



EY-Parthenon & TAMPF COVID-19 Yönetici Anketi

Anket sonuçları

Temmuz 2020

TÜRKİYE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ VE
PERAKENDECİLER FEDERASYONU





Alp Önder Özpamukçu
Yönetim Kurulu Başkanı
Türkiye Alışveriş Merkezleri ve
Perakendeciler Federasyonu

Ülkemizin en önemli sektörlerinden olan perakende sektörün toplamda 1.2 TrilyonTL lik ciro büyüklüğüne sahiptir. Bu hacmin yaklaşık 350 milyarlık kısmı ise Federasyonumuzun çatı kuruluşu olduğu organize perakendeye aittir. Perakende sektöründe toplam çalışan sayısı 2,5 Milyon olup, bunun 900 bini Organize Perakende Sektöründe çalışmaktadır. Perakende sektörü, bünyesinde barındırdığı bir çok farklı aktörle hizmet sektörünün önemli bir temsilcisi halindedir.

Organize perakendenin tüm perakende içindeki payının %60 - %80'ler civarında olduğu gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında ülkemizde %32'ler civarında bulunan organize perakende oranının artması hiç şüphesiz ki ülkemiz refah oranını arttıracak en büyük etkenlerden biri olacaktır.

Tüketiciye ilk olarak dokunan sektör olması sebebiyle de gerek normal koşullarda, gerekse yaşadığımız COVID-19 süreci gibi olağan dışı durumlarda tüm ekonomi için çok önemli bir gösterge ve indikatör özelliği taşımaktadır. Bu nedenle EY ile birlikte, yaşanan COVID-19 sürecinin başından bu yana sektörümüzün bu sürece verdiği tepkileri, aldığı önlemleri ve ihtiyaç duyduğu destekleri bilimsel bir bakış açısıyla tespit eden bu kıymetli çalışmayı ortaya çıkarmak istedik. Böylelikle bu çalışmamızın hem sektörümüzün, hem de önemli bir indikatörü olduğu ülke ekonomimizin bu süreci yönetmesi noktasında gerek sektörümüzün karar vericilerine, gerekse yasa koyuculara önemli bir kaynak olmasını hedefledik.

Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu olarak bu hedeflerle, bu zor dönemde önemli emekler verilerek hayata geçmiş olan, elinizdeki bu araştırma ve raporu EY ve EY-Parthenon ile birlikte sunmaktan gurur duyuyor, sektör için böylesine değerli bir çalışma için başta EY Türkiye yetkililerine, çalışmaya emek verip katkı sunan sektör temsilcilerimize ve tüm ekiplere teşekkürlerimizi sunuyoruz.



Özge Gürsoy
EY Türkiye
Strateji ve Kurumsal Finansman
Bölüm Başkanı

Dünya 2020 yılına, belki de sadece içerisinde bulunduğumuz yılda değil 21. yüzyıl genelinde köklü sosyal ve ekonomik değişimlere sebep olacak, büyük bir kriz olan Covid-19 pandemisi ile girdi. Ülkemizde etkisini Mart ayı itibariyle gösteren salgın, tüm dünyada neredeyse tüm sektörlerde hem talep daralmaları, hem tedarik zinciri aksaklıkları hem de artan maliyetler sebebiyle olumsuz etkiler oluşturdu.

Tüketicilere en yakından dokunan ve ülkemiz ekonomisinin en önemli sektörlerinden biri ve göstergesi olan perakende sektörünün salgından nasıl etkilendiğini, geleceğine dair beklentileri, sektörü bekleyen tehlikeleri ve bunların önüne geçmek için alınmış önlemleri ve ihtiyaç duyulan destekleri, 350 MilyarTL ciro üreten organize perakendeyi temsil eden TAPMF ile yaptığımız anketimizde değerlendirdik. Raporumuzdaki bulguların, tüm sektör ve devlet yöneticilerine faydalı olacağına inanıyoruz.

Çalışmamıza katılarak görüş bildiren tüm sektör yöneticilerimize, bu çalışmada birlikte çalıştığımız TAMPF Başkanı Alp Önder Özpamukçu'ya ve TAMPF Genel Sekreteri Burak Ünal'dı'ya şükranlarımızı sunarız.



Elif Koç
EY-Parthenon Türkiye
Sorumlu Şirket Ortağı

Perakende sektörünün hızlı ve güçlü başladığı 2020, COVID-19 pandemisinin ters rüzgarları ile gıda perakendesi dışında kalan her alt sektörün daralma beklediği bir yıl oldu. Bu beklentilere rağmen, perakendecilerin, masraf göz etmeksizin, hem çalışan hem müşteri sağlığını sağlayabilmek adına büyük önlemler aldığına da şahit olduk.

Bu çalışmada sektörü, EY'ın "**Bugün, Yarın ve Yarından Sonra**" bakış açısı ile mercek altına aldık. Özellikle sektörün salgına dayanıklı hâle gelmesine yönelik aksiyonları belirlemek ve detaylandırmak için sektörü önemli oyuncularının yöneticilerinin görüşlerine başvurduk.

Raporumuz, sektör oyuncularının, pandemi döneminde yaşadıklarını sektördeki diğer oyuncularla kıyaslayabilmesi ve sektörü bekleyen tehlikeler ile değişen tüketici davranışlarını öngörebilmesine fayda sağlıyor olacak.

Geleceğe yönelik atılması gereken aksiyonlara da ışık tuttuğumuz bu raporda iç görüşleri ile çalışmamızı zenginleştiren ve tüm sürecin yürütülmesine sınırsız destek veren TAMPF Başkanı Alp Önder Özpamukçu'ya ve TAMPF Genel Sekreteri Burak Ünal'dı'ya tüm sektöre katkıları için teşekkür ederiz

Ajanda

- ▶ Giriş
- ▶ Yönetici Özeti
- ▶ Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri
- ▶ Normalleşme ve ciro beklentileri
- ▶ Sektörü bekleyen tehlikeler
- ▶ Devlet destekleri ve süreçten kazançlı çıkacak oyuncular
- ▶ Ek: Metodoloji ve anket kapsamı

COVID-19, işletmelerin birçok paydaş açısından plan yaparak üç aşamada aksiyon almalarını gerektiren benzersiz bir krizdir

COVID-19 süreci



1. 18 Haziran itibarıyla

Kaynak: Masabaşı araştırması, EY-Parthenon analizi

Perakende sektörü, COVID-19'dan en çok etkilenen sektörlerden biri konumundadır ve gelecekte tekrar ivme kazanabilmek için yapısal dönüşümler yaşaması muhtemeldir

Krizin perakende sektörüne etkileri

Perakende sektöründe yaşanan kısa vadeli operasyonel ve finansal sıkıntıları online kanallar ve müşteri deneyimi yönünde yaşanacak yapısal bir dönüşüm takip edecektir



Kısa vadede, COVID-19 krizi perakende sektörünü şiddetli bir şekilde etkilemiştir. **Gıda perakendecileri**, artan talep ve yeni sağlık regülasyonlarının altında **operasyonlarını devam ettirebilmek** için mücadele verirken, **giyim & ayakkabı** ve **tüketici elektroniği** gibi diğer segmentlerdeki bazı oyunculara mağazaların kapanmasıyla **yaşamsal mücadele vermeye başlamıştır**



COVID-19 krizinin **tüketici davranışları üzerinde uzun vadeli** bir etkisi olacaktır ve perakendeciler değer tekliflerini buna göre yeniden gözden geçirmek durumunda kalacaktır. Tüketiciler arasında üç muhtemel trendin ortaya çıkması beklenmektedir: **deneyim için talep, iyilik/sağlık konusunda artan bilinç** ve **yerelliğin önemi**



Online kanallara olan yapısal kayma kriz sonrasında da **devam edecek** ve uzun dönemli trendi hızlandıracaktır. **En çok etkilenen, geçmişte online kanalların düşük payı olan gıda perakendeciliği** gibi segmentler olacaktır. **Tüketicilerin geçmiş satın alma alışkanlıklarına dönmesi beklenmemektedir**



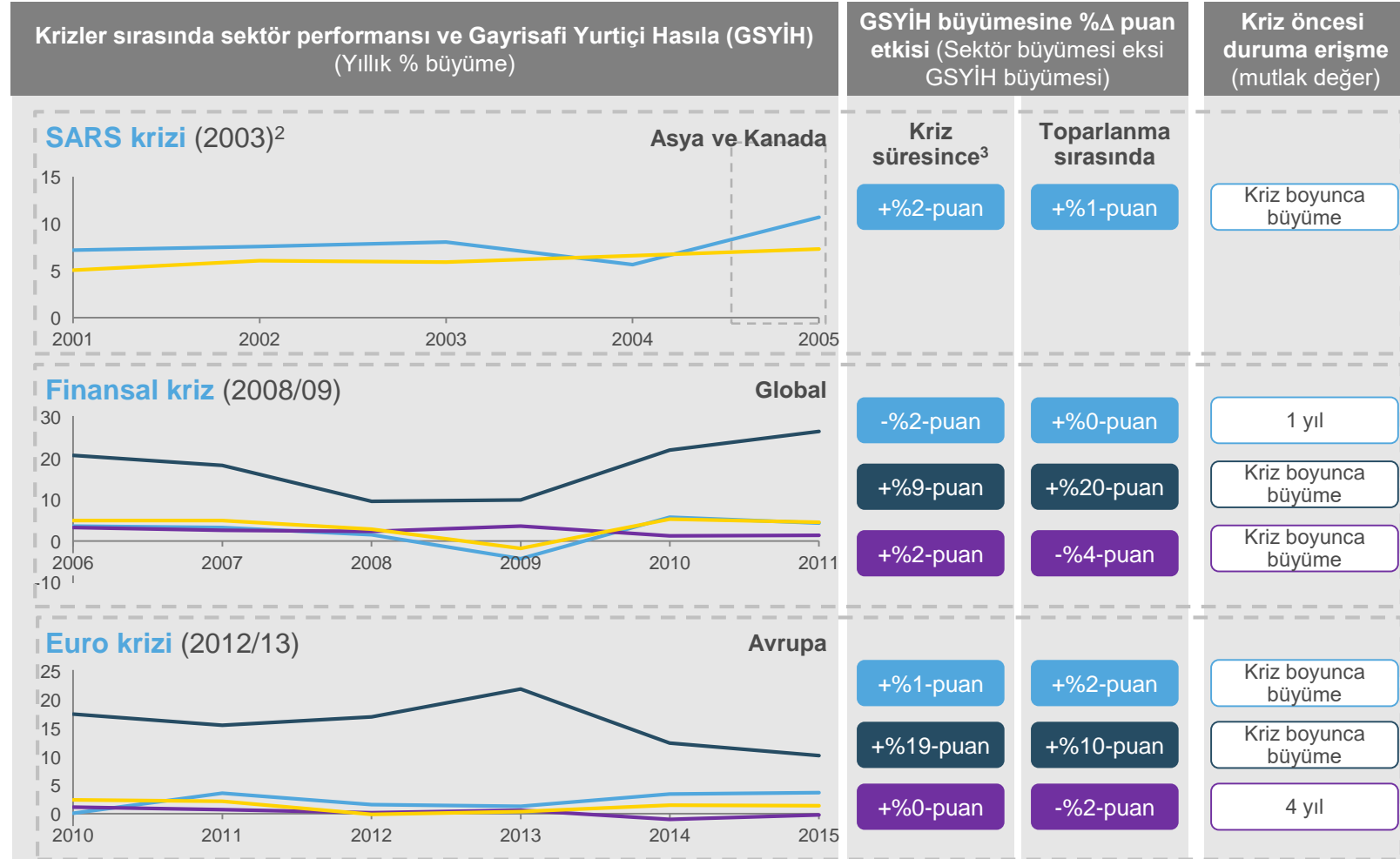
Perakendenin birçok segmentinde, kriz konsolidasyona sebep olacaktır. Kriz öncesinde de sıkıntılar yaşayan, **zayıf değer önerilerine sahip oyuncular yok olacak, online oyuncular kazanmaya devam edecek ve güçlü bir şekilde farklılaşabilen oyuncular pazar payı çalmaya** devam edecektir



Perakendecilerin iki ekseninde krize yanıt vermesi beklenebilir: 1) operasyonel iyileştirmeler, mağaza ağlarını yeniden düzenleme vb. yöntemler ile **maliyet pozisyonlarını sıkı bir şekilde yöneterek** 2) **hizmete, deneyime ve omni-kanala yatırım yaparak**

Daha önce yaşanan krizlerde perakendenin gelişimi, GSYİH gelişimine oldukça benzer seyretmiştir – Gıda perakendeciliği diğer segmentlere göre biraz daha geç toparlanmıştır

Geçmiş krizlerin perakende sektörüne etkileri, seçili G20 ülkeleri¹
Reel \$ değeri cinsinden



