

EY-Parthenon & ETİD COVID-19 Yönetici ve KOBİ Anketleri

Anket sonuçları

Temmuz 2020

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



EY-Parthenon ve ETİD ortaklığıyla, COVID-19 sürecinde elektronik ticaret sektörünün nabzını tutacak kapsamlı bir araştırma gerçekleştirdik ve buradan e-ticaret oyuncuları için bazı çıkarımlarda bulunduk

EY-Parthenon & ETİD COVID-19 Yönetici Anketi

Çalışmanın kapsamı ve gerekçesi

- Ülkemizde Şubat ayından itibaren etkisini hissettiren **COVID-19 salgınının etkilerinin hafifletilmesinde en etkili sektör** şüphesiz ki **elektronik ticaret sektörü** olmuştur
- İnsanların evlerinden dışarı çıkmaması ve birçok işletmenin kapanmak durumunda kalmasıyla, tüketicilerin ihtiyaçlarının karşılanmasında e-ticaret sektörü önemli bir rol almış ve operasyonlarında çeşitli değişiklikler yapmak durumunda kalmıştır
- E-ticaret oyuncularının bu süreçten **ne kadar ve nasıl etkilendiğinin, normalleşme beklentilerinin, ana ihtiyaçlarının ve devletten beklentilerinin** tespit edilmesi için iki ayrı anket çalışması gerçekleştirdik
- E-ticaret şirket yöneticileri anket çalışmasını **ETİD**'in pureplay perakendeciler, omnichannel perakendeciler, dijital pazaryerleri, e-ticaret altyapı / hizmet sağlayıcılarından oluşan sektörel ağından yararlanarak paylaştık ve mümkün olduğunca **geniş bir kitleye ulaştık**
- Ayrıca, sektörün önemli bir paydaşı olan **KOBİ**'lerle yine ETİD'in sektörel ağını kullanarak yaptığımız anket çalışması ile **sektörün tüm paydaşlarını çalışmamıza dahil ettik**

Araştırmamızdaki ana konu başlıkları



Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri



Normalleşme ve ciro beklentileri



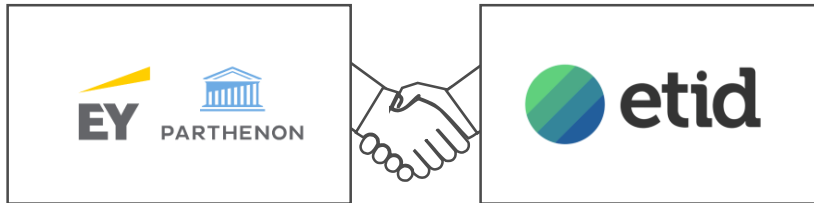
Sektörü bekleyen tehlikeler



Faydalanılan ve talep edilen devlet destekleri



Süreçten kazançlı çıkması beklenen oyuncular



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

Salgının sektöre kısa vadeli etkileri ve alınan önlemler

Yönetici Özeti



Salgın öncesi performans ve salgının ciroya etkileri

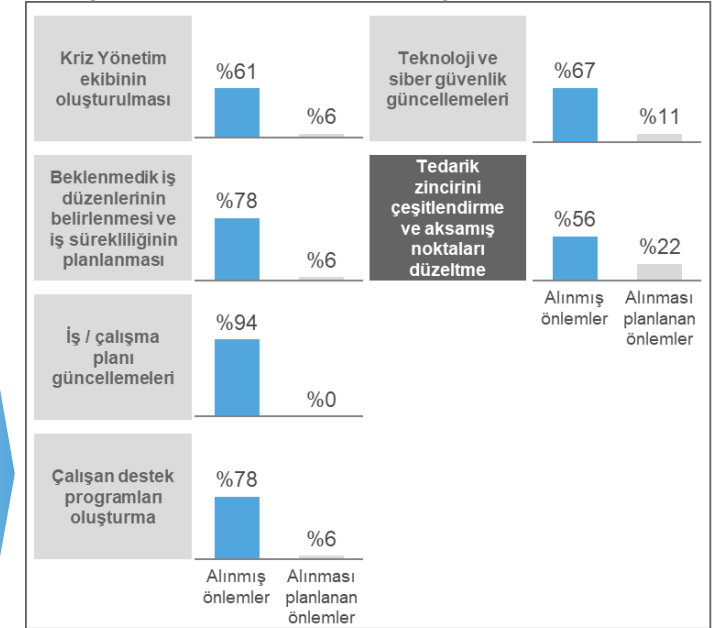
- ▶ E-ticaret sektörü 2020 yılına uzun yıllardır sürdürdüğü büyüme trendi ile başlamıştı. Salgın öncesi dönem ele alındığında, katılımcıların
 - %67'si enflasyon üzerinde büyüme yaşadığını,
 - %17'si ise enflasyona paralel bir büyüme yaşadığını belirttiştir
- ▶ Sektör oyuncuları, pandemi sürecinde insanların dışarı çıkamaması ve birçok fiziksel mağazanın kapanmak zorunda kalmasıyla artan e-ticaret talebine karşılık verebilmiştir. Böylece hem tüketicilerin ihtiyaçlarını aksama olmadan karşılamalarını sağlamış hem de ekonomik durgunluğun hafifletilmesine yardımcı olmuşturlardır
- ▶ Şubat ayına kıyasla Mart ve Nisan cirolarına baktığımızda ise, 5 şirket oyuncusunun 4'ü cirosunu artırdığı belirtmiştir
- ▶ Pandeminin KOBİ'ler üzerindeki etkileri ise daha olumsuz olmuştur, KOBİ'lerin %41'i ciro artışı yaşarken %47'si ise ciro düşüşü yaşamışlardır. E-ticaret yanında fiziksel mağazası da olan KOBİ'ler ciro düşüşünde başı çekerken, ciro düşüşünün bir diğer muhtemel sebebi de daha küçük ölçekli olan KOBİ'lerin lojistik ve kargo sıkıntılarından daha fazla etkilenmeleridir



Normalleşme ve ciro beklentileri

- ▶ Sektör yöneticilerinin %94'ü salgının %33'ü de karantina önlemlerinin 4. çeyrek ve sonrasında sonlanacağını düşünmektedir, %50'si ise tüketici davranışlarının normale dönmesi için salgın bittikten sonra en az 3 ay gerektiğini düşünmektedir
- ▶ Sektör yöneticilerinin %96'sı e-ticaret sektörünün 2020'de büyüyeceğini ve bu büyümenin yaklaşık %32 düzeylerinde olacağını beklemektedir
- ▶ Sektör KOBİ'leri (%90) de e-ticaretin 2020'de büyüyeceğini ama büyümenin yaklaşık %23 seviyelerinde olacağını düşünmektedir.
- ▶ Ciro artışı yaşayan (%41) KOBİ'lerin yarısı bu artışın kalacağını düşünse de, bu dönemde ciro düşüşü yaşayan (%47) KOBİ'lerin %80'i ise toparlamanın en az 3 ay süreceğini düşünmektedir

Kriz yönetimi için alınmış aksiyonlar



Salgın sonrası gelişmeler üzerine sektör kriz yönetimi ve talep artışını karşılayabilmek için çeşitli aksiyonlar almış durumdadır

Sektörün neredeyse tamamı iş ve çalışma planlarını güncellemiş, büyük bir bölümü çalışan destek programlarını hayata geçirmiş ve iş sürekliliğini planlamıştır. Tedarik zincirinde yaşanan aksamaları düzeltmek içinse hâlâ alınması planlanan önlemler vardır

Sektörü bekleyen tehlikeler ve bunlara yönelik alınan uzun vadeli tedbirler

Yönetici Özeti

Önem sırasına göre sektörü bekleyen tehlikeler

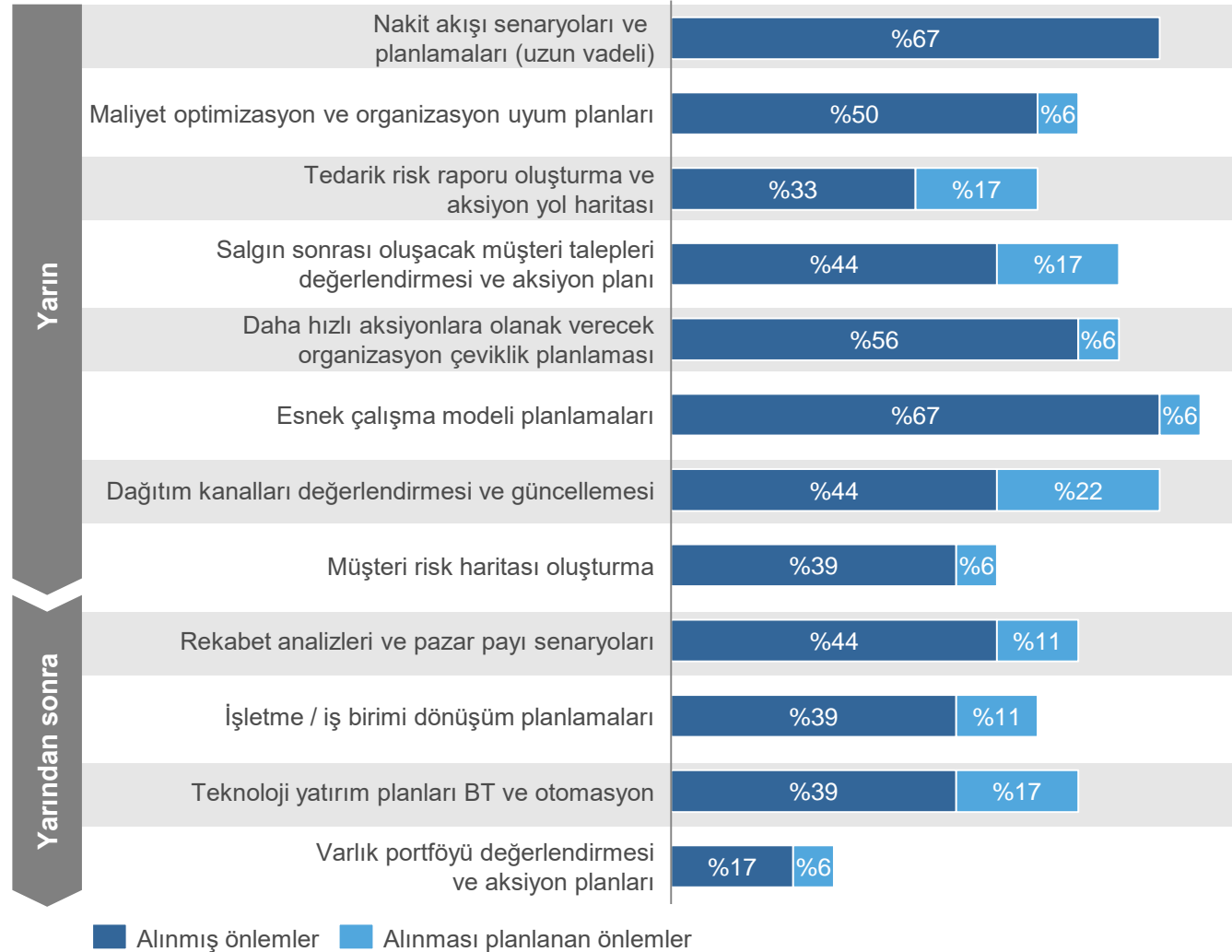
1

Operasyonların etkin biçimde büyütülememesi

2

Kargo ve tedarik sıkıntıları

Sektörün uzun vadeli kriz yönetimi için aldığı aksiyonlar



Sektörü bekleyen tehlikeler – derinlemesine bakış (1/2)

Yönetici Özeti

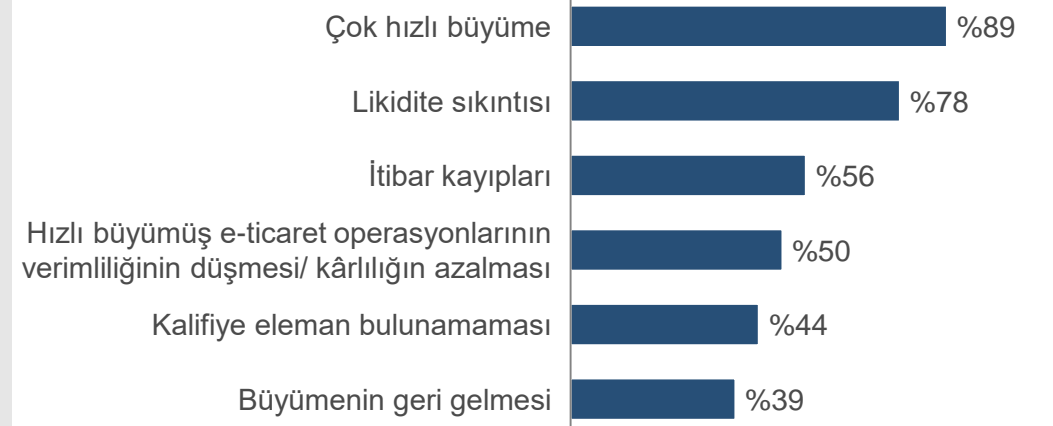
1 Operasyonların etkin biçimde büyütülememesi

