazılacak. Kurumsal altyapılarında yeni iş modelleri geliştirecek ve yatırım planlarını bu doğrultuda güncelleyecekler. Bu noktada, yapılan çalışmaların gözden geçirilerek güncellenmesi ve firmalar açısından, süreci şimdilik öngörebildiğimiz kadarıyla 2020 yılının, performansı değerlendirilmesinde de anomali dönemi olarak dikkate alınması kanaatindeyiz.

Firmalara konu özelinde İhracatçı Birliklerindeki ve T.C. Ticaret Bakanlığındaki ilgili Uzmanları ile iletişime geçmelerini ve markaları özelindeki olası değerlendirme noktalarını kendileri ile paylaşmalarını öneriyoruz.

Her ne kadar programa dâhil olan firmalar ve danışman firmalar için Ticaret Bakanlığı tekil mercii olsa da aslında tüm Bakanlıklar bu süreçte işbirliği ile süreci yönetiyor ve tüm düzenlemeler yürürlüğe girmeden ilgili düzenlemeden sorumlu tüm taraflarca çapraz değerlendiriliyor. Sektörel değerlendirmeler ve alınacak aksiyonların yine ilgili tüm organlar ile değerlendirilerek karara bağlanacağına inanıyoruz. Örneğin; ulaşım, turizm, eğitim, vb. sektörlerinde yaşanan gelişmelerin, söz konusu sektörlerin konu uzmanlarına danışılarak değerlendirileceğini ve hayata geçirileceğini düşünüyoruz.

Markalaşma Programı Turquality, Türkiye'nin küresel bir Türk markası yaratmak amacıyla kurulmuş bir programdır. Küresel bir pandeminin varlığı, ülkelerin eş zamanlı rol aldığı rekabet ekseninde, yalnızca Türkiye açısından olumsuz bir gelişme değildir. Bilakis, orta ve uzun vadede Türkiye'nin küresel tedarik zincirinde "güvenilir liman tedarikçisi" konumu ile rekabet avantajı elde edeceğine inanıyoruz. Bununla birlikte destekten gerçek anlamda faydalanan firmaların kurumsal altyapıları ve organizasyonel olgunlukları ile bu ve bunun gibi zor süreçlerden daha az hasarlı çıkacağını da düşünüyoruz.

İletişim:



Serkan Ercin
Sirket Ortağı,
Danışmanlık,
Strateji ve
Operasyonlar
sercin@kpmg.com



Ahmet Tural Çakarel
Direktör,
Danışmanlık,
Strateji ve
Operasyonlar
ahmetcakarel@kpmg.com



Ayşegül Eser
Müdür,
Danışmanlık,
Strateji ve
Operasyonlar
aeser@kpmg.com

Detaylı bilgi için:

KPMG Türkiye
Clients & Markets
tr-fmmarkets@kpmg.com

İstanbul

İş Kuleleri Kule 3 Kat 1-9
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 başka üye firmayı, aynı şekilde KPMG International'ın da hiçbir 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.