Perakende & toptan dağıtım e-ticaret Gıda perakendeciliği GSYİH

1. Veri uygunluğuna göre, kriz başına etkilenen G20 ülkelerinin değerlendirilmesi, örneğin Euro krizi için yalnızca Avrupa ülkeleri
 2. SARS krizinin GSYİH ve sektör gelişimine etkisi limitlidir – ekonomiler "dot-com balonu" sonrasında hâlen toparlanma hâlindeydi
 3. Okuma örneği: SARS krizi boyunca; perakende & toptan dağıtım pazarı, GSYİH'a göre %2-puan daha fazla büyümüştür (+%8'e karşı. +%6 yıllık büyüme)
 Kaynak: Oxford Economics; BMI / Fitch Solutions; Eurostat; EY-Parthenon analizi



Perakende sektörü için krizden çıkarımlar

Krizle karşı dayanıklılık



Perakende sektörü üzerinde orta seviyede etki, stabil perakende ve yavaşlaşsa da büyümeye devam eden e-ticaret

Krizden sonra toparlanma



Genel olarak hızlı toparlanma (özellikle e-ticarette). Gıda perakendeciliği, GSYİH büyümesinin biraz gerisinde seyretmekte

Krizlerin etkisi



Genel olarak GSYİH büyümesiyle sıkı ilişki içerisinde orta seviyede etki

COVID-19 ile kıyaslanabilirlik

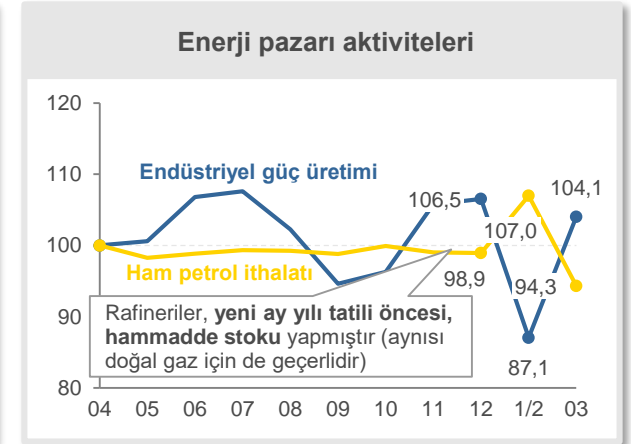
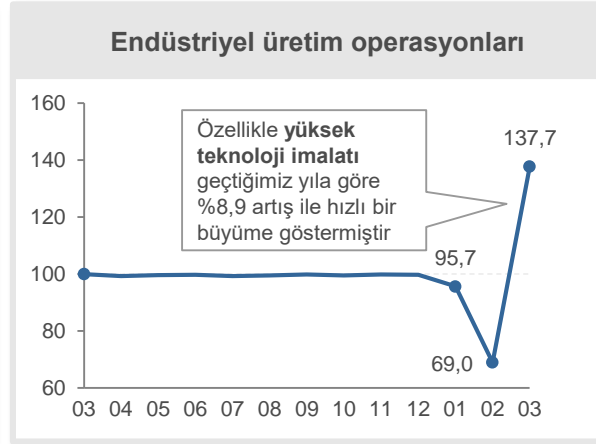
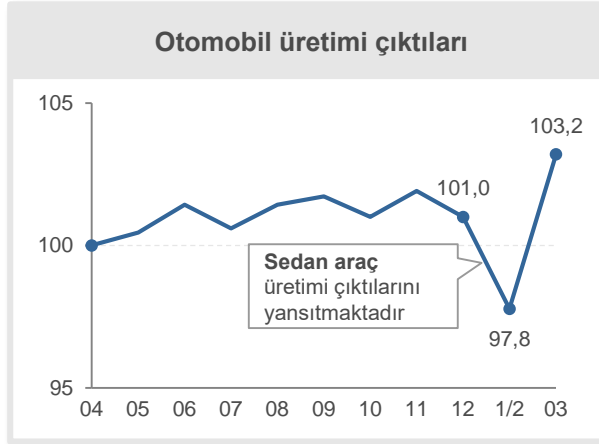
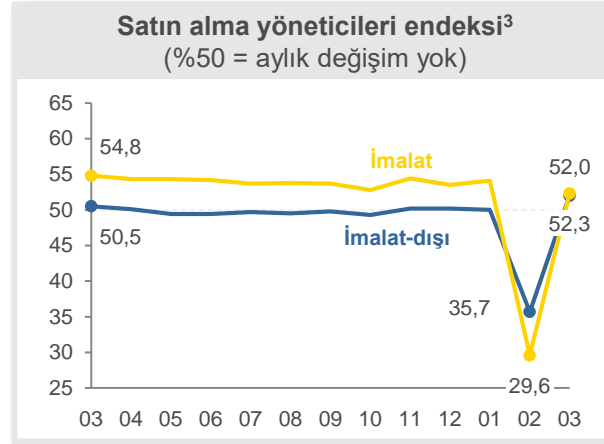
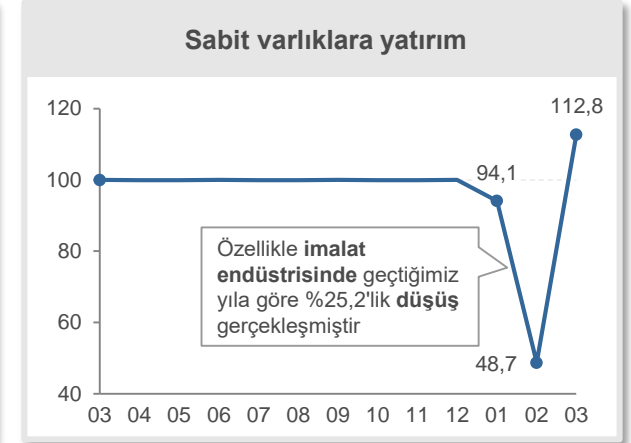
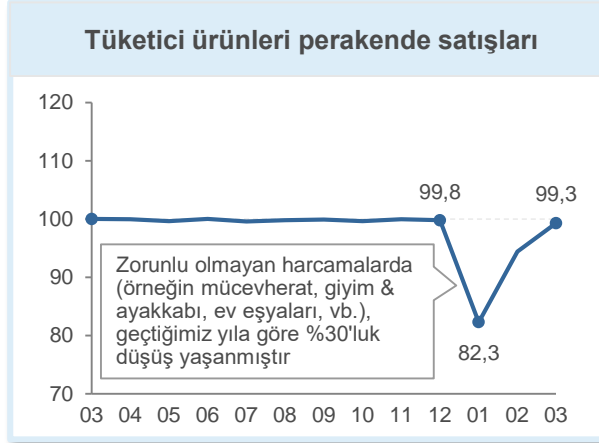
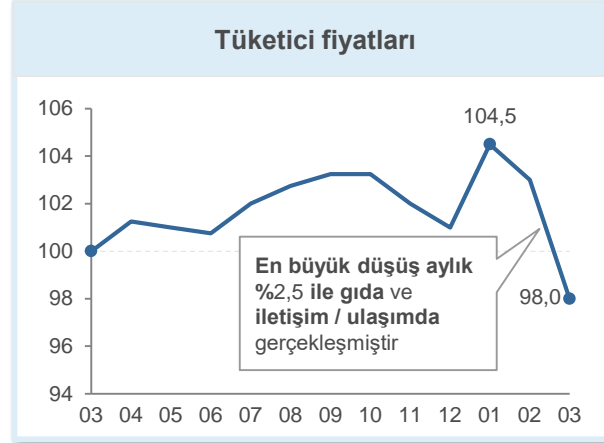


Kıyaslanabilir finansal etkiler, ancak sosyal mesafe gıda perakendeciliği ve e-ticareti yepyeni yollardan etkilemekte

↑ Yüksek / Hızlı → Orta ↓ Düşük / Yavaş

Ekonomik göstergelerin birçoğu Çin'de toparlanmanın ilk sinyallerini vermekte, bu sonuçlar Türkiye ve Avrupa'da da karantina önlemlerinin gevşemesi ardından ekonomik toparlanma için umut teşkil etmektedir

Ekonomik toparlanma işaretleri, seçili göstergeler, aylık büyüme, Çin¹
Endeks: Mart 2019 = 100²



Perakende harcamaları, gıda ve altyapı fiyatlarındaki düşüş etkisiyle "normale" dönecek, ancak diğer sektörlerde olduğu gibi kaybolan ciroların fazlasıyla telafisi söz konusu değildir

1. Bazı göstergeler için veriler Ocak ve Şubat 2020 için koronavirüs sebebiyle birlikte gösterilmiştir
2. Otomobil üretimi çıktıları ve enerji pazarı aktiviteleri için endeks bazı = Nisan 2019
3. Ulusal emlak endeksi ve satın alma yöneticileri endeksi ilgili bölümlerde belirtildiği şekilde hesaplanmaktadır
Kaynak: Çin Ulusal İstatistik Ofisi, Masabaşı araştırma, EY-Parthenon analizi

Ajanda

- ▶ Giriş
- ▶ **Yönetici Özeti**
- ▶ Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri
- ▶ Normalleşme ve ciro beklentileri
- ▶ Sektörü bekleyen tehlikeler
- ▶ Devlet destekleri ve süreçten kazançlı çıkacak oyuncular
- ▶ Ek: Metodoloji ve anket kapsamı

EY-Parthenon ve TAMPF ortaklığıyla, COVID-19 sürecinde perakende sektörünün nabzını tutacak kapsamlı bir araştırma gerçekleştirdik ve buradan perakendeciler için bazı çıkarımlarda bulunduk

EY-Parthenon & TAMPF COVID-19 Yönetici Anketi

Çalışmanın kapsamı ve gerekçesi

- Ülkemizde Şubat ayından itibaren etkisini hissettiren **COVID-19 salgınından en çok etkilenen** sektörlerden birisi şüphesiz ki **perakende sektörü** olmuştur
- İnsanların evlerinden dışarı çıkmaması ve zorunlu olmayan alışverişlerini ertelemeleri sebebiyle, başta **fiziksel kanallar** olmak üzere **tüm perakende sektörü zorlu bir süreçten ve dönüşüm sürecinden geçmektedir**
- Perakendecilerin bu süreçten **ne kadar ve nasıl etkilendiğinin, normalleşme beklentilerinin, ana ihtiyaçlarının ve devletten beklentilerinin** tespit edilmesi için bir anket çalışması gerçekleştirdik
- Bu anket çalışmasını **TAMPF**'in ve üye derneklerin gıda ve gıda-dışı perakendecileri, alışveriş merkezlerini ve restoranları içeren sektörel ağından yararlanarak paylaştık ve mümkün olduğunca **geniş bir kitleye ulaştık**

Araştırmamızdaki ana konu başlıkları



Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri



Normalleşme ve ciro beklentileri



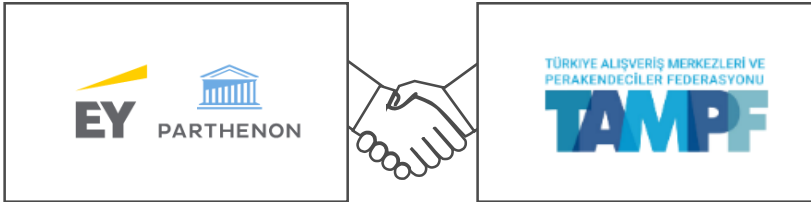
Sektörü bekleyen tehlikeler



Faydalanılan ve talep edilen devlet destekleri



Süreçten kazançlı çıkması beklenen oyuncular



Salgının sektöre kısa vadeli etkileri ve alınan önlemler

Yönetici Özeti



Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri

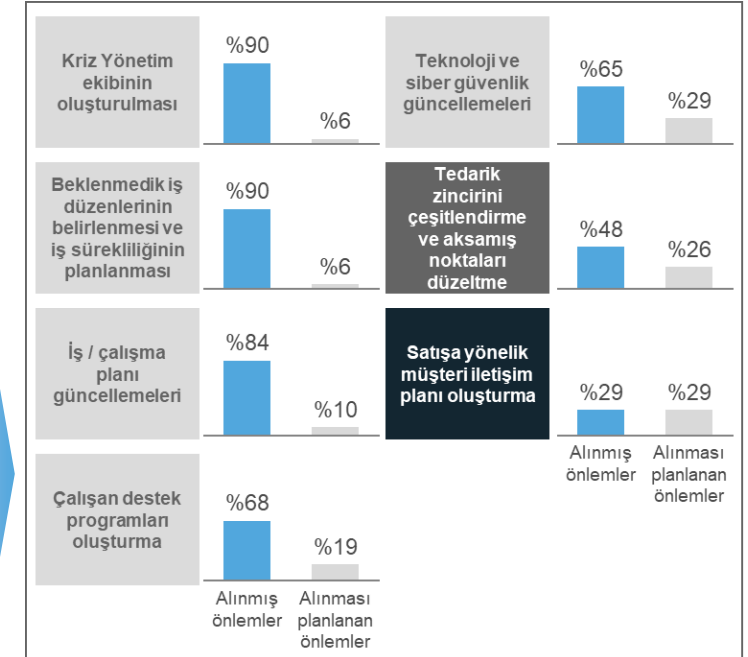
- Salgın öncesinde 2020 Türkiye perakende sektörü için iyi bir sene olacağını işaretlerini vermekteydi. Salgından önceki dönem ele alındığında, katılımcıların
 - %58'i enflasyonun üzerinde büyüme yaşadığını,
 - %23'ü ise enflasyona paralel bir büyüme yaşadığını belirtmiştir.
- Ayrıca katılımcıların 3'te 2'si 2020'ye yatırım yaparak, yani yeni mağaza açarak ya da yeni operasyonlara başlayarak girdiğini belirtmiştir
- Şubat ayına kıyasla Mart ve Nisan cirolarına baktığımızda ise, katılımcıların %84'ü ciro düşüşü yaşadığını ve bunun ortalama %77 seviyelerinde olduğunu belirtmiştir. ciro artışı yaşayan perakendecilerin tamamı gıda perakendecileridir ve ortalama olarak bu artış %60 seviyelerinde seyretmektedir