- ▶ Pandemi döneminde haftalar içerisinde gerçekleşen e-ticaret talep patlaması, sektör oyuncularını çok hızlı biçimde operasyonlarını büyütmeğe itmiştir. Kısa sürede planlanamadan gerçekleşen büyüme e-ticaret oyuncularının operasyonlarında önemli sorunlara yol açmıştır
 - Depo organizasyonunda bozulmalar (%56)
 - Sipariş hazırlama süreçlerinde aksaklıklar (%36)
 - Ve, iade süreçlerinde yaşanan aksaklıklar (%27)
- ▶ Sektörün kısa vadede gerçekleşmesinden en çok endişelendiği tehlike ise hızlı büyümenin getirdiği operasyonel sıkıntıların derinleşmesidir. Ayrıca bu dönemde yaşanacak operasyonel sıkıntıların yansımaları olan itibar kayıpları (%56) ve operasyonların kârlılıklarının düşmesi (%50) de 1 yıl içerisinde yaşanabilecek tehlikeler olarak belirtilmiştir
- ▶ Likidite sıkıntıları sektör oyuncularının 4/5'i tarafından dile getirilmiş bir tehlikedir. Likidite sektör büyümesinin sürdürülebilir kılınması için gerekli bir etmen olduğundan ve 5 katılımcıdan 2'sinin büyümenin geri gelmesini bir tehlike olarak gördüğü göz önüne alındığında operasyon büyümesinin sürdürülebilirliği konusundaki endişeler ortaya çıkarmaktadır. Operasyonların büyütülmesinin önünde görülen bir diğer engel ise kalifiye eleman bulunamamasıdır (%44)
- ▶ Sektör KOBİ'lerinde ise mevcut operasyonların sürdürülebilirliği daha önemli bir tehlike olarak öne çıkmaktadır. KOBİ'lerin:
 - ▶ %67'si kârlılık düşmesini
 - ▶ %70'i likidite sıkıntılarını
- ▶ Önemli tehlikeler olarak görmektedir. KOBİ'ler için nakit akışlarının kârlılık düşüşüyle sıkıntıya girmesi yıkıcı etki yaratabilir ve likiditeye erişemeyen KOBİ'ler için yaşanacak sıkıntılar derinleşebilir

Salgın sürecinde yaşanan sıkıntılar



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



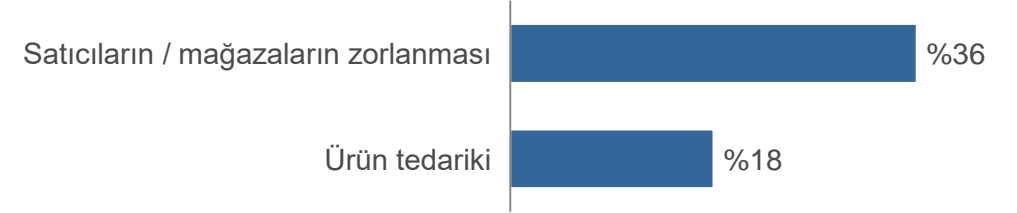
Sektörü bekleyen tehlikeler – derinlemesine bakış (2/2)

Yönetici Özeti

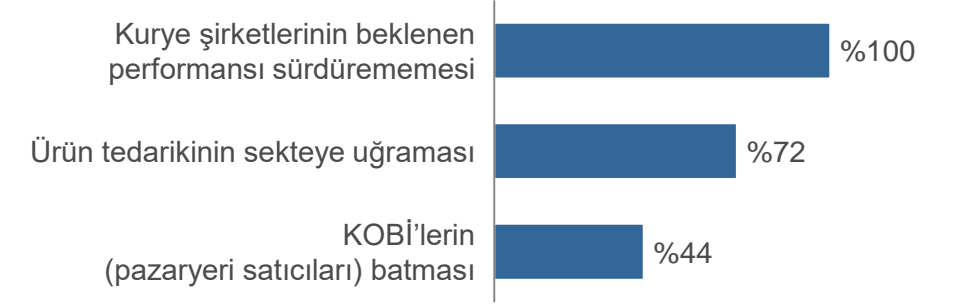
2 Kargo ve tedarik sıkıntıları

- Pandemi sürecinde alınan karantina önlemleri, ithalat sıkıntıları, bazı üretim tesislerinin kapanması ve ulaşımda yaşanan sıkıntılar sebebiyle önemli tedarik sıkıntıları yaşanmıştır. E-ticaret yönetici anketi katılımcılarının %18'i pandemi döneminde ürün tedarik sıkıntıları yaşadıklarını belirtmiştir, ki bu katılımcılar pureplay dijital perakendecilerdir. Katılımcıların %36'si satıcıların zorlandığını belirtmiştir, dijital pazaryerlerinin satıcıları konumunda bulunan KOBİ'lerle yaptığımız anket katılımcılarının %41'i de bu dönemde tedarik sıkıntıları yaşadıklarını dile getirmiştir. Ürün tedarikinde yaşanacak sıkıntılar hem e-ticaret yöneticilerinin hem de KOBİ'lerin yaklaşık $\frac{3}{4}$ 'ü tarafından gelecekte yaşanabilecek bir sıkıntı olarak öne çıkmaktadır
- Sektörün geleceğini bekleyen en büyük tehlike ise tüm yöneticiler tarafından dile getirilen kurye / kargo şirketlerinin beklenen performansı gösterememesidir. Kargo operasyonlarının e-ticaret ile benzer seviyelerde büyümemesi, e-ticaret büyümesini limitleyeceği gibi müşteri memnuniyetsizliğine de sebep olup çifte risk yaratabilecek bir tehlikedir
- Ölçekleri küçük olan KOBİ'ler kargo süreçlerinde yaşanan aksaklıklardan daha fazla etkilenmiştir, KOBİ'lere göre bunun muhtemel sebebi yaşanan yoğunluk sebebiyle verimliliği yüksek tutmayı amaçlayan kargo şirketlerinin, daha büyük organizasyonları önceliklendirmesidir

Salgın sürecinde yaşanan sıkıntılar



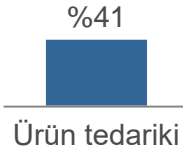
Sektörü bekleyen en büyük tehlikeler (6-12 ay içerisinde)



KOBİ'lerin gözünden

Salgın sürecinde yaşanan sıkıntılar

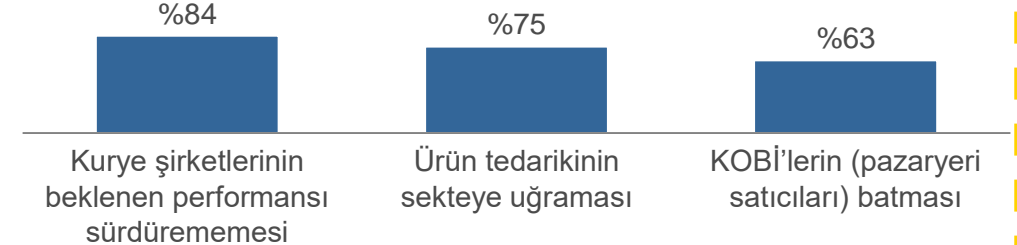
KOBİ'lerin %38'i kargo sıkıntıları yaşadıklarını belirtmiştir



“Kargo firmalarının kotalı çalışması, zamanında teslimat almamaları.”

“Kargo dağıtım süreçlerinin çok uzun olması müşteri memnuniyetsizliği.”

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



Devlet destekleri ve gelecek beklentileri

Yönetici Özeti



Devlet destekleri

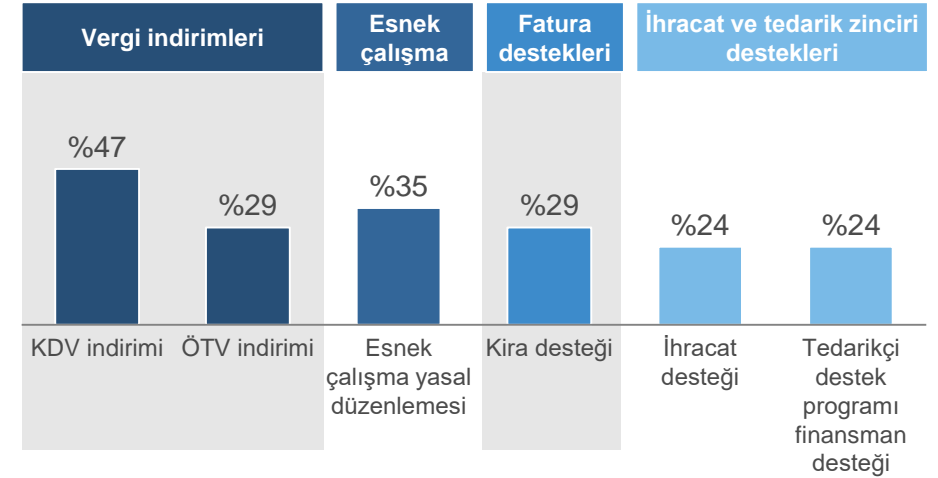
- ▶ Salgın sürecinde e-ticaret oyuncuları, başta vergi ertelemeleri olmak üzere devletin sağladığı desteklerden kısmen faydalanmıştır
- ▶ Sektör genelinde katılımcıların %39'u muhtasar ve KDV ödemelerinin ertelenmesi, %28'i de çalışanların SGK ödemeleri ve KÇÖ desteklerinden faydalanmış durumdadır
- ▶ Sektör KOBİ'lerinde KDV ve muhtasar ödemelerinin ertelenmesinden faydalananlar %28, faydalanmayı planlayanlar %26'dır. KOBİ'lerin %27'si KGF destekli finansman ve Ekonomik İstikrar Kalkanı kredi desteklerinden, %26'sı da işe devam kredisinden faydalanmayı planlamaktadır
- ▶ Sektörün gelecek için öncelikli talepleri ise talep canlılığının sürdürülmesini sağlayacak vergi indirimleridir
- ▶ Sektör KOBİ'lerinin vergi indirimlerine ek öncelikli talepleri ise kira destekleri (%50), fatura destekleri (%37) ve tedarikçi destek programı finansman destekleridir (%32)



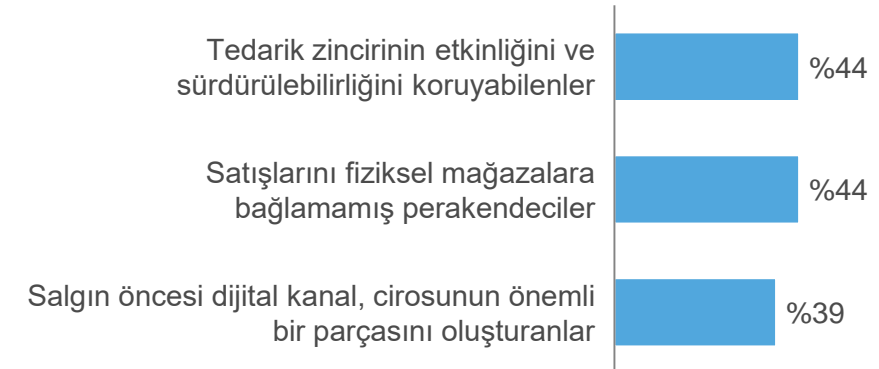
Süreçten kazançlı çıkacak oyuncular

- ▶ Büyümesi beklenen sektörde kazançlı çıkacakların, bu büyüme fırsatını yakalamış olan oyuncular olacağı düşünülmektedir. Tedarik sıkıntılarını sektör önünde bir tehlike olarak belirtilmiş ve tedarik zincirini sürdürülebilir tutanların kazançlı olacağı belirtilmiştir (%44)
- ▶ Sektörde kazançlı çıkacak diğer oyunculara bakıldığında, dijital kanal operasyonlarını fiziksel mağazalarından ayrı yürüten (%44) ve salgın öncesinde dahi dijital kanallarının cirolarındaki payı yüksek olan (%39) omnichannel oyuncular öne çıkmaktadır

Sektördeki oyuncular tarafından çok talep edilen devlet destekleri



Sektörde kazançlı çıkması beklenen oyuncular¹



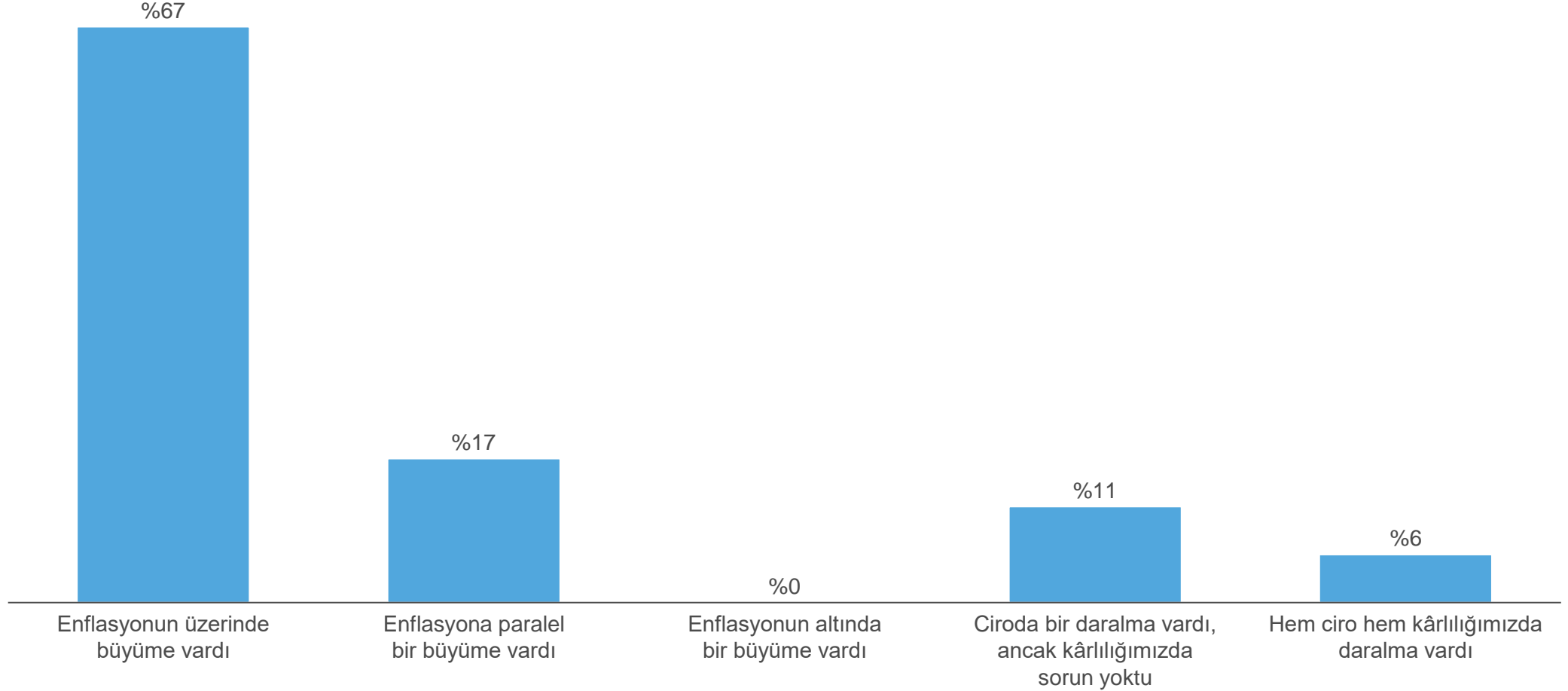
1. Yalnızca en çok tercih edilen üç seçenek gösterilmiştir

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

Sektörün %83'ü salgından önce 2020 yılı başında enflasyon oranında ya da üzerinde büyüme göstermekteydi

Salgın öncesi şirket performansı¹

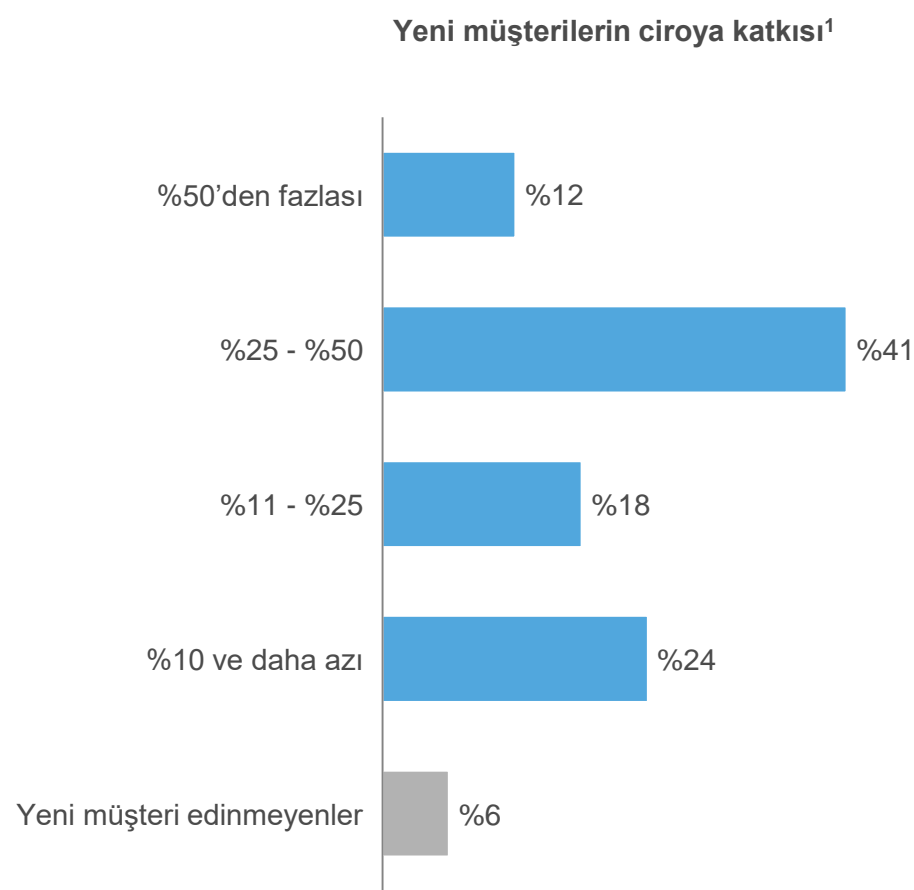


1. Türkiye'de ilk COVID-19 vakası 11 Mart tarihinde görüldü. Bu tarihe kadar şirketinizin 2020 performansı bir önceki yıl performansınıza kıyasla ne düzeydeydi?

Pandemi sürecindeyse perakendeciler ve pazaryerleri önemli bir ciro katkısı veren yeni müşteriler elde etmiş, ve bunların çoğu ortalama sepet tutarlarında ve conversion oranlarında iyileşme yaşamıştır

Mart ve Nisan aylarında perakendeciler ve pazaryerlerinin edindiği yeni müşteriler, sepet tutarları ve conversion oranları

Yeni müşterilerin ciroya katkısı¹



Azaldı Arttı

	Ortalama sepet tutarlarında değişim ²		Conversion oranlarındaki değişim ³	
	Değişim	Oran (%)	Değişim	Oran (%)
Arttı	>%25	%9	>%25	%27
	%11-%25	%64	%11-%25	%45
	<%10	%0	<%10	%9
Değişmedi		%18	Değişmedi	%9
Azaldı	<%10	%9	<%10	%9
	%11-%25	%0	%11-%25	%0
	>%25	%0	>%25	%0

1.Mart ve Nisan ayları cironuzun ne kadarı bu aylarda edindiğiniz YENİ MÜŞTERİLERDEN (tüketicilerden) geldi?

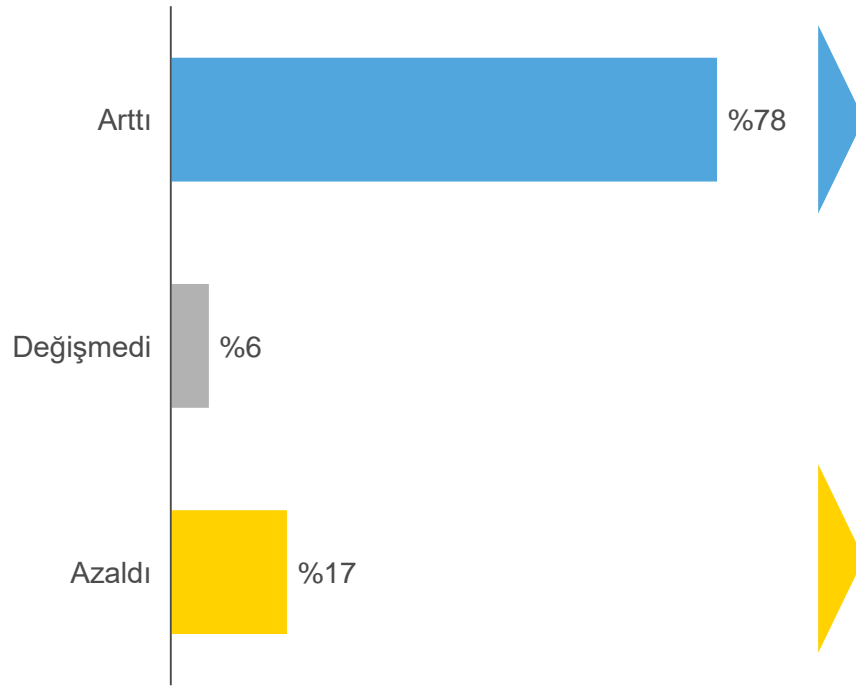
2.Mart ve Nisan aylarında ortalama sepet tutarları, Şubat ayına göre nasıl değişti?

3.Mart ve Nisan aylarında conversion oranları, Şubat ayına göre nasıl değişti?

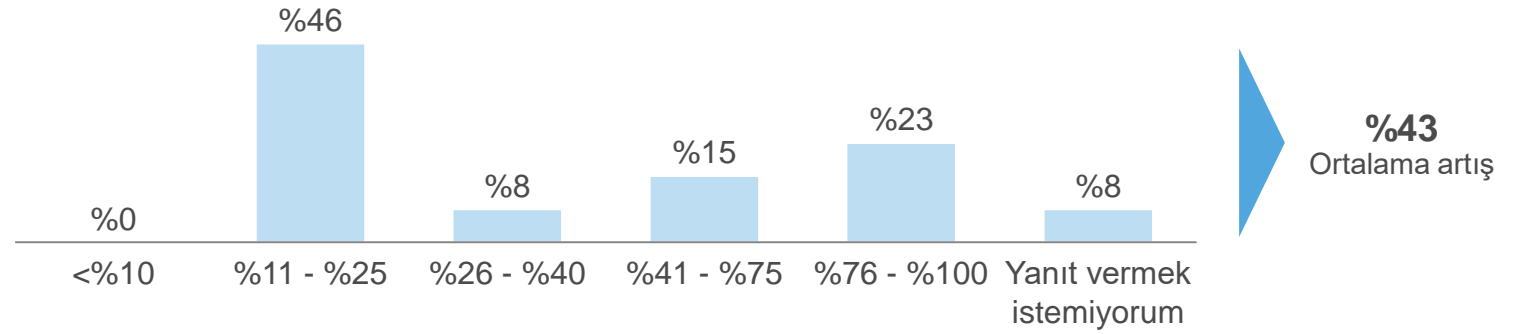
Pandemi sürecinde artan e-ticaret talebiyle, Mart ve Nisan aylarında 5 sektör oyuncusundan 4'ü ciro artışı yaşamıştır

E-ticaret sektörünün Mart ve Nisan ayları ciro değişimi

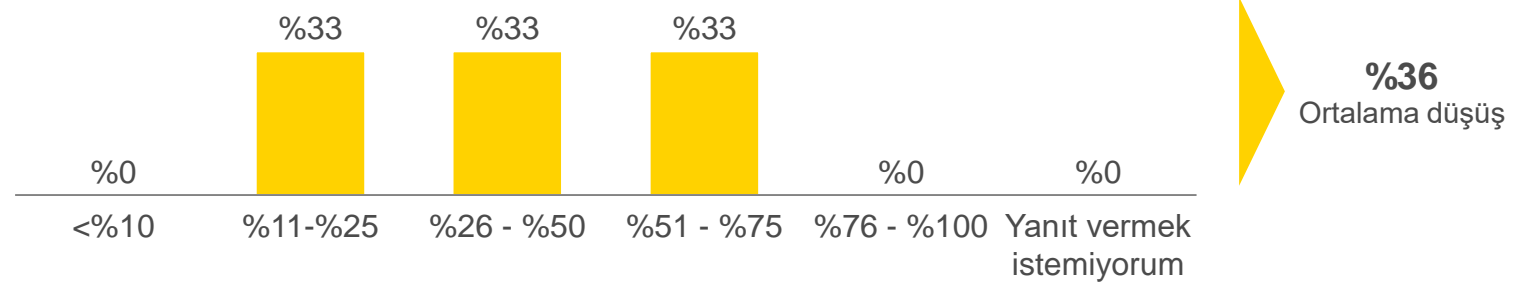
Şubat ayına kıyasla ciro değişimi¹



Artış seviyesi²



Düşüş seviyesi³



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

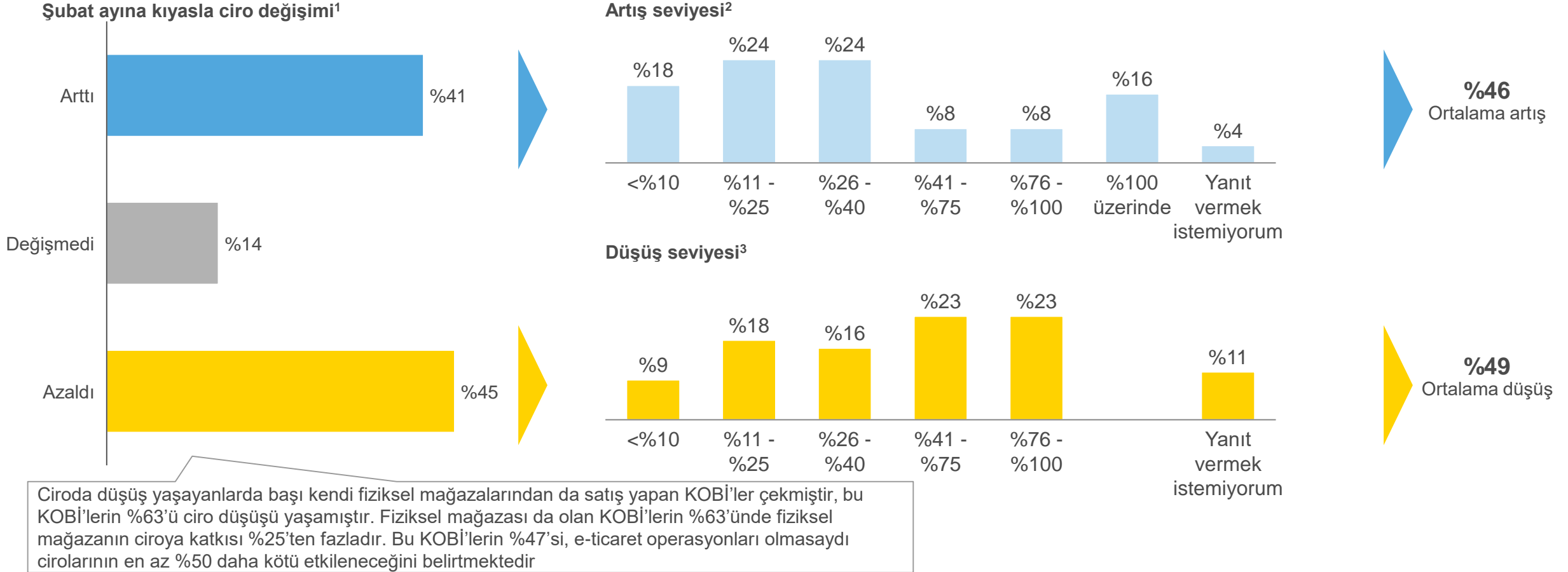
2. Mart ve Nisan ayları ortalama cironuz Şubat ayına göre yaklaşık olarak ne seviye arttı?