Normalleşme ve ciro beklentileri

- Sektör yöneticileri karantina önlemlerinin çoğunlukla haziran ayı içerisinde sona ereceğini söylerken, %16'sı bu önlemlerin 4. çeyreğe veya sonrasına kalabileceğini düşünmektedir
- Katılımcılar, tüketici davranışlarının normale dönmesinin ise ortalama olarak en erken salgın bittikten sonra 3 aydan daha uzun bir sürede olacağına inanmaktadır
- Gıda perakendecileri haricinde tüm perakendeciler sektörün 2020 içerisinde daralacağını beklemektedir. Ortalamada bu daralmanın %30 düzeylerinde olacağı tahmin edilmektedir
- Sektördeki tüm yöneticiler, ekonominin bu dönemde daralacağını; ancak bunun sektördeki daralmanın (%30) oldukça altında olacağını (%5) tahmin etmektedir
- Sektör ciro daralmasını istihdama direkt yansıtmayı beklememektedir. Sektör yöneticileri tarafından 2020'de İstihdam daralmasının 2020'de %17 seviyelerinde olacağı tahmin edilmektedir

Kriz yönetimi için alınmış aksiyonlar



Salgın sonrası gelişmeler üzerine sektör kriz yönetimi için çeşitli aksiyonlar almış durumdadır.

Sektörde kriz yönetimine dair alınması gereken aksiyonlardan kriz yönetim ekibinin oluşturulması, iş sürekliliğinin planlanması, iş / çalışma planı güncellemeleri katılımcıların neredeyse tamamı tarafından alınmış veya alınması planlanmaktadır. Kritik aksiyonlardan müşteri iletişim planı oluşturma ise henüz sektör tarafından önceliklendirilmemiştir

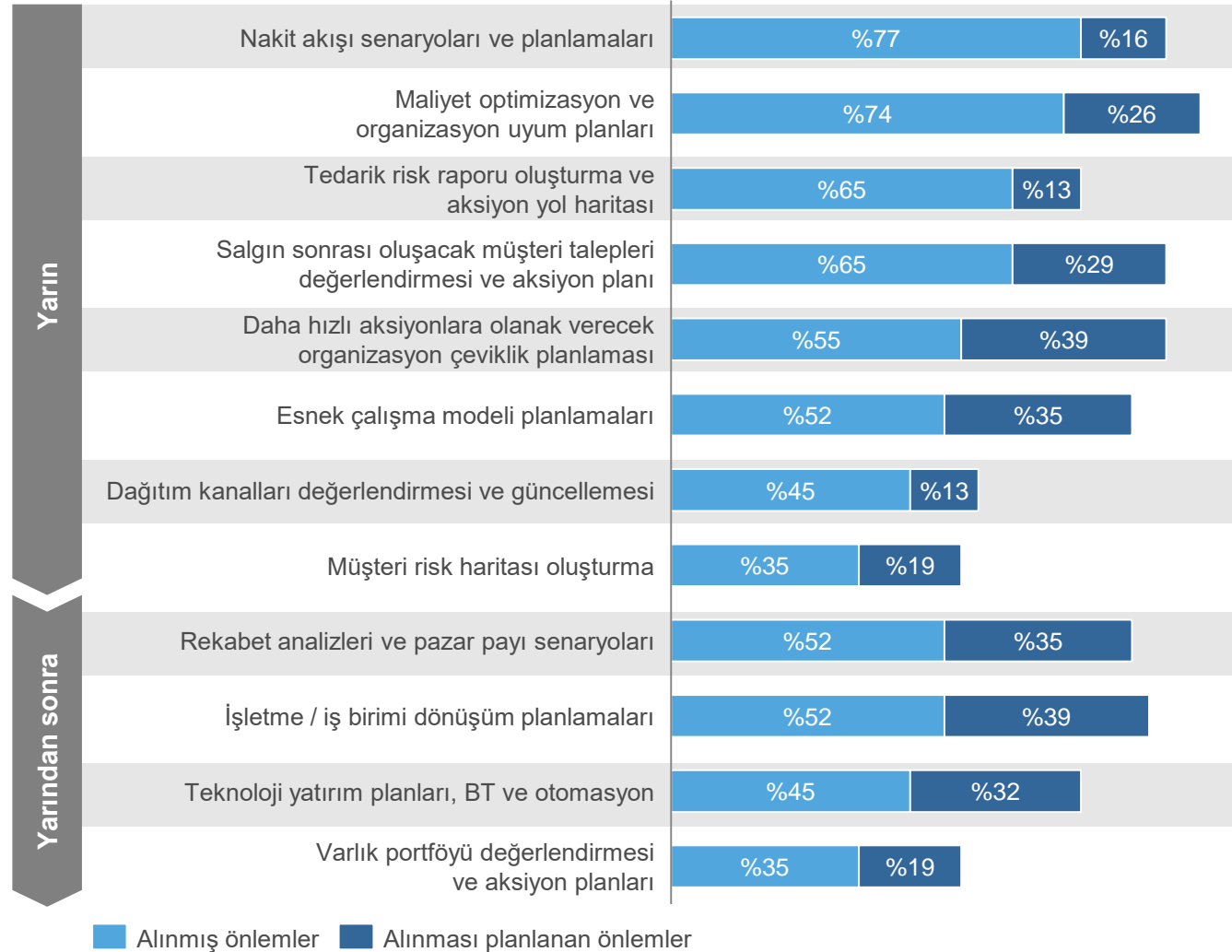
Sektörü bekleyen tehlikeler ve bunlara yönelik alınan uzun vadeli tedbirler

Yönetici Özeti

Önem sırasına göre sektörü bekleyen tehlikeler

- 1 Değişen talep ve tüketici davranışı
- 2 Finansman ve likidite sıkıntıları
- 3 Tedarik zinciri ve lojistik sorunları

Sektörün uzun vadeli kriz yönetimi için aldığı aksiyonlar



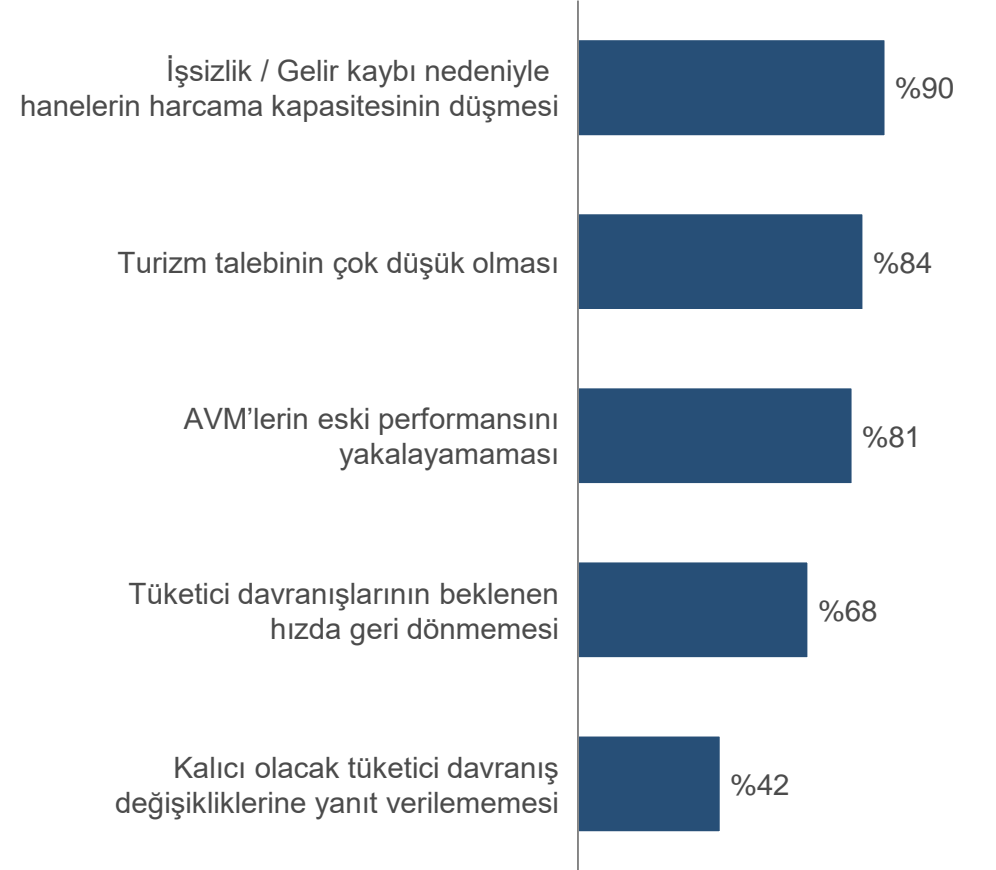
Sektörü bekleyen tehlikeler – derinlemesine bakış (1/2)

Yönetici Özeti

1 Değişen talep ve tüketici davranışı

- ▶ Sektörü bekleyen en büyük tehlikeler arasında makro gelişmeler sebebiyle işsizlik ve gelir kayıplarının oluşması ve hanelerin harcama kapasitelerinin düşmesi katılımcıların %90'ının seçimiyle öne çıkmaktadır
- ▶ Ayrıca turizm talebinin düşüklüğü ve AVM'lerin eski performansını yakalayamaması katılımcıların %80'inden fazlasının sektör için gördüğü tehlikeler arasında yer almaktadır.
- ▶ Talep ve tüketici davranışlarına ilişkin toparlanma hızının düşük olması da katılımcıların 3'te 2'si tarafından kısa-orta vadede tehlike olarak görülürken, kalıcı olarak değişen tüketici davranışlarına yanıt verilememesi ise bu kategoride en az beklenen tehlike olarak görülmektedir
- ▶ COVID-19'la ortaya çıkan tüketici davranışlarını i) konum ve kanal tercihleri ii) harcamalar iii) ürün ve tüketim tercihleri üzerine 3 ana grup altında ele aldığımızda, konum ve kanala yönelik davranışlar en çok kalıcı olması beklenenler olarak öne çıkmaktadır
- ▶ Sektör yöneticilerinin 10'da 9'u dijitale kayışın kalıcı olacağını, 3'te 2'si ise mağaza ve AVM'lerdeki hijyen talebinin uzun vadede de devam edeceğini belirtmektedir. Katılımcıların yarısı ise toplu ortamlarda bulunma korkusu ve ev dışı tüketiminin düşmesinin kalıcı olacağını düşünmektedir. Katılımcılardan hiçbiri modern fiziksel perakendeden uzaklaşılacağını düşünmemekte ve yine büyük çoğunluk da evde daha fazla zaman geçirmenin kalıcı olmayacağını düşünmektedir
- ▶ Harcamalara yönelik davranışlara baktığımızda ise, katılımcıların 3'te 2'si zorunlu olmayan harcamaların kısılmasını kalıcı olacak tüketici davranışları arasında görmektedir. Ancak bu, yüksek ücretli ürünlerin satın alma kararlarının ötelenmesi anlamına gelmemektedir. Anketi yanıtlayan yöneticilerin yalnızca çeyreği daha ucuz ürünlere yönelme eğiliminin kalıcı olacağını düşünmektedir
- ▶ Sektör yöneticilerinin yalnızca çeyreğinden daha azı, daha fazla ambalajlı ürün tüketiminin ve stoklama alışkanlıklarının kalıcı tüketici davranışlarına dönüşmesini beklemektedir

Sektörü bekleyen en büyük tehlikeler (6-12 ay içerisinde)



Sektörü bekleyen tehlikeler – derinlemesine bakış (2/2)