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

KOBİ'lerse bu süreçten farklı şekillerde etkilenmiştir; e-ticarete odaklı KOBİ'ler genellikle cirolarını artırırken, fiziksel kanaldan da satış yapan KOBİ'lerin bir kısmı e-ticarete rağmen ciro kaybı yaşamışlardır

KOBİ'lerin Mart ve Nisan ayları ciro değişimi

E-ticaret KOBİ'leri



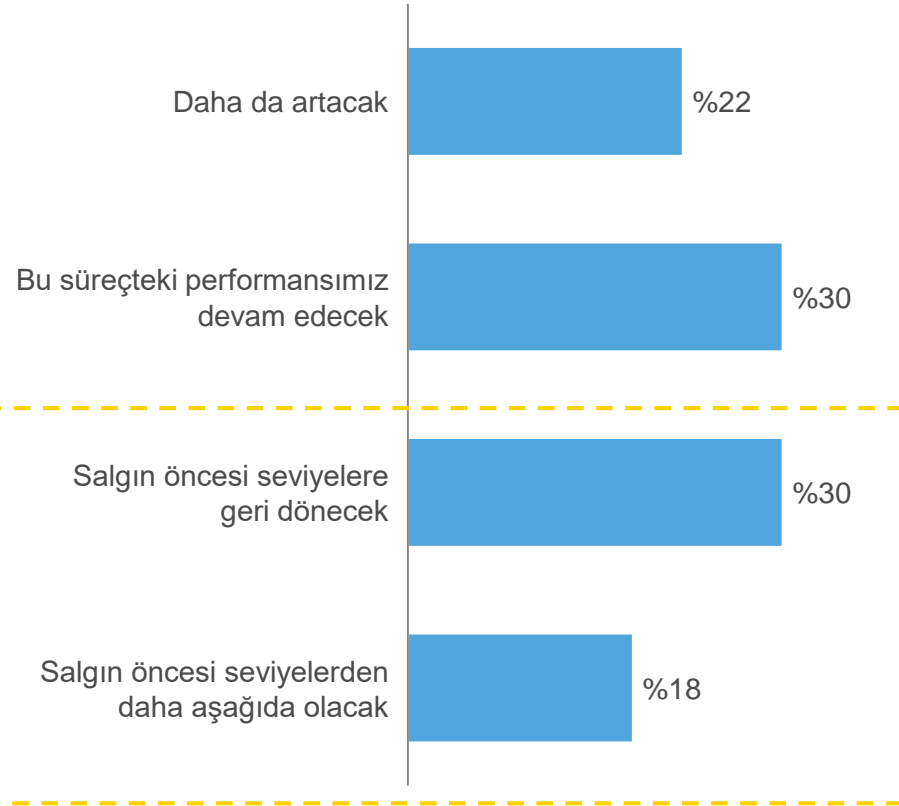
- 1.Mart ve Nisan ayları ortalama cironuz (mağaza + e-ticaret toplam) Şubat ayına kıyasla ne düzeyde etkilendi?
- 2.Mart ve Nisan ayları ortalama cironuz (mağaza + e-ticaret toplam) Şubat ayına göre ne seviye arttı?
- 3.Mart ve Nisan ayları ortalama cironuz (mağaza + e-ticaret toplam) Şubat ayına göre ne seviye düştü?

Süreç içerisinde ciro düşüşü yaşayanların çoğunluğu toparlamanın 6 aydan uzun süreceğini düşünse de, ciro artışı yaşayanların yarısı artışın kalıcı olacağını düşünmektedir

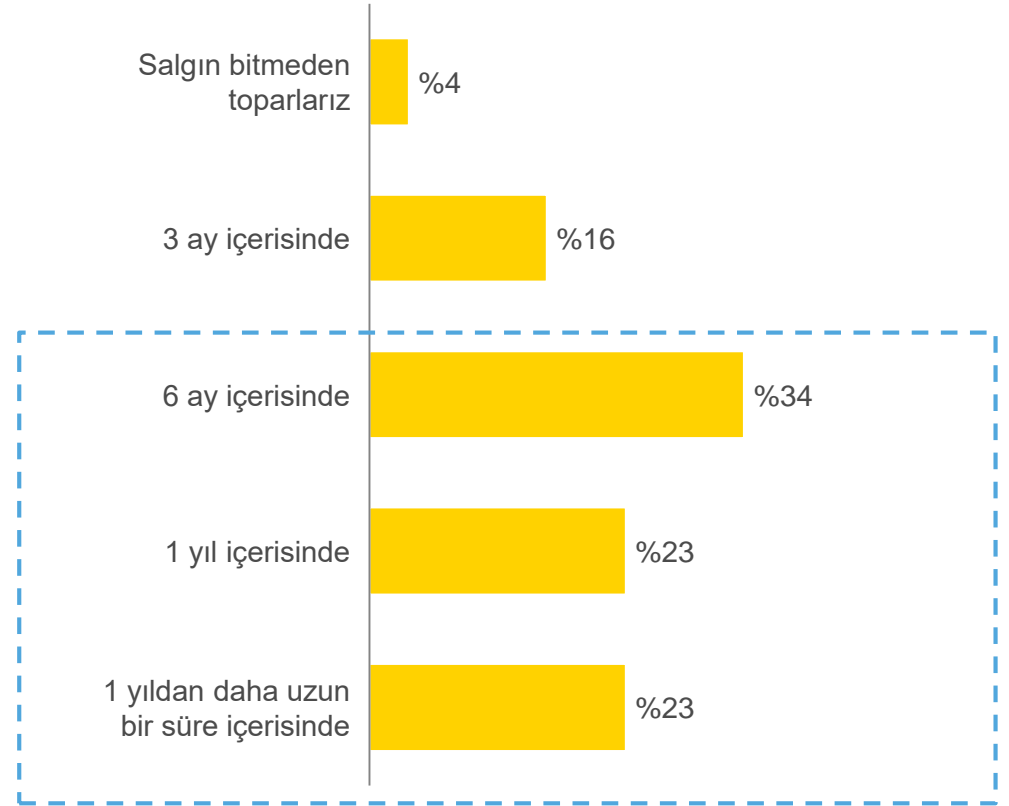
KOBİ'lerin salgın bittikten sonra ciro beklentileri

E-ticaret KOBİ'leri

Ciro artışı yaşayanlar arasında¹



Ciro düşüşü yaşayanlar arasında²



1. İşlerinizin / cironuzun salgın döneminde arttığını belirttiniz. Bu durumun salgın bittikten sonra da devam edeceğini düşünüyor musunuz?

2. İşlerinizin salgın öncesindeki performansını sizce ne zaman yakalayacaksınız?

Kaynak: EY-Parthenon & ETİD Covid-19 Yönetici Anketi

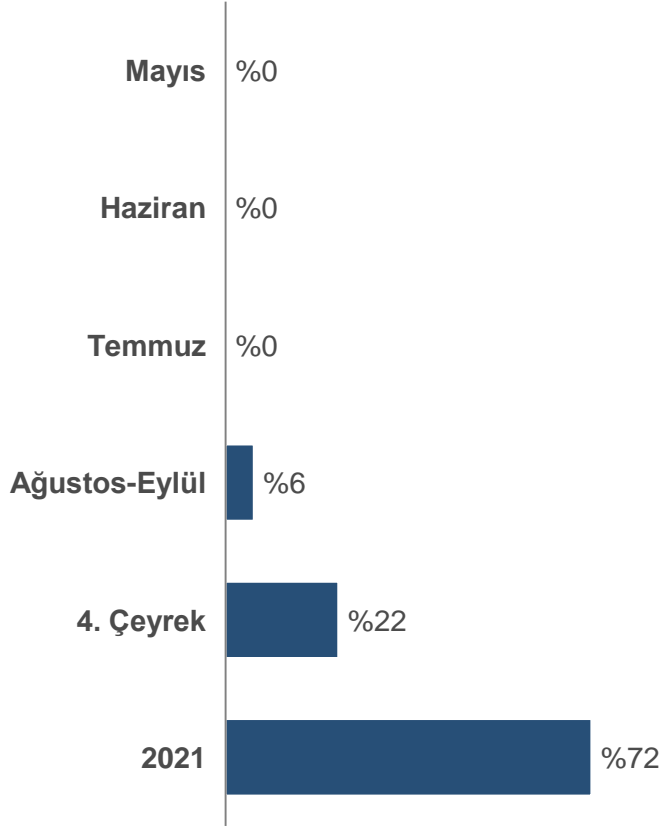
Ajanda

- ▶ 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

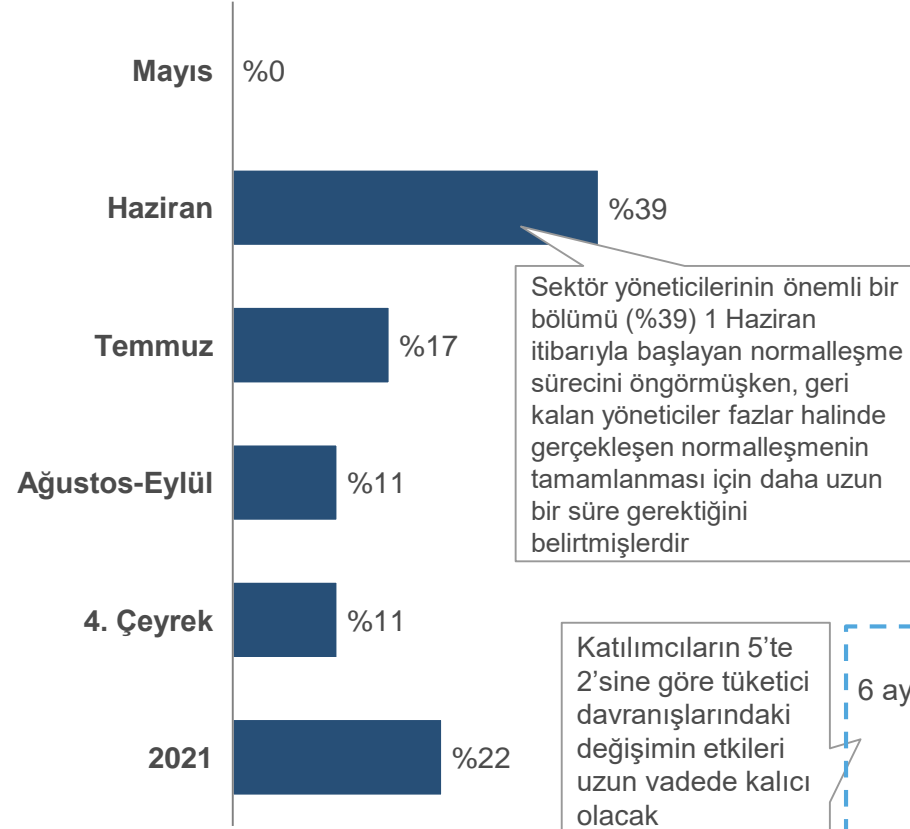
Sektördeki oyuncuları pandeminin 2021'de sona ereceğini ve bu dönemde değişen tüketici davranışlarının uzun vadede kalıcı olacağını düşünmektedir

Pandeminin sona ermesi ve normalleşme beklentileri

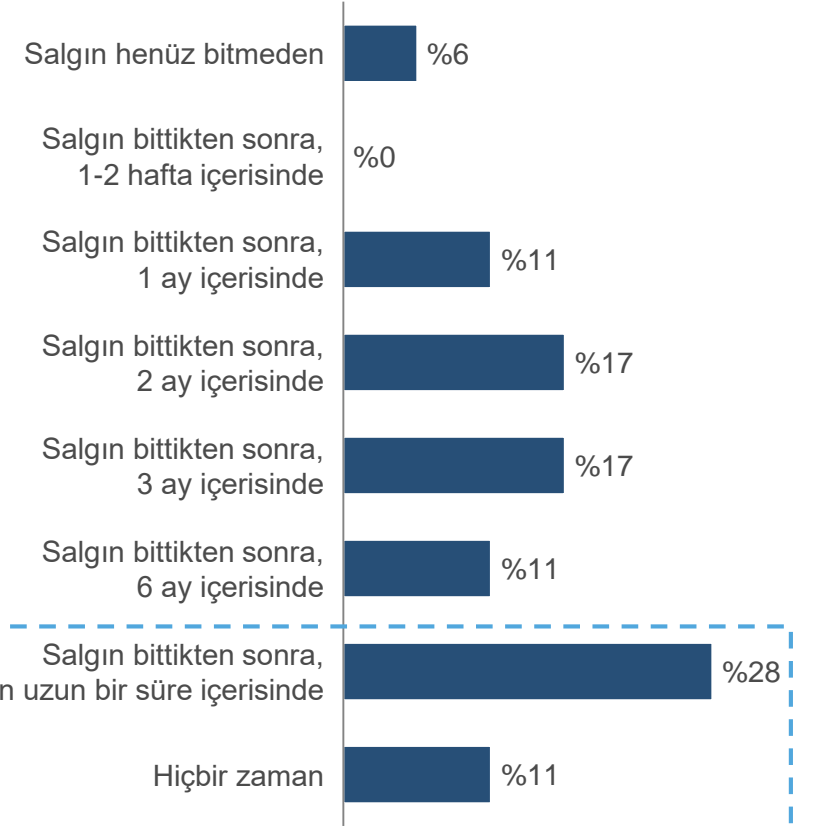
Pandeminin sona ermesi¹



Karantina önlemlerinin sona ermesi²



Tüketici davranışlarının normale dönmesi³



1. Sağlık açısından düşündüğünüzde salgının ne zaman sonlanacağını düşünüyorsunuz?

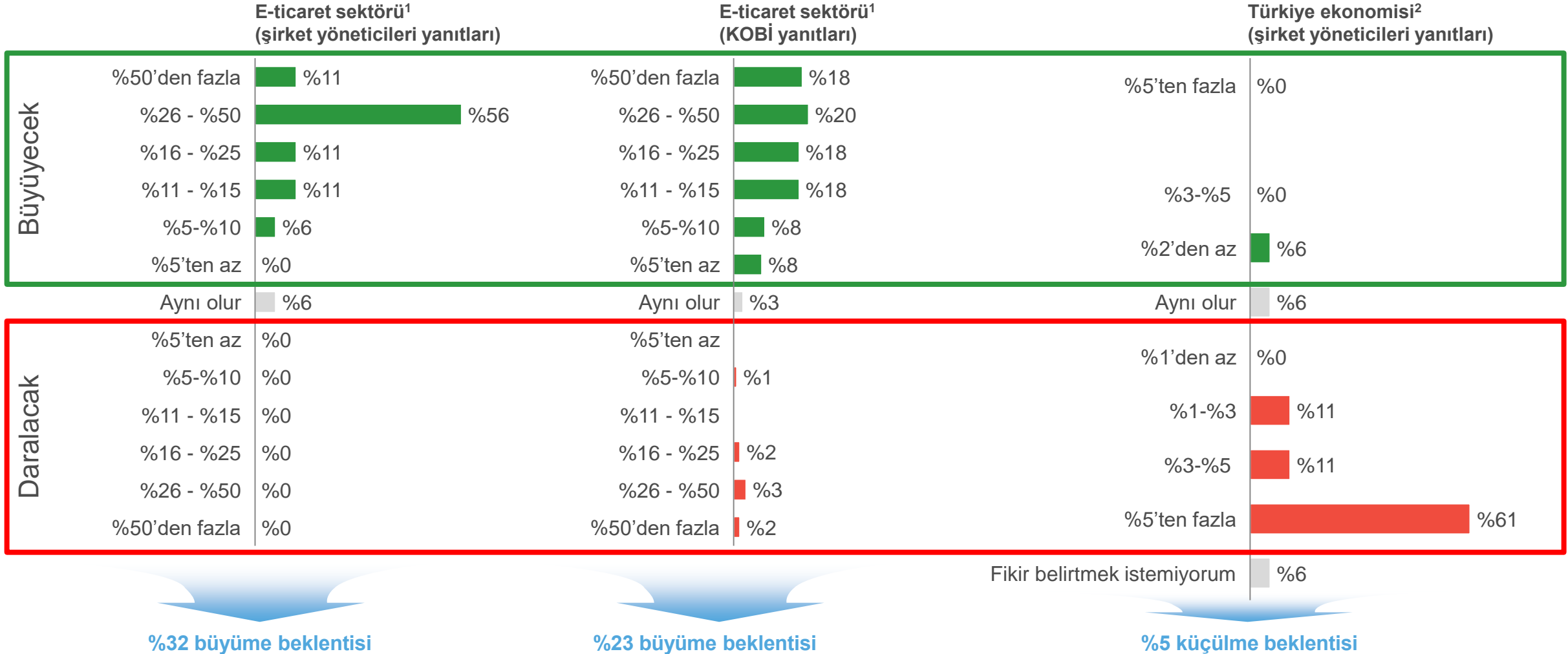
2. Sağlık açısından düşündüğünüzde salgın ile ilgili önlemlerin (sookağa çıkma sınırlamaları, insanların toplu olarak yaptığı aktivitelerin yasaklanması vs.) ne zaman sonlanacağını düşünüyorsunuz?

3. Tüketicilerin, kaç ay içerisinde normal yaşamlarına ve tüketim alışkanlıklarına dönmelerini bekliyorsunuz?

Sektördeki oyuncular, pandemi sebebiyle yükselen e-ticaret trendiyle sektörün 2020'de %32 büyüyeceğini öngörmektedir, KOBİ'ler de %20 üzeri bir sektör büyümesi beklemektedir

E-ticaret sektörü ve Türkiye ekonomisine dair 2020 performans beklentileri

Daralacak Büyüyecek



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

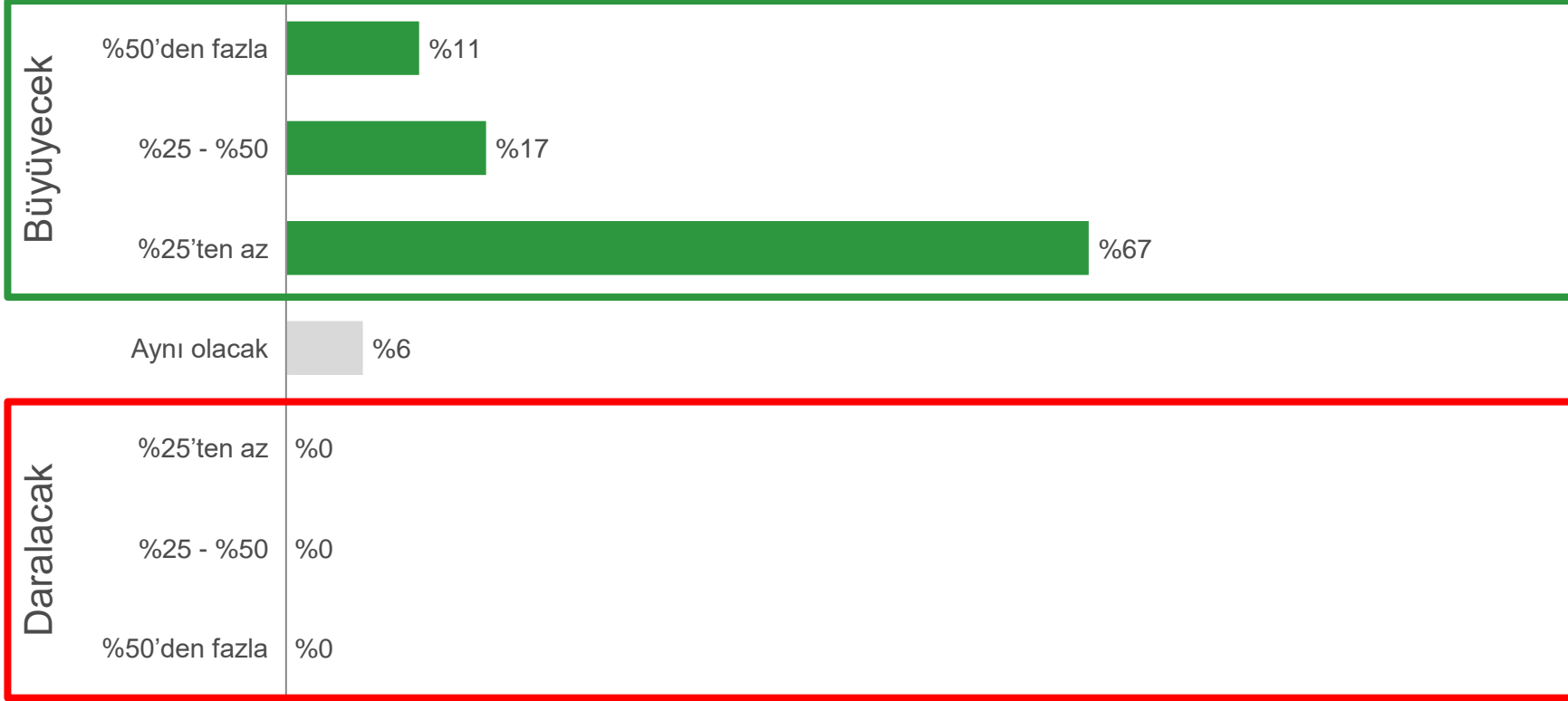
2.Sizce Türkiye Ekonomisi 2020'de bir önceki yıla kıyasla nasıl etkilenecek? (reel olarak)

Kaynak: EY-Parthenon & ETİD Covid-19 Yönetici ve KOBİ Anketleri

Sektör yöneticileri, 2020'de yaşanması beklenen büyümeyle bir önceki yıla kıyasla %20'nin üzerinde bir istihdam oluşturulacağını ifade etmektedir

E-ticaret sektörünün 2020 istihdam beklentileri¹

Daralacak Büyüyecek



Oluşturulan
istihdamda
%21
büyüme

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

Kaynak: EY-Parthenon & ETİD 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

Salgın döneminde talepteki anlık yüksek artış, depo ve sipariş hazırlama operasyonunda sıkıntılara yol açmış bu da müşteri memnuniyeti problemleri oluşturmuştur

Süreç içerisinde sektörün yaşadığı sıkıntılar¹



1. Salgın sürecinde e-ticaret operasyonlarınızda yaşadığınız en büyük 3 sıkıntı nelerdir?

Kaynak: EY-Parthenon & ETİD Covid-19 Yönetici Anketi

KOBİ'lerin yaşadığı başlıca sıkıntılar ise fiyat savaşları, ürün tedariki ve iade süreçleri olmuştur, kargo şirketlerinin talep artışına yanıt verememesi ayrıca belirtilen bir sıkıntıdır

KOBİ'lerin süreç içerisinde yaşadığı sıkıntılar¹

E-ticaret KOBİ'leri

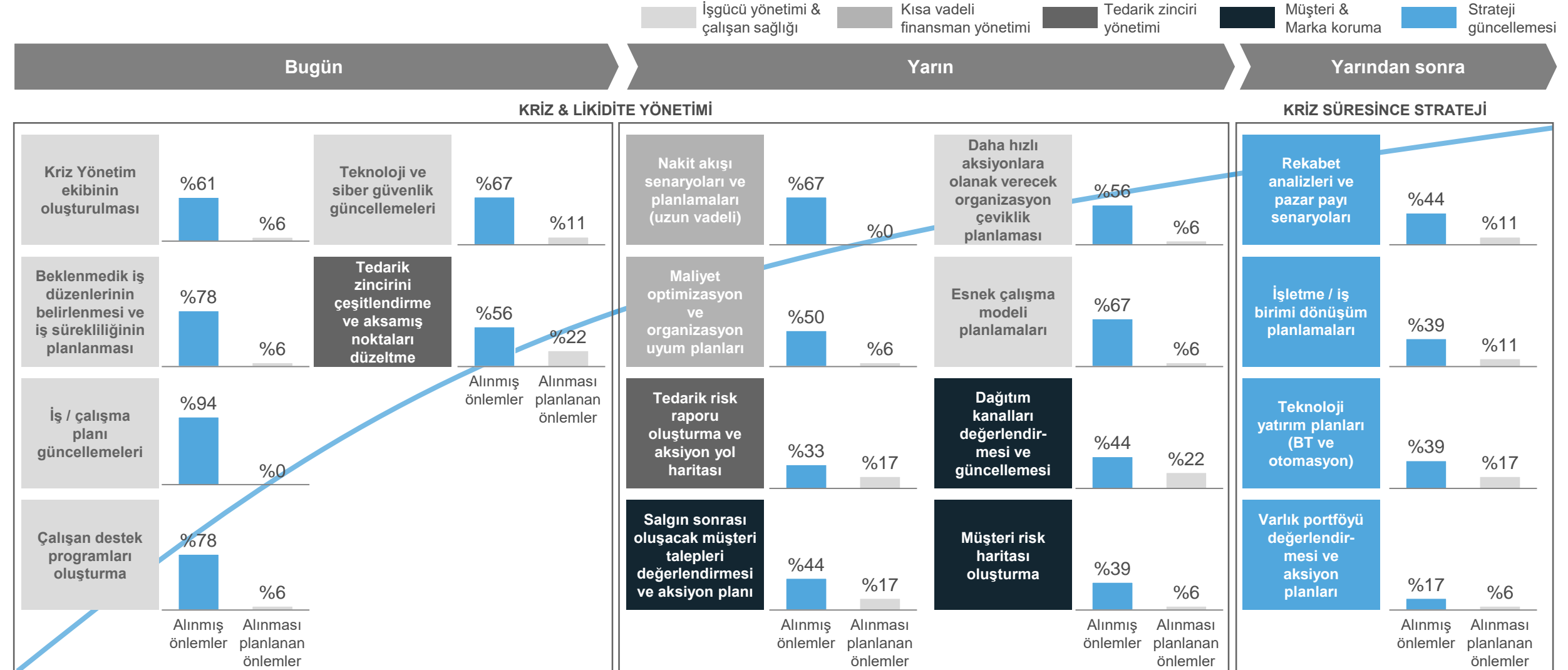


1. Salgın sürecinde e-ticaret operasyonlarınızda yaşadığınız en büyük 3 sıkıntı nelerdir?

Kaynak: EY-Parthenon & ETİD COVID-19 KOBİ Anketi

Sektördeki oyuncuların önemli bir kısmı pandemi sürecinde iş sürekliliğini sağlamak için gerekli önlemleri almıştır; oyuncuların bir kısmı ise geleceğe hazırlanmak için vakit bulamamış gözükmektedir

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

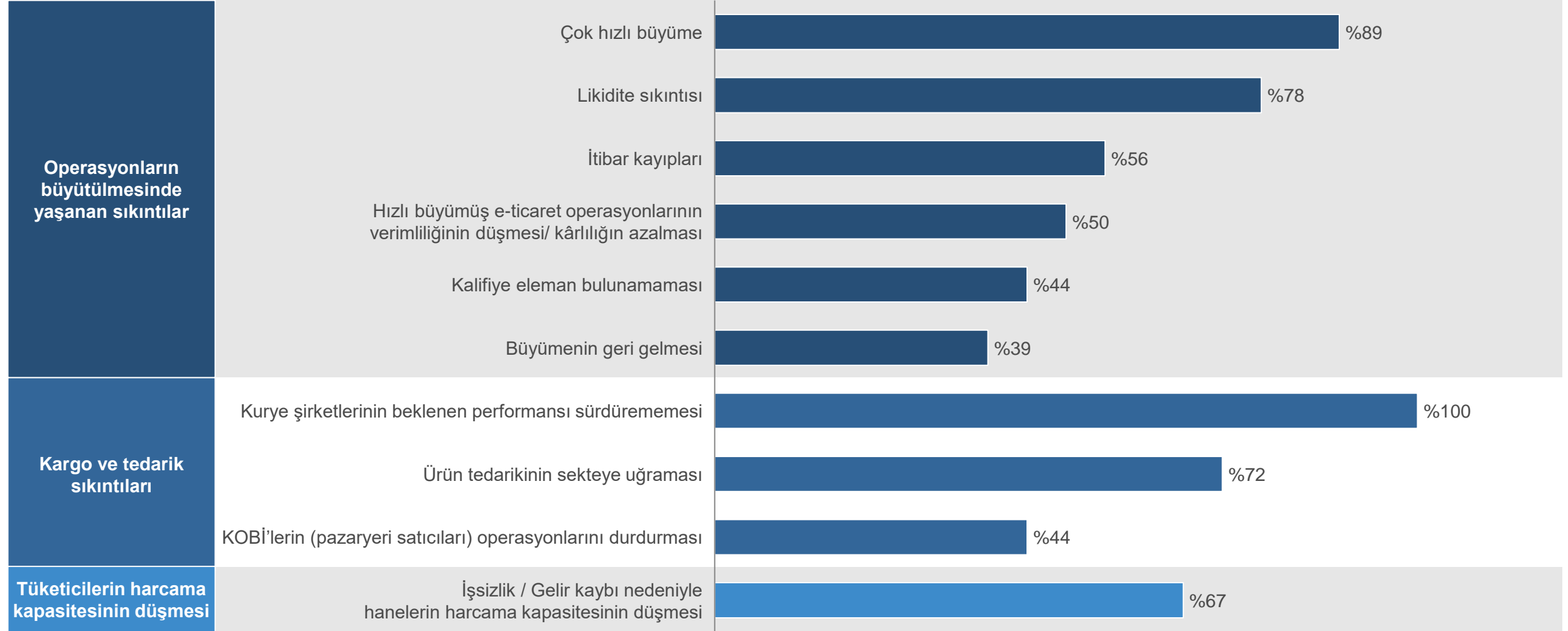


1. Türkiye'de ilk COVID-19 vakasının görüldüğü 11 Mart tarihinden bu güne kısa vadeli kriz yönetimi için hangi aksiyonları aldınız ve almayı düşünüyorsunuz?