Yönetici Özeti

2 Finansman & likidite sıkıntıları

- ▶ Sektör yöneticilerinin sırasıyla %87'si ve %84'ü tarafından öngörülen likidite sıkıntıları ve yüksek borçluluk, sektörü bekleyen en büyük tehlikeler arasında gözükmektedir
- ▶ Ayrıca katılımcıların %71'i kredi limitlerinin genişletilmemesini ve yarısı da itibar kayıplarını sektörü bekleyen tehlikeler arasında değerlendirmektedir
- ▶ Oyuncuların bu dönemdeki değişken giderleri cirolarına paralel olarak değişmiştir. Katılımcıların yalnızca %13'ü değişken giderlerinin arttığını belirtmiştir ve bu oyuncuların tamamı gıda perakendecisidir. Salgın sebebiyle bu oyuncular temizlik faaliyetlerini artırdıklarını, çalışanlarına koruyucu ekipman dağıttıklarını ve gerekli eğitimleri verdiklerini belirtmektedir
- ▶ Katılımcıların %77'si değişken giderlerinin azaldığını belirtmiştir. Bu oyuncuların yarısından fazlasının değişken giderleri %25'ten daha fazla azalmıştır. Bu azalmaların ana sebepleri arasında devlet teşviklerinden faydalanılması, çalışma sürelerinin kısaltılması ve bazı operasyonların sonlandırılması gösterilmektedir
- ▶ Sektör genelinde, nakit akışlarını yönetebilmek için en çok tercih edilen yöntemler ödemeleri ertelemek ve finansman konusunda bankalara başvurmak olmuştur. Gıda perakendecileri ise sektör genelinden farklılaşarak, nakit yönetimi için ürünlerde indirim, farklı ürünler ve kanallar deneme yöntemlerini tercih etmiştir

3 Tedarik zinciri ve lojistik soruları

- ▶ Katılımcılar sektörü bekleyen tehlikeler arasında üçüncü sırada tedarik zinciri ve lojistik ile ilgili sorunları görmektedir. Tedarikçilerin batması en çok endişe duyulan tehlikelerden biri olarak değerlendirilmektedir
- ▶ Ayrıca, sektördeki yöneticilerin yarısından fazlası tedarik zincirlerinin bozulmasını ve kargo şirketlerinin talebe yanıt verememesini de oldukça riskli görmektedir. Katılımcıların %35'i ise tarımın gerilemesinin sektörleri için tehlike oluşturacağını düşünmektedir

Sektörü bekleyen en büyük tehlikeler (6-12 ay içerisinde)



Devlet destekleri ve gelecek beklentileri

Yönetici Özeti



Devlet destekleri

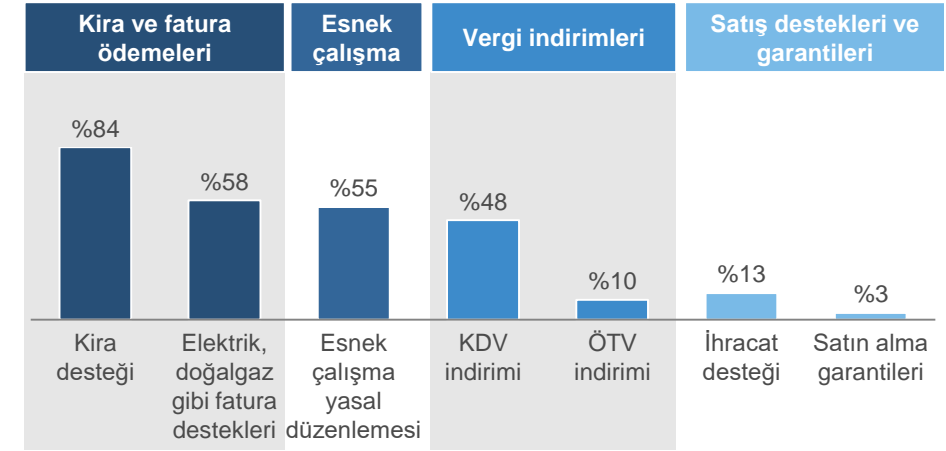
- ▶ Salgın sürecinde perakendeciler, başta vergi ertelemeleri olmak üzere devletin sağladığı desteklerden faydalanmıştır
- ▶ Sektör genelinde katılımcıların %77'si çalışanların SGK ödemeleri ile muhtasar ve KDV ödemelerinin ertelenmesi desteklerinden faydalanmış durumdadır, %13'ü iste faydalanmayı planlamaktadır
- ▶ Ayrıca sektördeki oyuncuların üçte ikisi gelir vergisi beyanı ve ödemeleri ötelemiş ve çalışanları için Kısa Çalışma Ödeneğinden faydalanmıştır; yarısı ise asgari ücret desteği aldıklarını belirtmişlerdir. Gıda perakendecileri ve restoranlar teşvikler konusunda sektör geneline paralel olarak hareket etmişlerdir, ancak gıda perakendecileri KÇÖ'den faydalanmadıklarını belirtmişlerdir
- ▶ Faydalanılan desteklere ek olarak, sektördeki oyuncuların büyük çoğunluğu (%84'ü) devletten kira desteği beklemektedir. Ayrıca fatura ödemelerinde destek, esnek çalışma yasal düzenlemesi ve KDV indirimleri de katılımcıların yaklaşık olarak yarısının devletten beklediği diğer destekler arasındadır



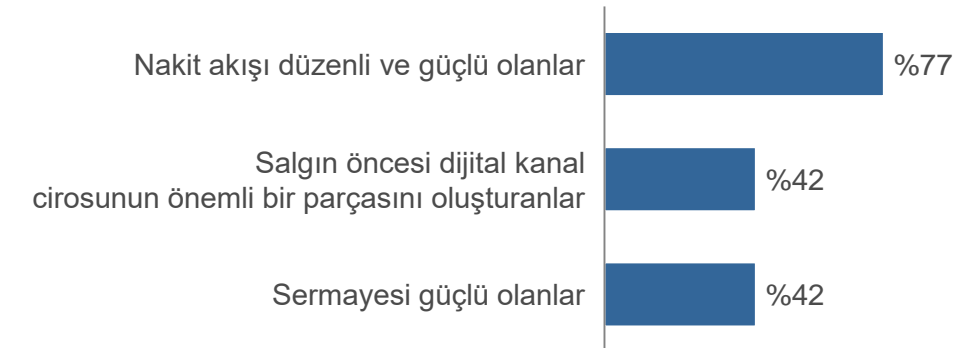
Süreçten kazançlı çıkacak oyuncular

- ▶ Salgın sürecinden kazançlı çıkması beklenen oyuncular, katılımcıların çoğunluğu (%77) tarafından nakit akışı düzenli ve güçlü olanlar olarak görülmektedir. Ayrıca salgın öncesinde de dijital kanaldan güçlü bir şekilde ciro elde edebilenler ve sermayesi güçlü olanların kazançlı çıkması beklenmektedir
- ▶ Bunlara ek olarak, restoranlar arasında (%36), salgın sürecinde maliyetlerini kontrol altına alabilenlerin kazançlı çıkacağı beklentisi mevcuttur
- ▶ Gıda perakendecileri ise, tedarik zincirlerinin etkinliğini ve sürdürülebilirliğini koruyabilenlerin (%75) ve bu süreçte müşteriyle en doğru iletişimi kurabilenlerin (%75) kazançlı çıkacaklarını düşünmektedir

Sektördeki oyuncular tarafından çok talep edilen devlet destekleri



Sektörde kazançlı çıkması beklenen oyuncular¹



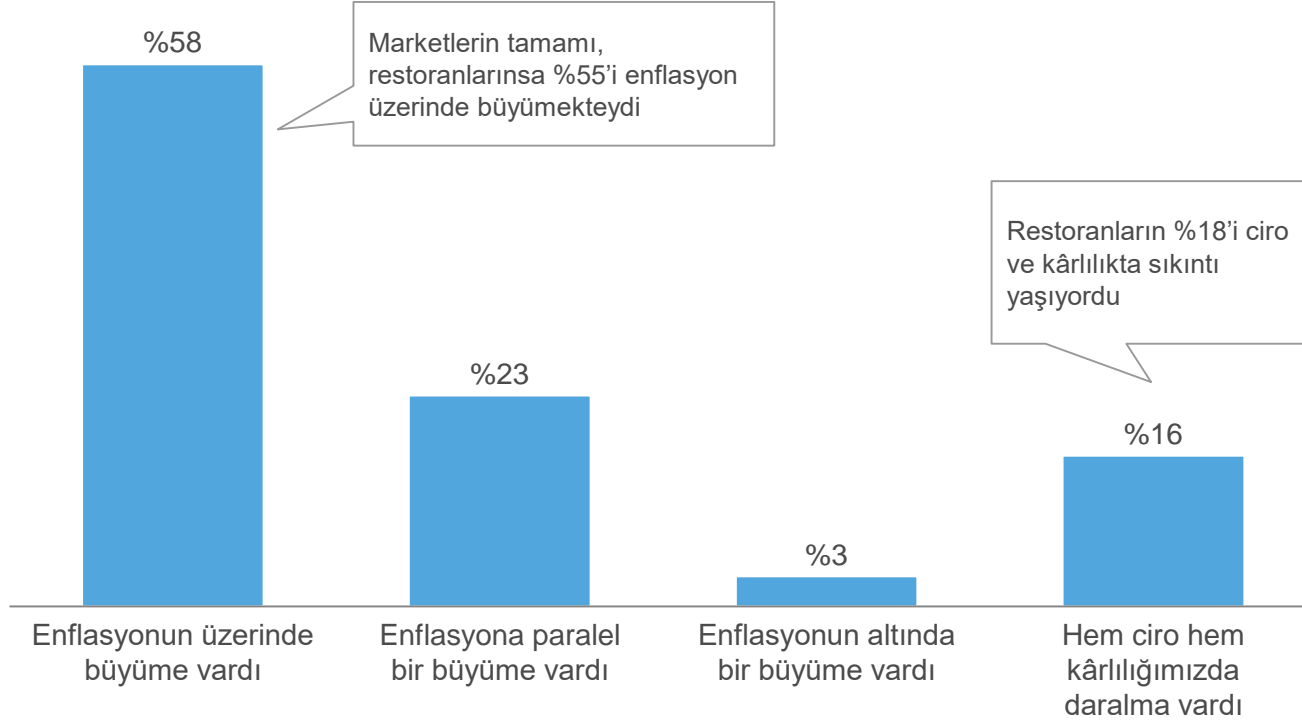
Ajanda

- ▶ Giriş
- ▶ Yönetici Özeti
- ▶ **Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri**
- ▶ Normalleşme ve ciro beklentileri
- ▶ Sektörü bekleyen tehlikeler
- ▶ Devlet destekleri ve süreçten kazançlı çıkacak oyuncular
- ▶ Ek: Metodoloji ve anket kapsamı

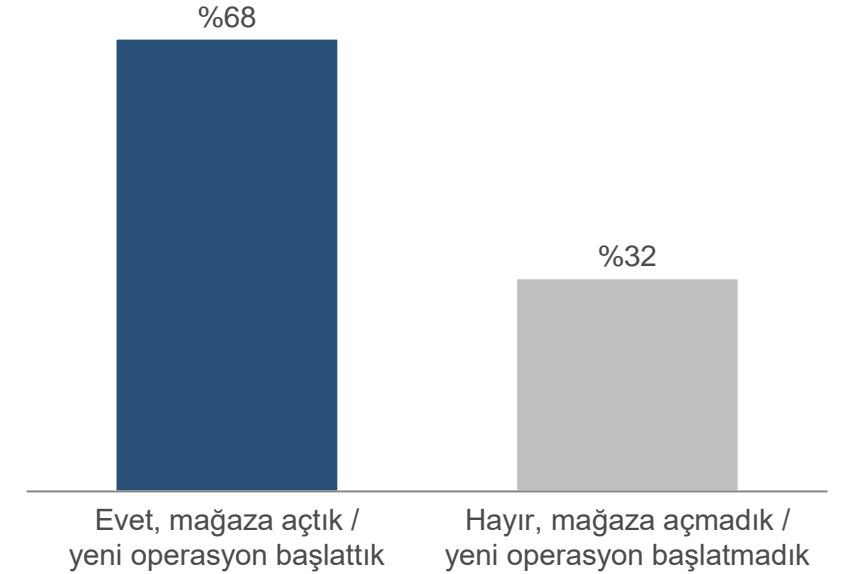
Salgın öncesi perakende sektörü enflasyon üzerinde büyümekteydi ve sektördeki oyuncuların üçte ikisi yeni operasyonlara başlamıştı

Salgın öncesi şirket performansı

Şirket büyümeleri¹



Salgın öncesi yeni mağaza açanlar ya da yeni operasyonlar başlatanlar²



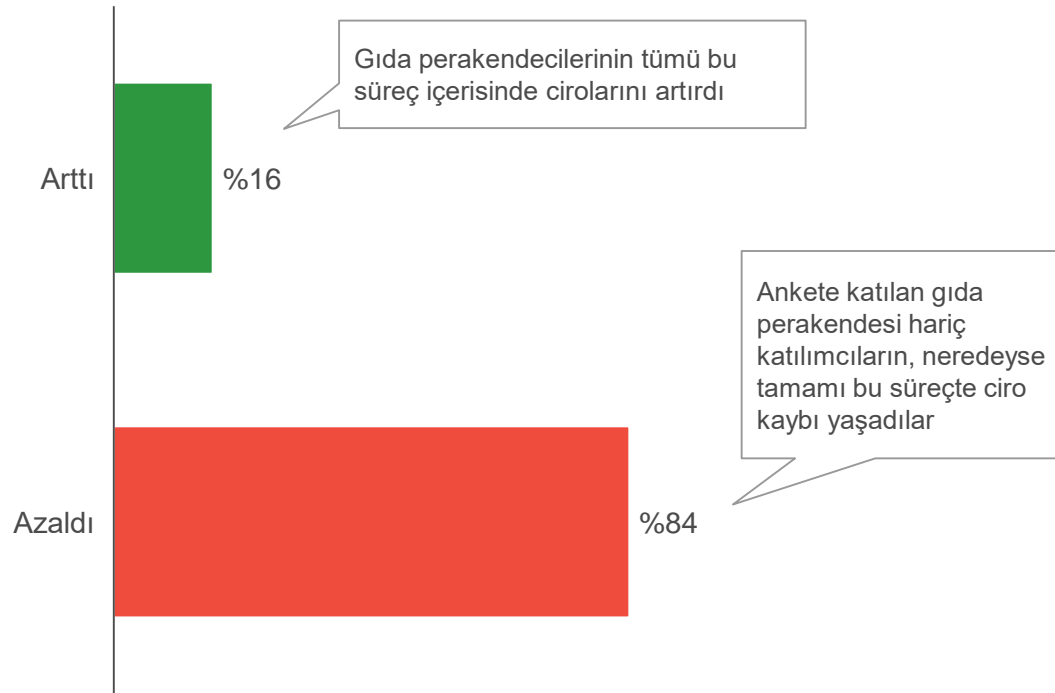
1. Türkiye'de ilk COVID-19 vakası 11 Mart tarihinde görüldü. Bu tarihe kadar şirketinizin 2020 performansı bir önceki yıl performansınıza kıyasla ne düzeydeydi?