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

E-ticaret sektörüne göre kısa vadede yaşanabilecek sıkıntılar başlıca kurye/ kargo şirketlerinin performansı, hızlı büyümenin getirdiği sorunlar ve büyümeyi finanse edecek likidite sorunlarıdır

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



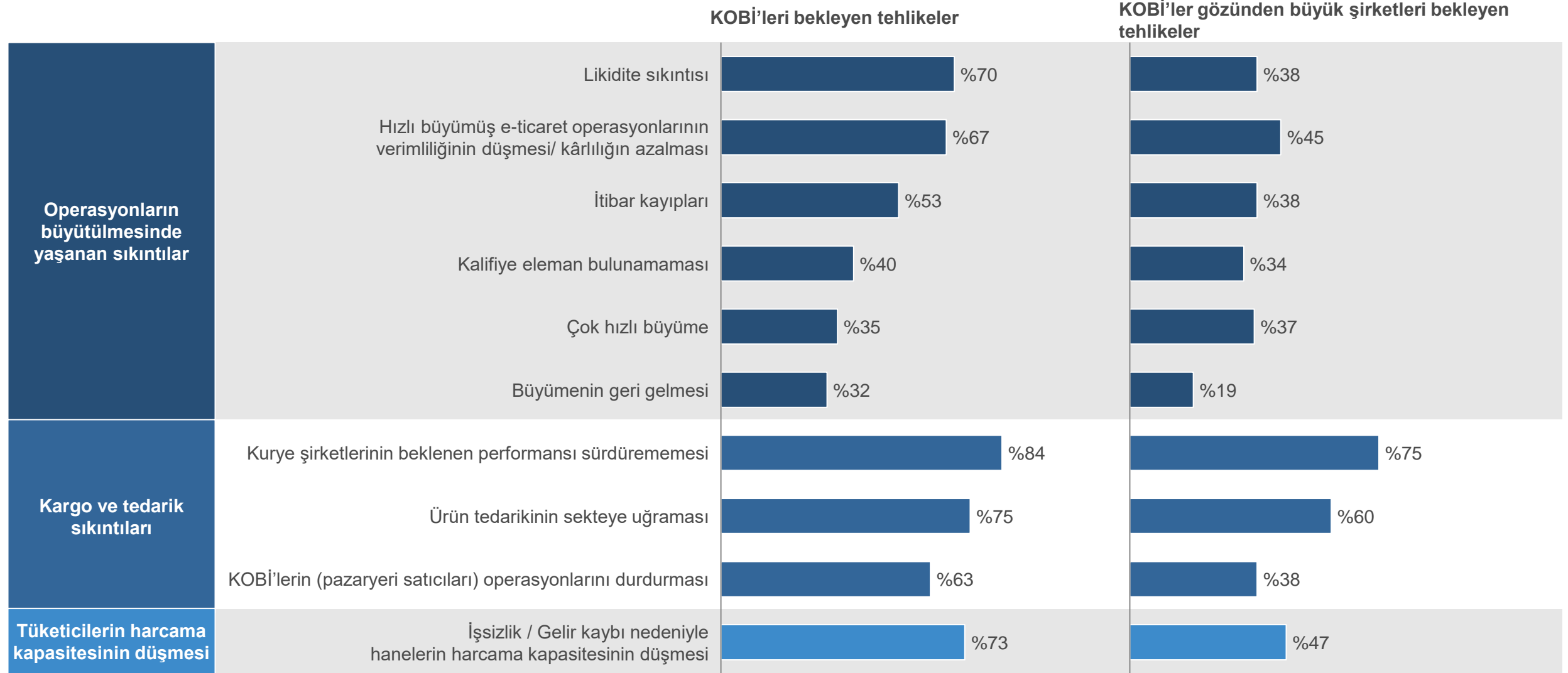
1.Sizce sektörünüzün talep daralması ve kârlılık dışında yaşayabileceği tehlikeler nelerdir?

Kaynak: EY-Parthenon & ETİD Covid-19 Yönetici Anketi

KOBİ'ler kargo ve tedarik sıkıntılarının kendileri ve e-ticaret şirketleri için benzer seviyelerde tehlike olarak görürken, likidite ve operasyonların sürdürülebilirliği konusunda kendilerini daha riskli görüyorlar

KOBİ'ler gözünden sektörü bekleyen en büyük tehlikeler (6-12 ay içerisinde)¹

E-ticaret KOBİ'leri

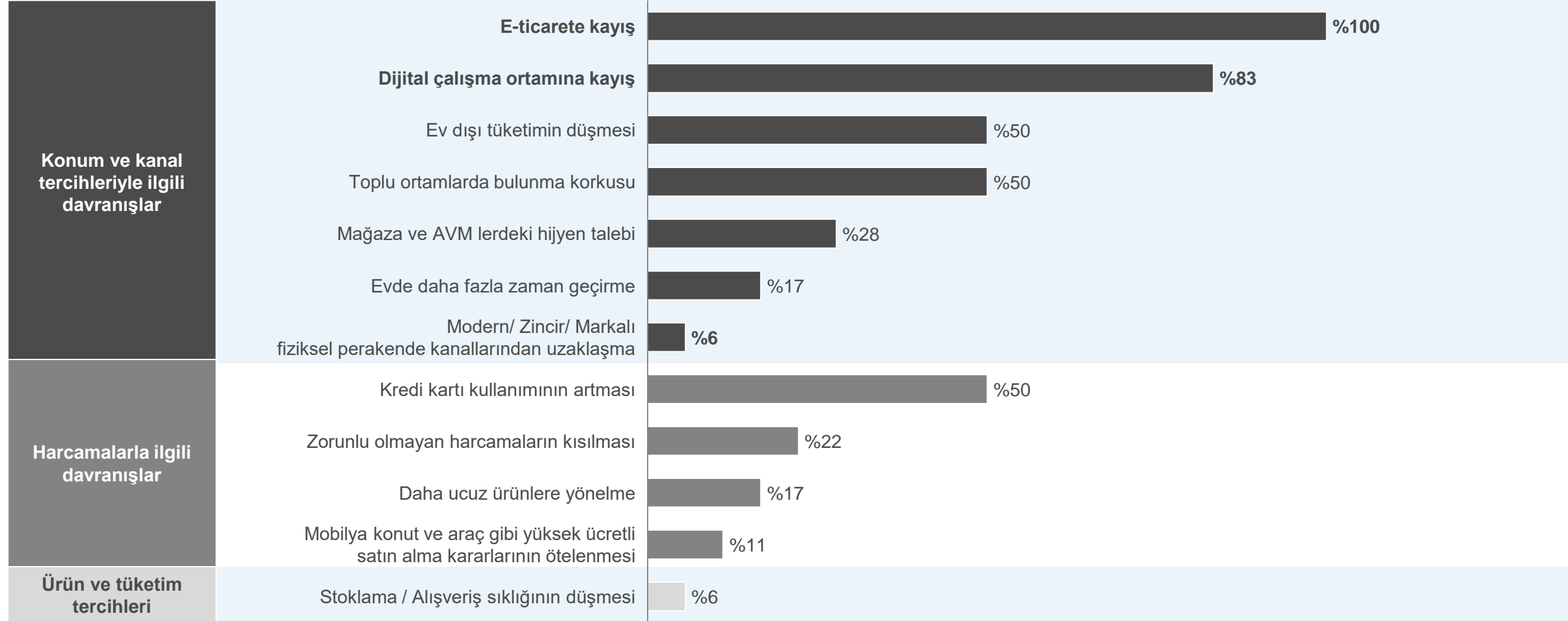


1.Sizce sektörünüzün talep daralması ve kârlılık dışında yaşayabileceği tehlikeler nelerdir?

Kaynak: EY-Parthenon & ETİD COVID-19 KOBİ Anketi

Sektör tüketicilerin dijital kanala kayması ve toplu ortamlardan uzak durma istekleri ile kredi kartı kullanımının artmasının kalıcı olacağını düşünmektedir – *e-ticaret trendi kalıcı olacaktır*

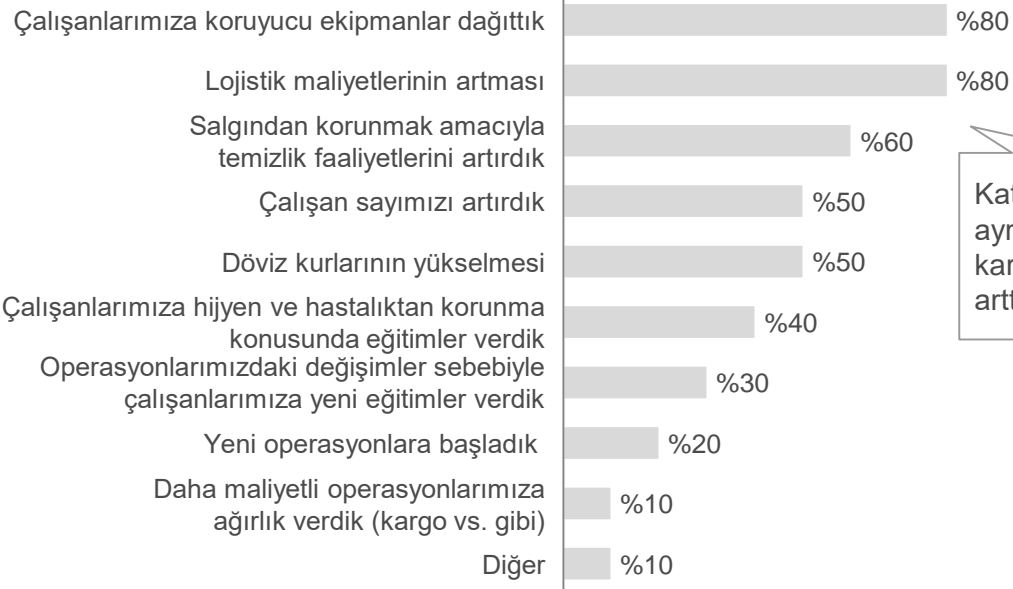
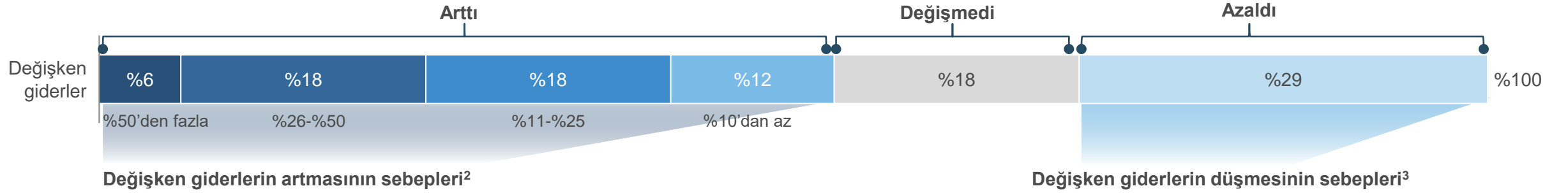
COVID-19'la ortaya çıkan ve kalıcı olması beklenen tüketici davranışları¹



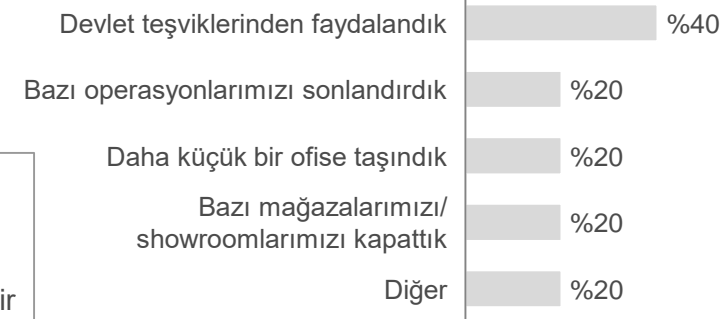
1.Sizce salgın ve salgın önlemleri (karantinalar, yasaklar vs.) bittikten sonra, hangi tüketici davranışları kalıcı olacak?