2. Salgın başlamadan önceki son bir yıllık dönemde yeni mağazalar açmış ya da yeni operasyonlar başlatmış mıydınız?

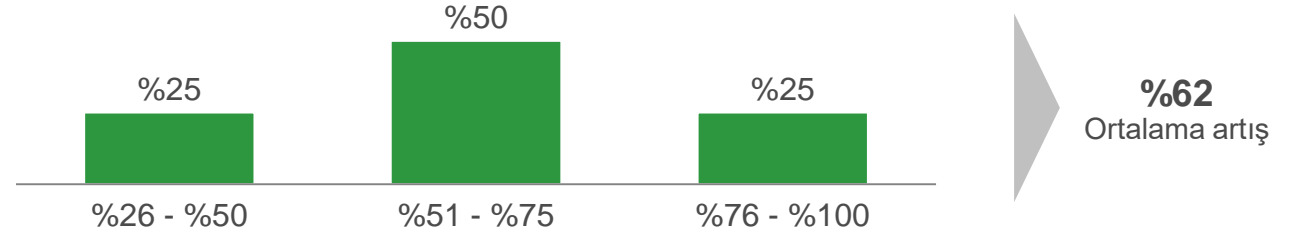
Ancak, Mart ve Nisan aylarında gıda perakendesi dışında kalan perakendeciler salgın sürecinde önemli ciro kayıpları yaşamıştır

Tüm perakende sektörünün Mart ve Nisan ayları ciro değişimi

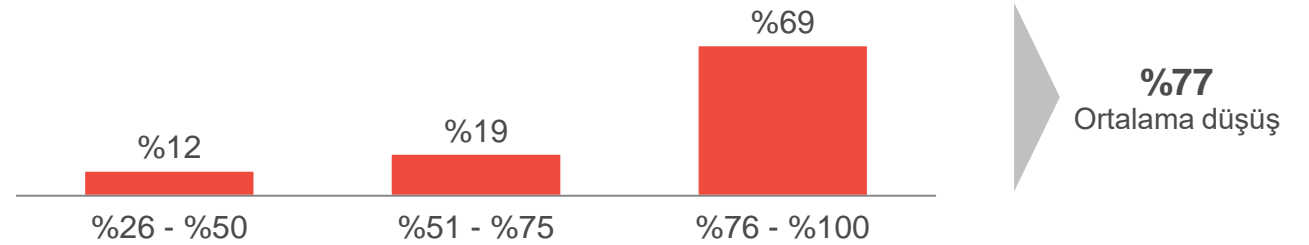
Şubat ayına kıyasla ciro değişimi¹



Artış seviyesi²



Düşüş seviyesi³



1.Mart ve Nisan ayları ortalama cironuz Şubat ayına kıyasla ne düzeyde etkilendi?

2.Mart ve Nisan ayları ortalama cironuz Şubat ayına göre yaklaşık olarak ne seviye arttı?

3.Mart ve Nisan ayları ortalama cironuz Şubat ayına göre yaklaşık olarak ne seviyede düştü?

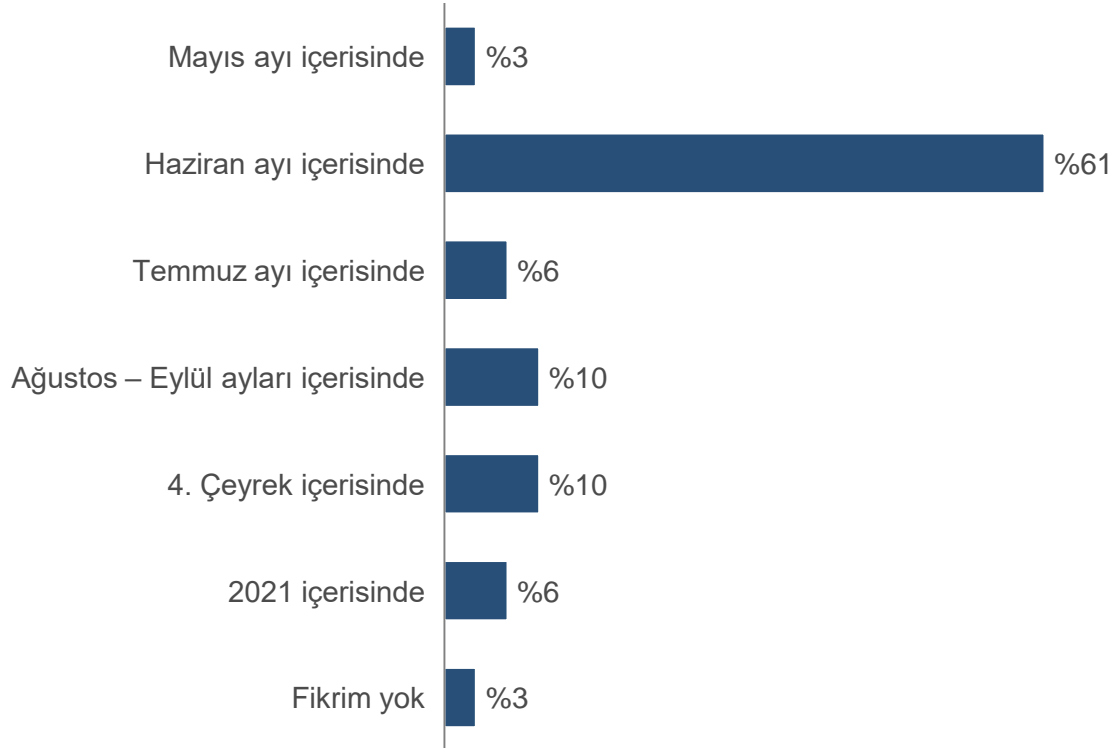
Ajanda

- ▶ Giriş
- ▶ Yönetici Özeti
- ▶ Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri
- ▶ **Normalleşme ve ciro beklentileri**
- ▶ Sektörü bekleyen tehlikeler
- ▶ Devlet destekleri ve süreçten kazançlı çıkacak oyuncular
- ▶ Ek: Metodoloji ve anket kapsamı

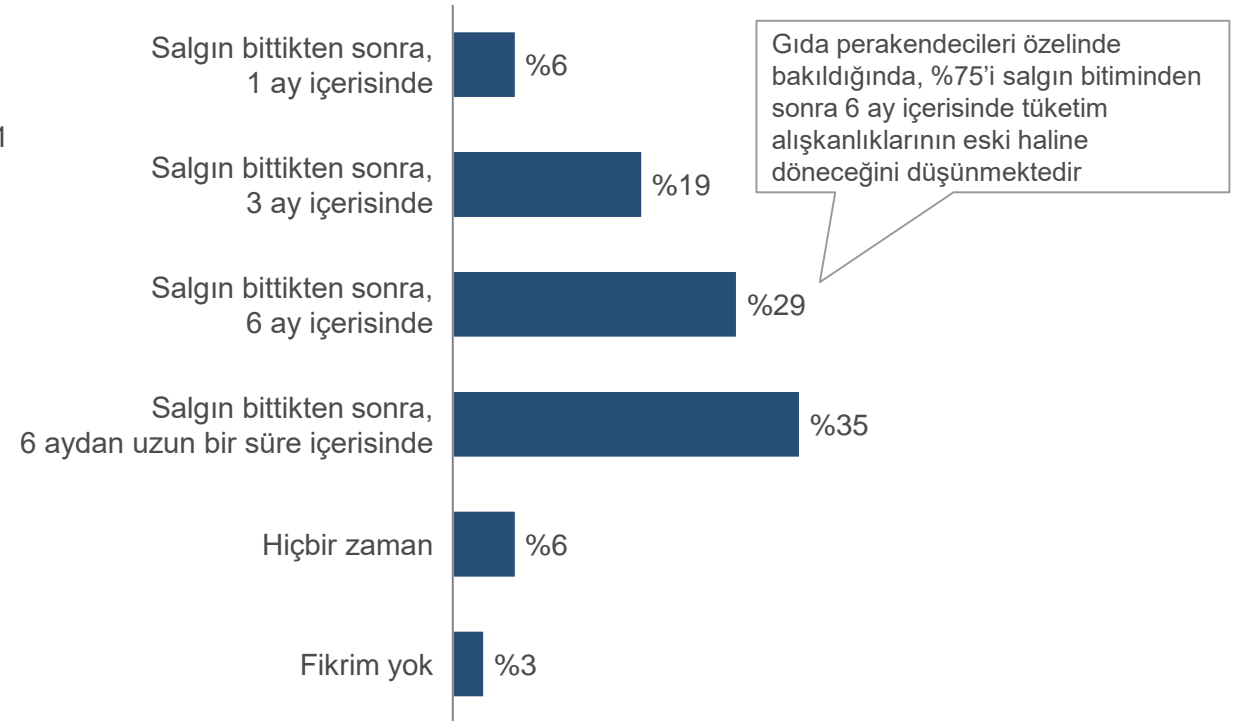
Perakendeciler karantina önlemlerinin Haziran içinde gevşetilmesi konusunda iyimser olsa da, tüketici davranışlarının 6 aydan önce eski haline dönmesini beklememektedir

Pandeminin sona ermesi ve normalleşme beklentileri

Karantina önlemlerinin sona ermesi¹



Tüketici davranışlarının normale dönmesi²

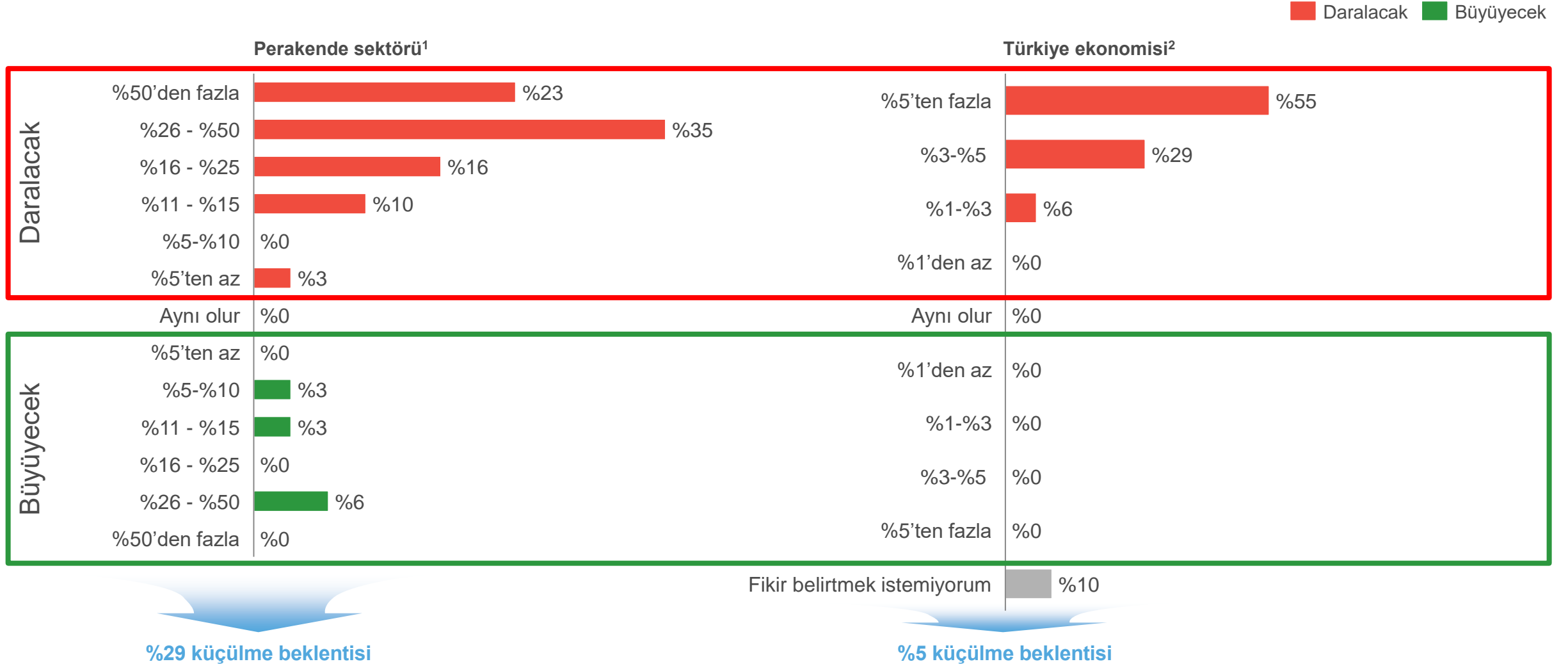


1. Sağlık açısından düşündüğünüzde salgın ile ilgili önlemlerin (sokağa çıkma sınırlamaları, insanların toplu olarak yaptığı aktivitelerin yasaklanması vs.) ne zaman sonlanacağını düşünüyorsunuz?