Sektör artan talep ve satışlar sebebiyle operasyonlarını büyütmüş ve çalışanlarını salgından korumak için gerekli önlemleri almıştır, bu da artan lojistik maliyetleriyle şirketlerin değişken giderlerine yansımıştır

Sektörün değişken giderlerindeki değişim¹



Katılımcıların %82'si ayrıca bu dönemde kargo maliyetlerinin arttığını belirtmektedir



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

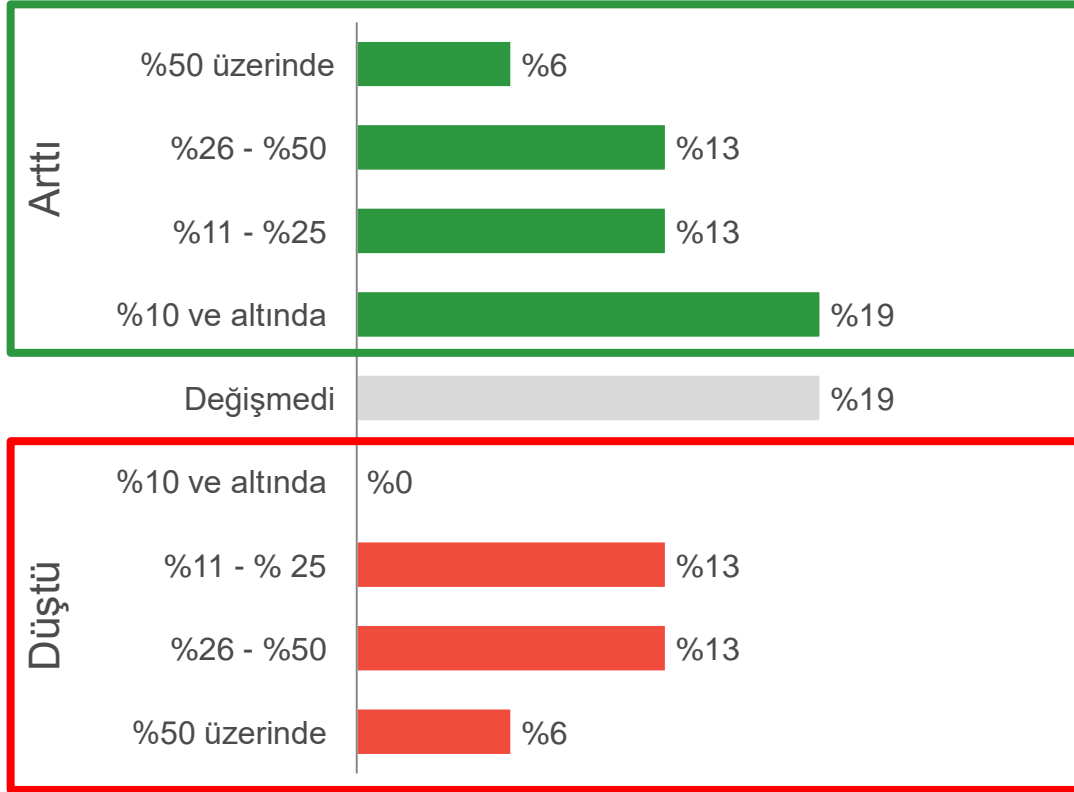
2. Değişken giderlerinizin artışının sebepleri aşağıdakilerden hangileridir? Birden fazla seçenek seçebilirsiniz

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

Sektör oyuncularının büyük çoğunluğu cirolarını artırmasına ve değişken maliyetlerindeki artışı kontrol altında tutmasına rağmen, bu nakit akışlarına yansımamış ve gelecek için muhtemel bir tehdit olmuştur

Mart ve Nisan aylarında sektörün nakit akışı konusundaki durumu

Nakit akışındaki değişim¹



Nakit akışındaki yönetmek için alınmış ya da alınması planlanan önlemler²



1.2020 Mart ve Nisan aylarında, Şubat ayına kıyasla nakit akışınız (nakit üretiminiz) ne ölçüde değişti?

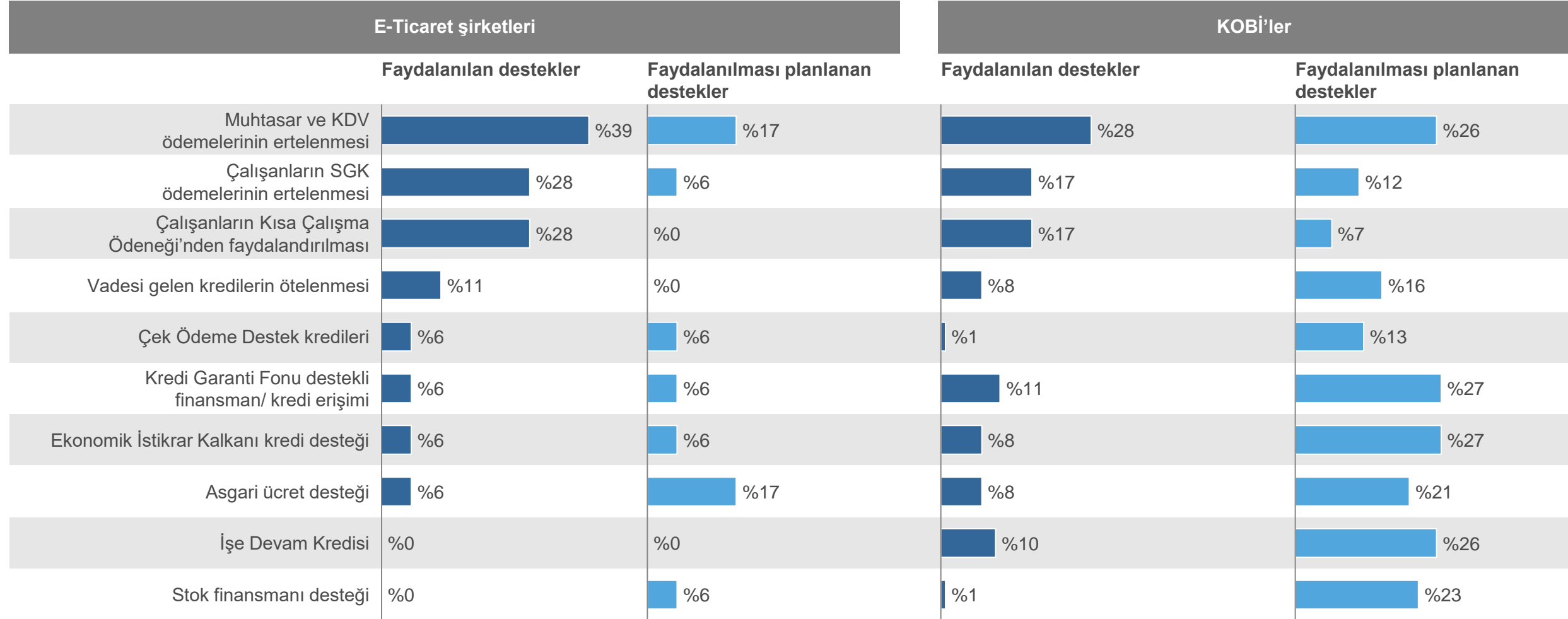
2.Salgının ortaya çıktığı Mart ayından bu yana, bu nakit akışınızı yönetebilmek için aşağıdaki önlemlerden hangilerini aldınız?

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

E-ticaret şirketlerinde faydalanılan devlet destekleri limitli olsa da en çok vergi ödemelerinin ertelenmesinden faydalanılmıştır, KOBİ'lerse birçok destekten faydalanmayı planlamaktadır

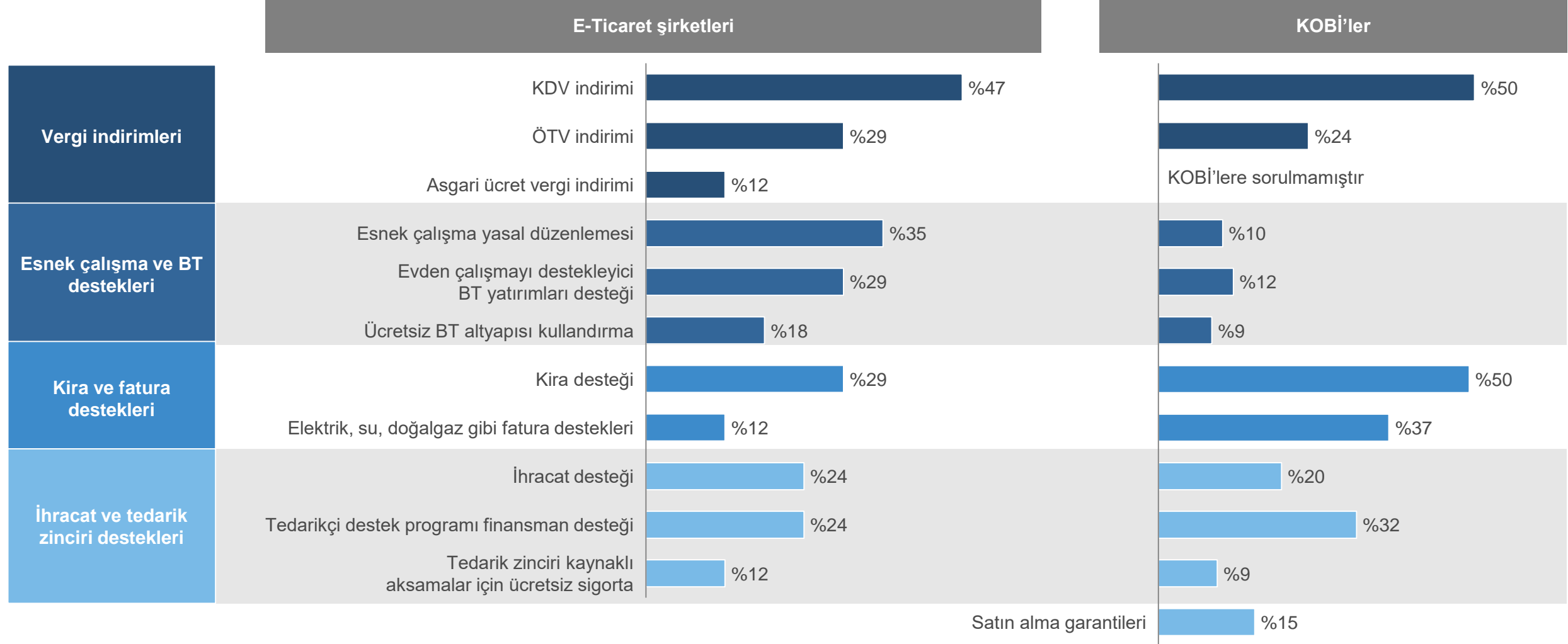
Devlet destekleri¹



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

Sektörün talep ettikleri ise talep canlılığını sürdürecektir vergi indirimleri ve esnek çalışmanın yasal düzene oturtulmasıdır, KOBİ'ler ayrıca kira destekleri talep etmektedir

Talep edilen devlet destekleri¹



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

Kaynak: EY-Parthenon & ETİD Covid-19 Yönetici ve KOBİ Anketleri

Tedarik zincirini koruyabilenler ve dijital kanalı doğru ve verimli kullanan oyuncuların pandemi döneminden kazançlı çıkması beklenmektedir

Sektörde kazançlı çıkması beklenen oyuncular



Katılımcıların **%89'u** E-ticaret hizmet sağlayıcılarını, **%83'ü** ise dijital pazaryeri firmalarını bu süreçten kazançlı çıkacak oyuncular olarak görmektedir. **%61** ise pazaryeri olmayan pureplay oyuncuları bu kategoriye dahil etmektedir