2. Tüketicilerin, kaç ay içerisinde normal yaşamlarına ve tüketim alışkanlıklarına dönmesini bekliyorsunuz?

Sektördeki oyuncular, pandemi sebebiyle perakende sektörünün ortalama %29, Türkiye ekonomisininse ortalama %5 küçüleceğini tahmin etmektedir

Perakende sektörü ve Türkiye ekonomisine dair 2020 performans beklentileri



1. Sizce sektörünüzün 2020 büyümesi geçen yıla kıyasla ne seviyede olacak (nominal olarak)?

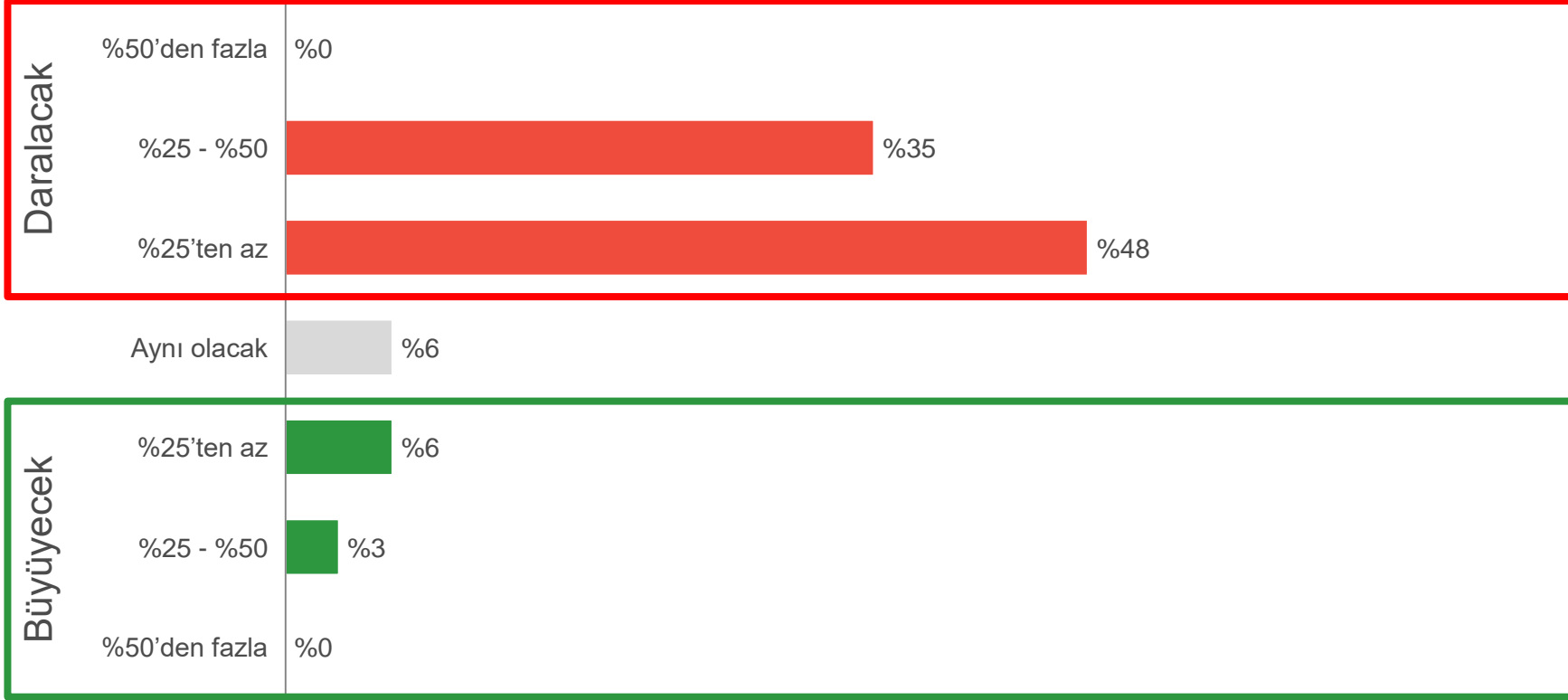
2. Sizce Türkiye Ekonomisi 2020'de bir önceki yıla kıyasla nasıl etkilenecek? (reel olarak)

Kaynak: EY-Parthenon & TAMPF COVID-19 Yönetici Anketi

Sektördeki oyuncular, 2020'de bir önceki yıla kıyasla istihdamda da daralma yaşanacağını düşünmektedir

Perakende sektörünün 2020 istihdam beklentileri¹

Daralacak Büyüyecek



Oluşturulan
istihdamda
%17
daralma

1.Sizce sektörünüzün 2020'de yaratacağı istihdam 2019'a kıyasla ne seviyede olacak?

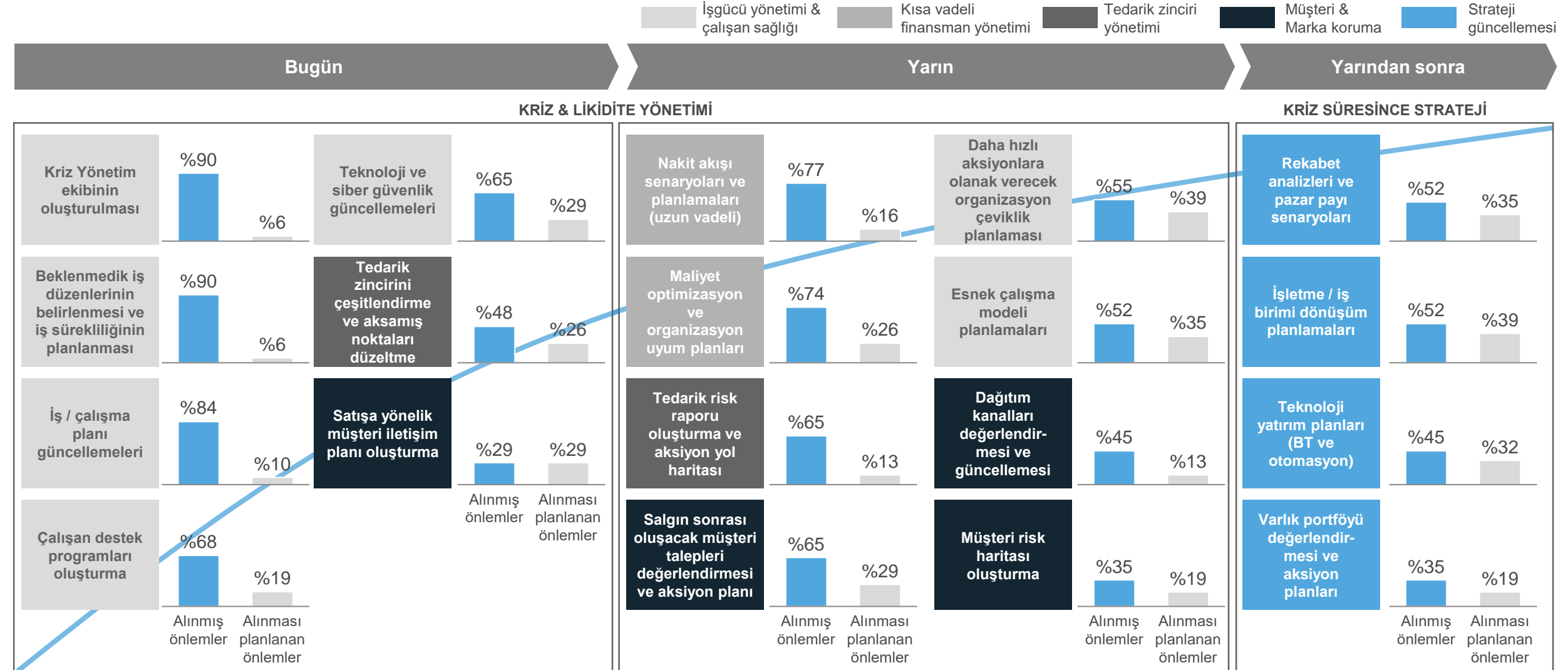
Kaynak: EY-Parthenon & TAMPF COVID-19 Yönetici Anketi

Ajanda

- ▶ Giriş
- ▶ Yönetici Özeti
- ▶ Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri
- ▶ Normalleşme ve ciro beklentileri
- ▶ **Sektörü bekleyen tehlikeler**
- ▶ Devlet destekleri ve süreçten kazançlı çıkacak oyuncular
- ▶ Ek: Metodoloji ve anket kapsamı

Sektördeki oyuncuların birçoğu işlerinin bugününü devam ettirecek tedbirleri almış konumda bulunmakta; yarını ve yarından sonrası içinse gerekli aksiyonları almaya başlamış veya almayı planlamaktadır

Kriz yönetiminin bugünü yarını ve yarından sonrası için alınmış aksiyonlar^{1,2}

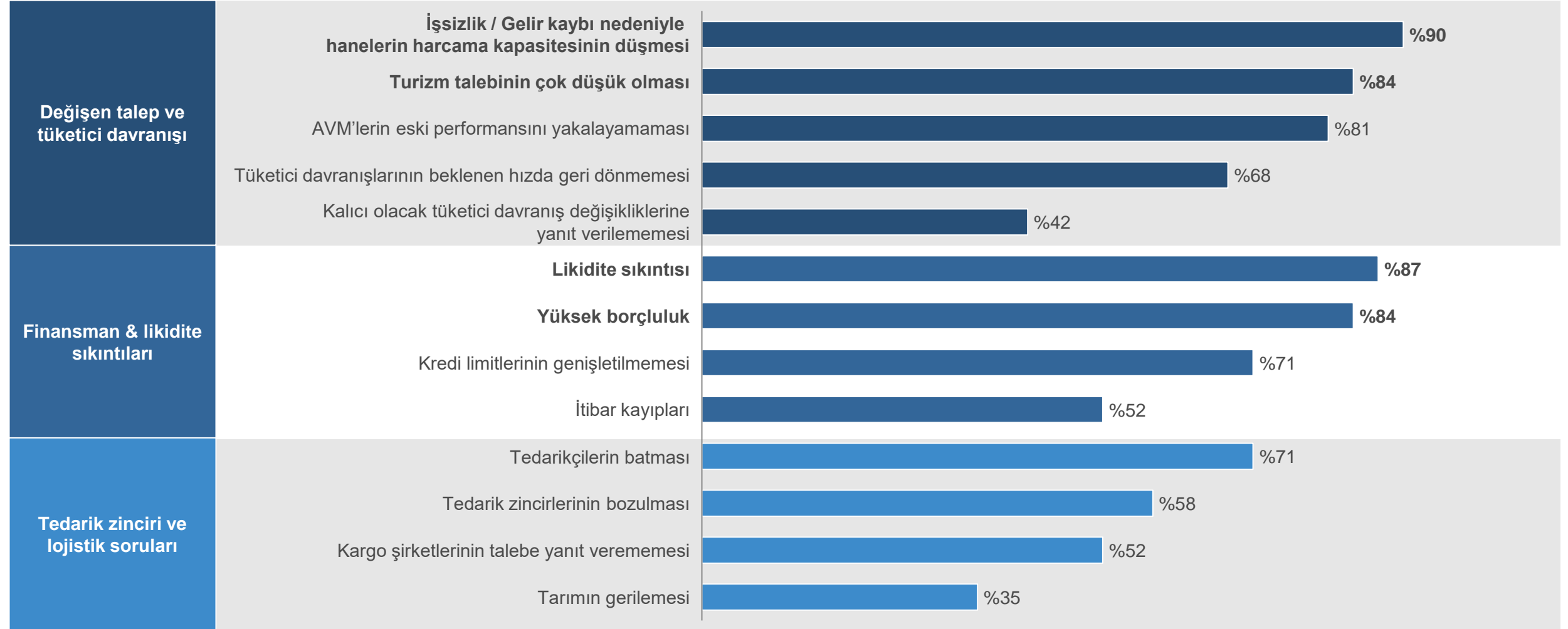


1. Türkiye'de ilk COVID-19 vakasının görüldüğü 11 Mart tarihinden bu güne kısa vadeli kriz yönetimi için hangi aksiyonları aldınız ve almayı düşünüyorsunuz?

2. Şirketinizi salgın sonrası ve daha uzun vadede hazırlamak için hangi aksiyonları aldınız ya da almayı planlıyorsunuz?

Perakende sektörü oyuncularına göre sektörde kısa vadede; harcama gücünün düşmesi, likidite sıkıntıları, yüksek borçluluk ve turizm talebindeki düşüş en büyük tehlikelerdir

Sektörü bekleyen en büyük tehlikeler (6-12 ay içerisinde)¹

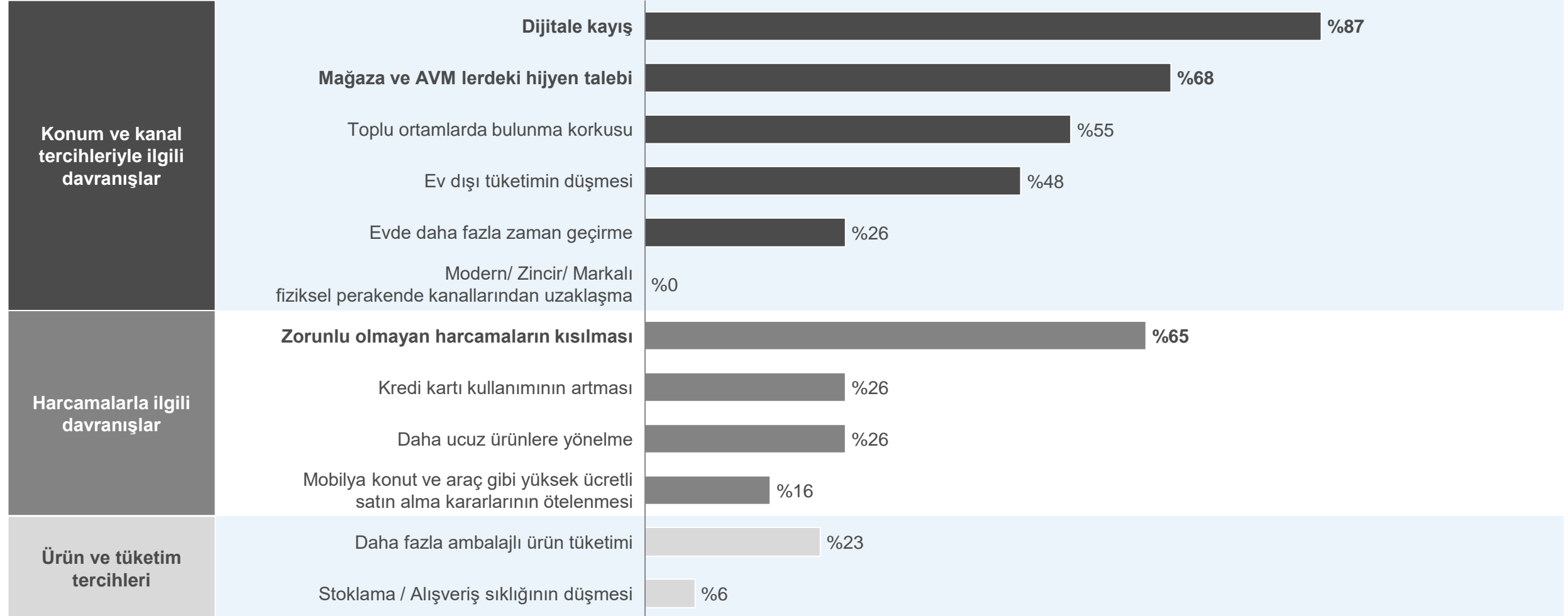


1.Sizce sektörünüzün talep daralması ve kârlılık dışında yaşayabileceği tehlikeler nelerdir?

Kaynak: EY-Parthenon & TAMPF COVID-19 Yönetici Anketi

Tüketicilerin dijital kanala kayması ve fiziksel kanalı tercih ettiklerinde hijyen talepleri ile zorunlu olmayan harcamaları kısımları COVID-19 sürecinde ortaya çıkıp kalıcı olması beklenen davranışlardır

COVID-19'la ortaya çıkan ve kalıcı olması beklenen tüketici davranışları¹

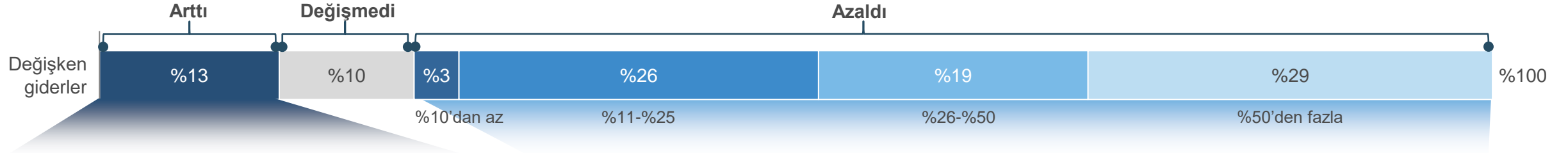


1.Sizce salgın ve salgın önlemleri (karantinalar, yasaklar vs.) bittikten sonra, hangi tüketici davranışları kalıcı olacak?

Kaynak: EY-Parthenon & TAMPF COVID-19 Yönetici Anketi

Değişken maliyetler cirolara paralel olarak değişmiştir; gıda perakendecileri değişken maliyetlerini artırırken diğer oyuncular da devlet teşvikleri ve durdurulan operasyonlarla maliyetlerini düşürebilmiştir

Sektörün değişken giderlerindeki değişim¹



Değişken giderlerin artmasının sebepleri²



Değişken giderleri artanların tümü gıda perakendecileridir

Değişken giderlerin düşmesinin sebepleri³



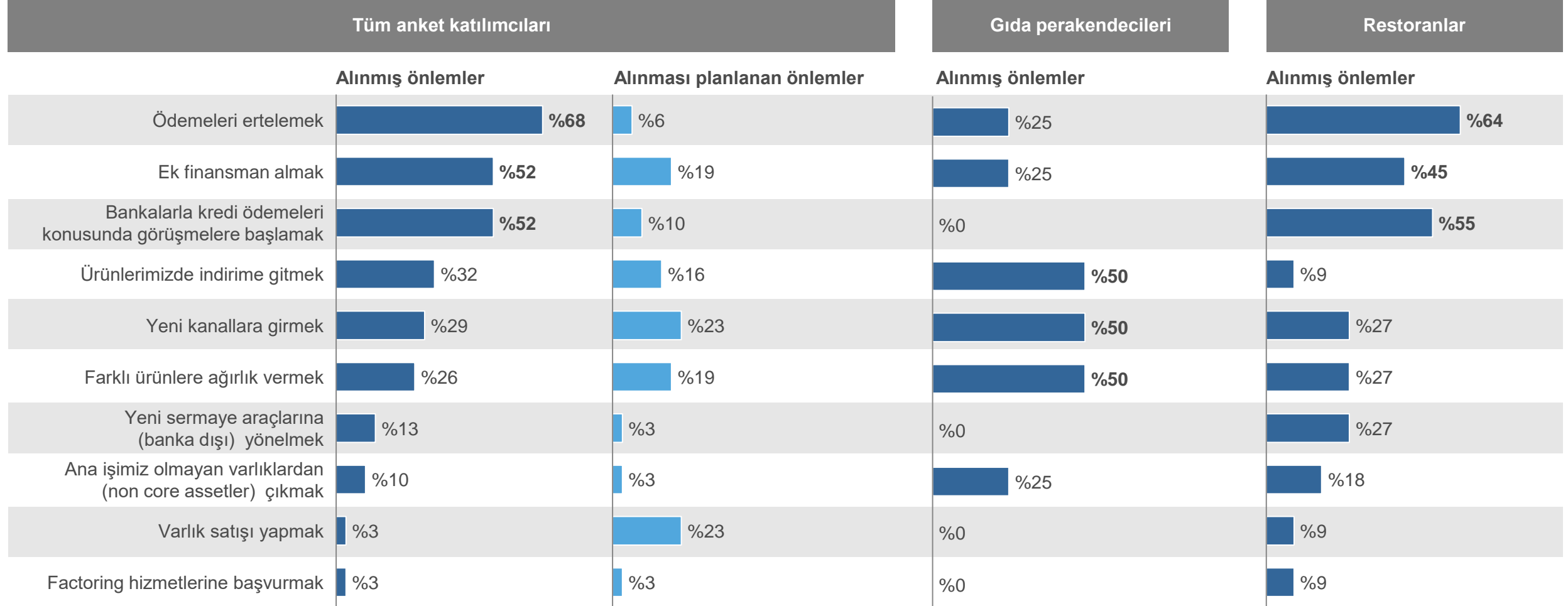
1. Değişken giderlerinizi hangi önlemleri alarak düşürdünüz? Birden fazla seçenek seçebilirsiniz

2. Mart ve Nisan aylarında şirketinizin toplam değişken maliyetleri (kira ve genel merkez personeli hariç operasyonel maliyetler) 2019'un aynı aylarına kıyasla nasıl değişti?

3. Değişken giderlerinizin artışının sebepleri aşağıdakilerden hangileridir? Birden fazla seçenek seçebilirsiniz

Gıda perakendecileri dışındaki oyuncular nakit akışlarındaki sıkıntıları çözebilmek için en çok ödeme erteleme ve finansman konularında bankalara başvurma yoluna gitmiştir

Sektörün nakit akışını yönetebilmek için aldığı aksiyonlar¹



1. Salgının ortaya çıktığı Mart ayından bu yana, bu süreci yönetebilmek için aşağıdaki önlemlerden hangilerini aldınız? Planlamadığınız aksiyonlar için 0, aldığınız aksiyonlar için 1, almayı planladığınız aksiyonlar için 2 'yi seçiniz

Ajanda

- ▶ Giriş
- ▶ Yönetici Özeti
- ▶ Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri
- ▶ Normalleşme ve ciro beklentileri
- ▶ Sektörü bekleyen tehlikeler
- ▶ **Devlet destekleri ve süreçten kazançlı çıkacak oyuncular**
- ▶ Ek: Metodoloji ve anket kapsamı

Perakendeciler salgın sürecinde devletin sağladığı desteklerden, özellikle vergi ertelemeleri ve çalışanlarla ilgili ödemeler için, aktif biçimde yararlanmışlardır