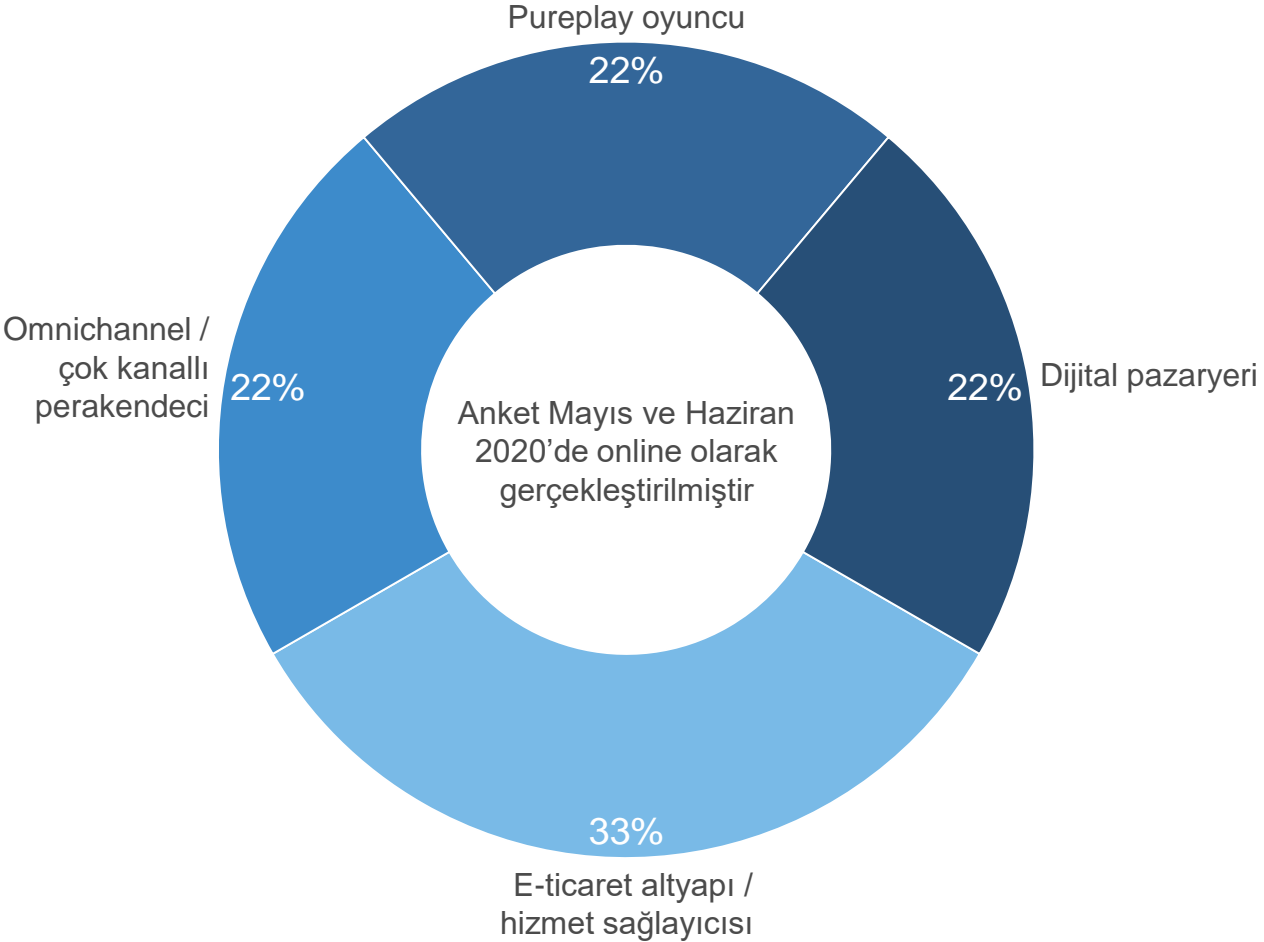
Ajanda

- ▶ 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**

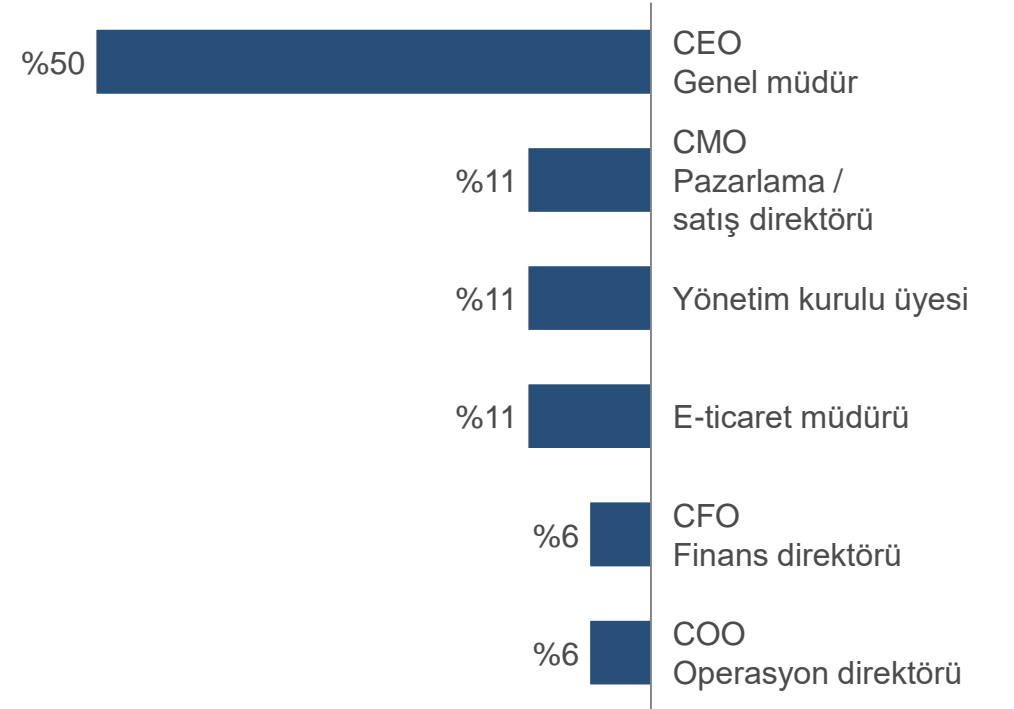
Türkiye e-ticaret sektörünü temsil kabiliyeti yüksek bir hedef kitle ile Mayıs ve Haziran aylarında yönetici anketimiz yapılmıştır

E-ticaret yönetici anketi katılımcılarının alt sektörleri ve pozisyonları

Alt sektörler



Anket katılımcılarının pozisyonu

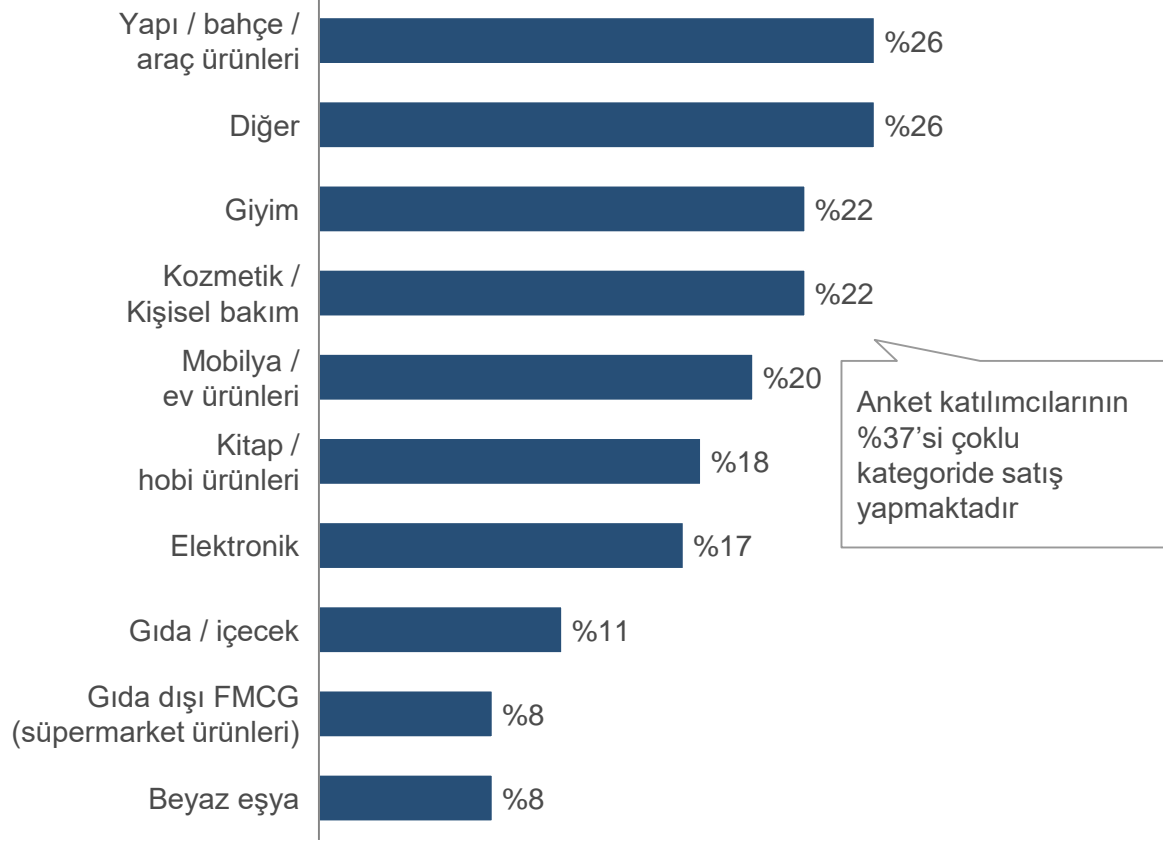


Bu çalışmayı desteklemek için e-ticaret platformlarını kullanan KOBİ'lerle ayrıca bir çalışma yapılmıştır

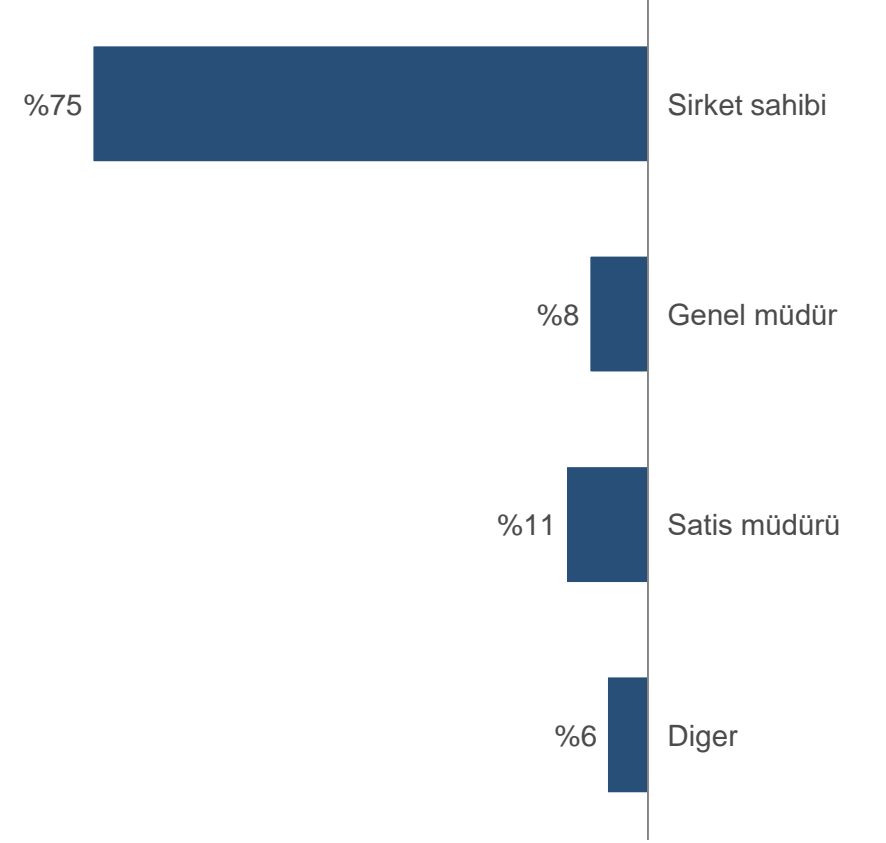
E-ticaret KOBİ anketi katılımcılarının alt sektörleri ve pozisyonları

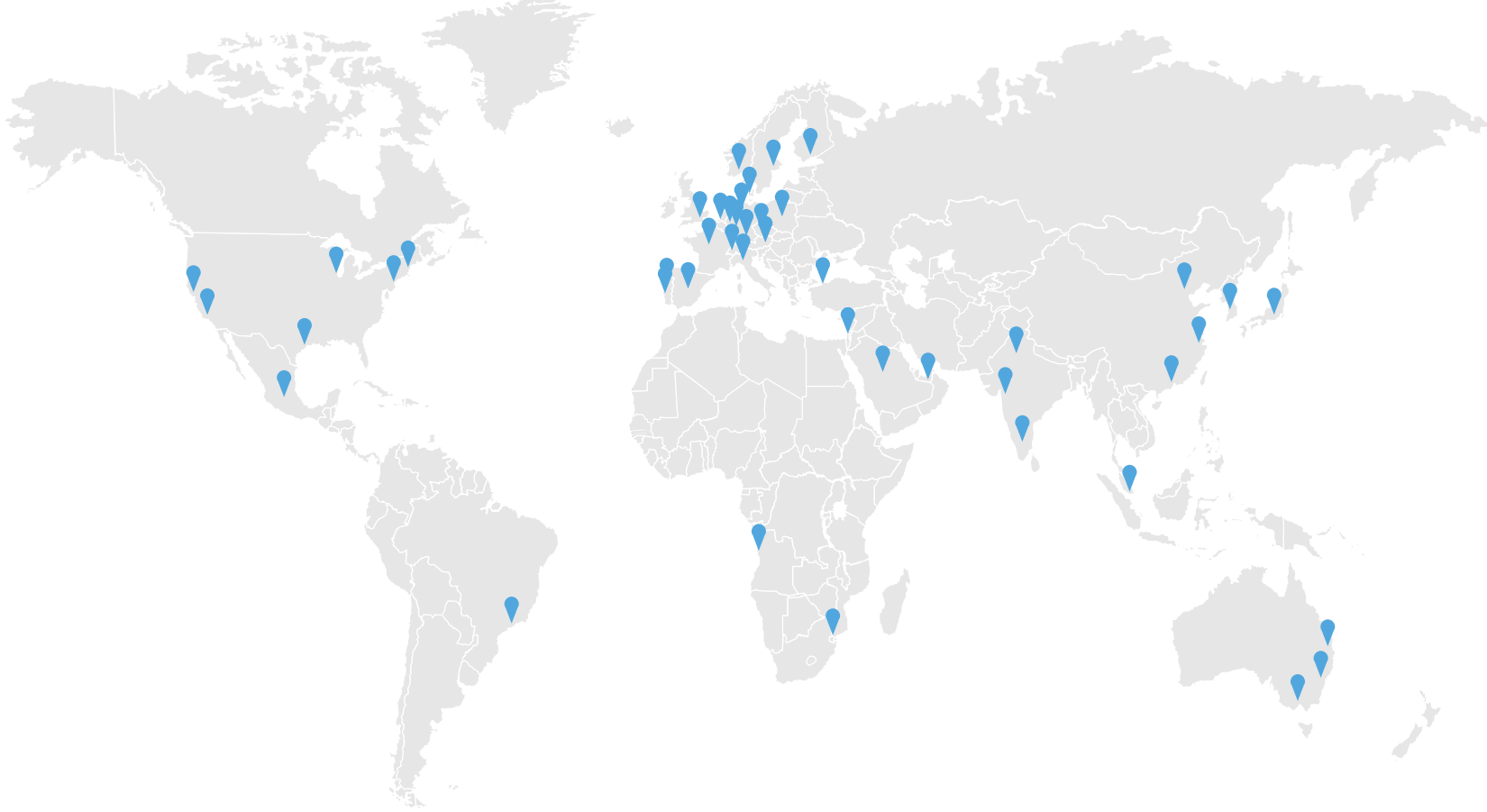
E-ticaret KOBİ'leri

Alt sektörler



Anket katılımcılarının pozisyonu





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

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 yayın 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