Devlet destekleri¹

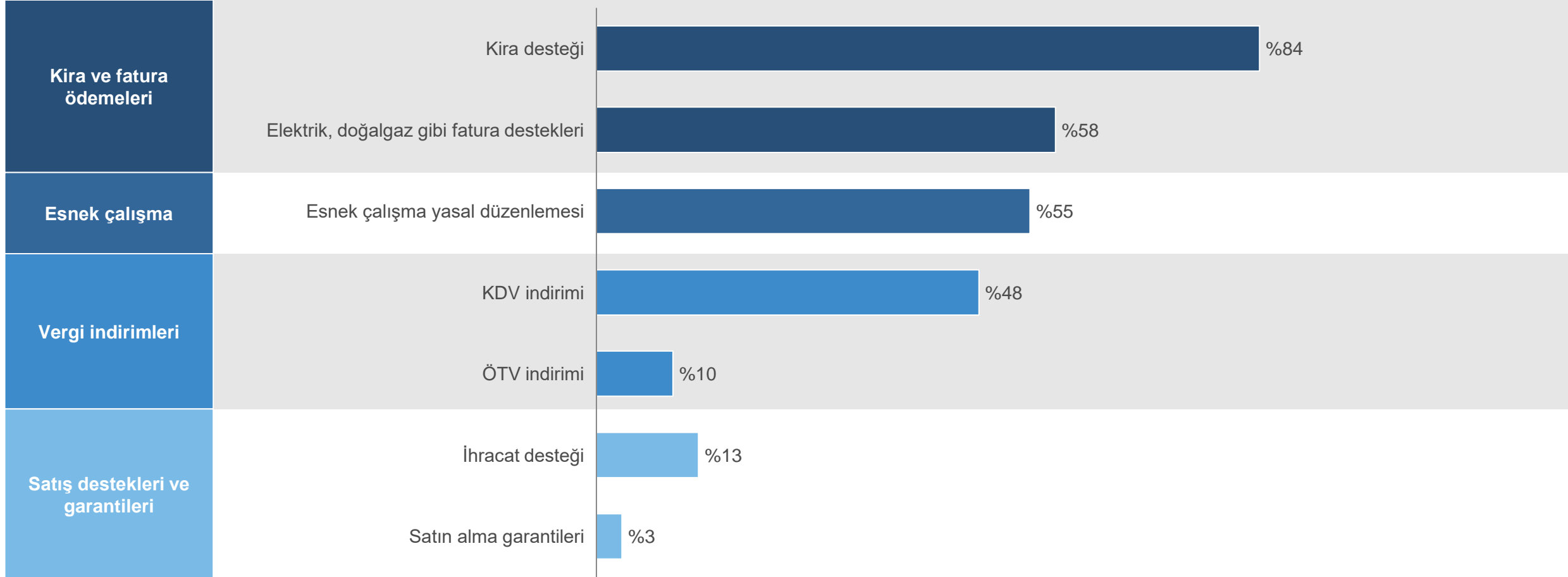
	Tüm anket katılımcıları		Gıda perakendecileri	Restoranlar
	Faydalanılan destekler	Faydalanılması planlanan destekler	Faydalanılan destekler	Faydalanılan destekler
Çalışanların SGK ödemelerinin ertelenmesi	%77	%13	%50	%82
Muhtasar ve KDV ödemelerinin ertelenmesi	%77	%13	%50	%82
Gelir vergisi beyanı ve ödemelerinin ötelenmesi	%68	%10	%25	%73
Çalışanların Kısa Çalışma Ödeneği'nden faydalandırılması	%68	%19	%0	%82
Asgari ücret desteği	%45	%19	%50	%45
Vadesi gelen kredilerin ötelenmesi	%32	%16	%0	%36
Kredi Garanti Fonu destekli finansman kredi erişimi	%19	%29	%0	%27
İşe Devam Kredisi	%16	%26	%0	%18
Çek Ödeme Destek kredileri	%13	%10	%0	%18
Ekonomik İstikrar Kalkanı kredi desteği	%10	%26	%0	%18
Stok finansman desteği	%3	%16	%0	%9

1.Salgın süresinde açıklanan devlet desteklerinin/ teşviklerinin hangilerinden faydalandınız ya da faydalanmayı planlıyorsunuz? Başvurmayacaksanız 0'ı, faydalaniyorsanız 1 'i, başvurmayı planlıyorsanız 2 'yi seçiniz?

Perakendecilerin en çok talep ettiği destekler ise kira ve fatura destekleri ile esnek çalışma yasal düzenlemesinin yapılması olmuştur

Devlet destekleri

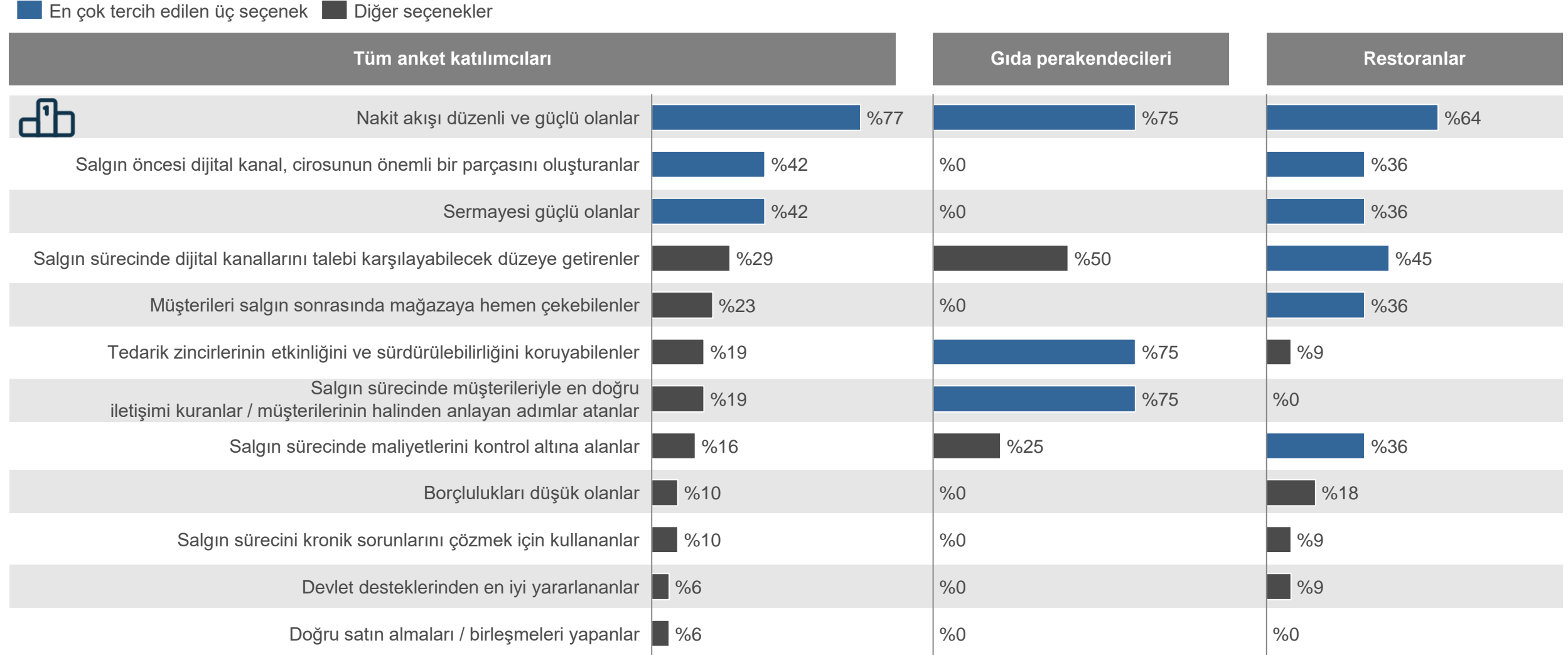
Talep edilen devlet destekleri¹



1.Devlet tarafından aşağıdaki destekler / önlemler açıklansaydı ilk önce hangi 3'üne başvururdunuz ya da başlatılmasını isterdiniz?

Sektör genelinde nakit akışı güçlü olan, dijital kanalı salgın öncesinde de iyi kullanan ve sermayesi güçlü olan oyuncuların, bu süreçten “ayakta kalanlar” olarak çıkmaları beklenmektedir

Sektörde kazançlı çıkması beklenen oyuncular¹



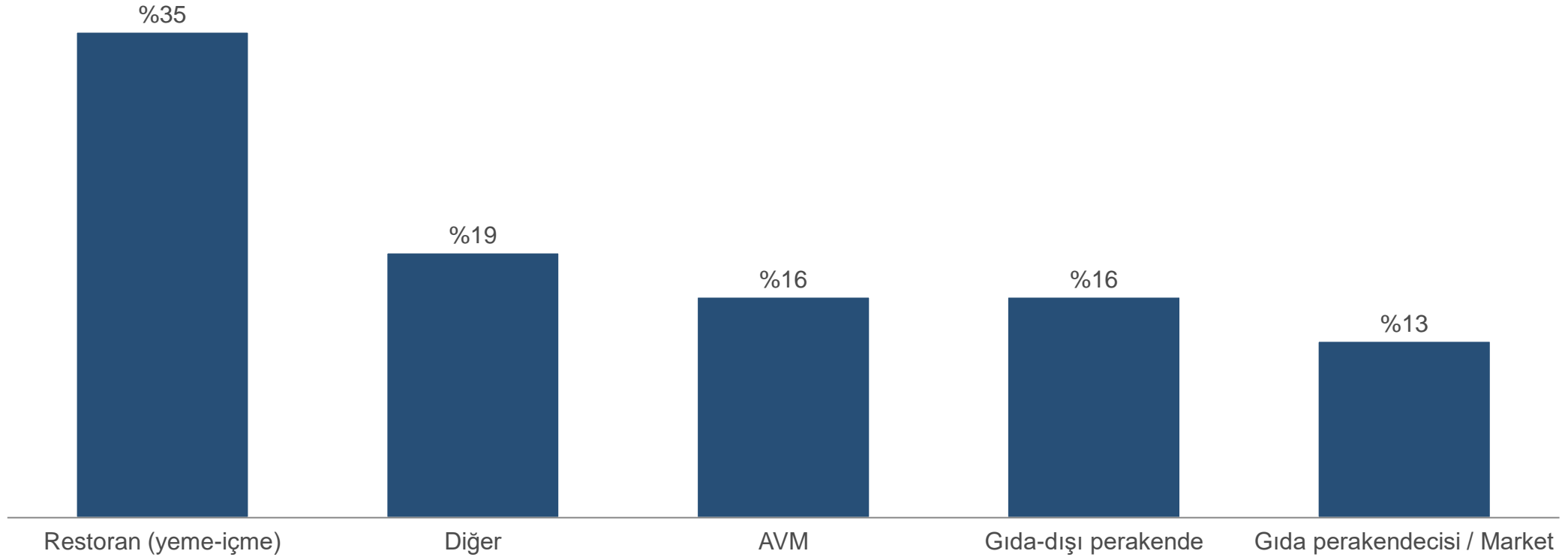
1.Sektörünüzün kazananlarını belirleyecek en önemli 3 etken sizce neler olacak? Lütfen 3 seçenek seçiniz

Ajanda

- ▶ Giriş
- ▶ Yönetici Özeti
- ▶ Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri
- ▶ Normalleşme ve ciro beklentileri
- ▶ Sektörü bekleyen tehlikeler
- ▶ Devlet destekleri ve süreçten kazançlı çıkacak oyuncular
- ▶ **Ek: Metodoloji ve anket kapsamı**

EY-Parthenon & TAMPF COVID-19 Yönetici Anketi, Mayıs-Haziran 2020'de online olarak 27 şirket ile yapılmış ve gıda perakendesinde ile yeme içme sektöründe anlamlı sonuçlar verecek örnekleme erişmiştir

Anket katılımcılarının ana sektörleri¹



1.Çalıştığınız şirket hangi sektörde faaliyet göstermektedir?

Kaynak: EY-Parthenon & TAMPF COVID-19 Yönetici Anketi



Elif Koç

+90 532 554 93 44
Elif.Koc@Parthenon.ey.com
Sorumlu Şirket Ortağı

Hüseyin Öztürk

+90 537 893 36 75
Huseyin.Ozturk@Parthenon.ey.com
Kıdemli Danışman

Giray Emiroğlu

+90 538 619 65 67
Giray.Emiroglu@Parthenon.ey.com
Kıdemli Danışman

www.parthenon.ey.com

Özge Gürsoy

+90 212 315 30 00
Ozge.Gursoy@tr.ey.com
Türkiye Strateji ve Kurumsal Finansman
Bölüm Başkanı

www.ey.com

EY | Denetim | Vergi | Kurumsal Finansman | Danışmanlık

EY Hakkında

EY bağımsız denetim, vergi, kurumsal finansman ve danışmanlık hizmetlerinde bir dünya lideridir. Anlayışımız ve kaliteli hizmetlerimiz dünya ekonomisi ve sermaye piyasalarında güvenin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. EY, güçlü yönetim ekibiyle tüm paydaş gruplarına verdiği sözleri yerine getirmekte ve bu şekilde çalışanları, müşterileri ve içinde yer aldığı diğer çevreler için daha iyi bir çalışma hayatı oluşturulmasında önemli bir rol üstlenmektedir.

EY adı küresel organizasyonu temsil eder ve Ernst & Young Global Limited'in her biri ayrı birer tüzel kişiliğe sahip olan, bir veya daha çok, üye firmasını temsil edebilir. Sınırlı sorumlu bir Birleşik Krallık şirketi olan Ernst & Young Global Limited müşteri hizmeti sunmamaktadır. Daha fazla bilgi için lütfen ey.com adresini ziyaret ediniz.

EY-Parthenon Hakkında

EY-Parthenon, EY'in strateji danışmanlık tarafındaki büyüme hedefleriyle paralel olarak çeşitli satın alma ve birleşmelerle kurmuş olduğu çok uluslu bir strateji danışmanlık evidir. Kısa geçmişine rağmen dünyanın en önde gelen 5 şirketinden biri haline gelen EY-Parthenon gelecek senaryoları, büyüme stratejileri ve değer yaratımı alanlarında uzman bir ekiple hizmet vermektedir. Daha fazlası için parthenon.ey.com adresini ziyaret edebilirsiniz

© 2020 EY Türkiye.

Tüm Hakları Saklıdır.

Sadece genel bilgi verme amacıyla sunulan bu yayının muhasebe, vergi veya diğer profesyonel hizmetler alanında geçerli bir kaynak olarak kullanılması amacıyla hazırlanmamıştır. Belirli bir konuya ilişkin olarak ilgili danışmana başvurulmalıdır.

parthenon.ey.com

ey.com/tr

vergidegundem.com

facebook.com/ErnstYoungTurkiye

twitter.com/EY_Turkiye