

BASIN BÜLTENİ

İstanbul, 01.06.2021

TÜRKİYE'DEKİ ALMAN ŞİRKETLERİNİN TİCARİ FAALİYETLERİ TÜM HIZIYLA DEVAM EDİYOR

**Ekonomik durumla ilgili ticari tahminler rekor seviyelerde,
işlerin iyileşmesine yönelik beklentiler yükselmeye devam ediyor.**

Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası (AHK Türkiye), 2021 ilkbaharında gerçekleşen "World Business Outlook" anketinde alınan ulusal sonuçları açıkladı ve raporunda üyelerinin öngörülerine ve değerlendirmelerine yer verdi. Ankete Türkiye'de Alman sermaye katılımına sahip yaklaşık 260 üye şirketten 52'si katıldı. Dünya genelinde anket yurt dışında faaliyet gösteren 4.500'den fazla Alman şirketinden alınan geri bildirimleri kapsıyor.

AHK Türkiye, ticari ve ekonomik öngörülerini konu alan bu anketi, Türkiye'deki Alman sermaye katılımına sahip üyeleri arasında gerçekleştirdi. Genelde AHK üyeleri arasında altı ayda bir düzenlenen anketin sonuçları, ulusal raporun yanı sıra küresel düzeydeki sonuçlarla da karşılaştırmalı olarak sunuldu.

Henüz koronavirüs pandemisinin üstesinden gelinememesine rağmen, Türkiye'deki Alman şirketleri, küresel ekonomik toparlanmanın faydalarını görüyor. Ayrıca şirketler, yeni pazar koşullarına adapte olmanın yanı sıra, küresel salgının ekonomi ve aynı zamanda insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerine ve risklerine karşı alınan iyileştirilmiş koruyucu önlemleri uygulamayı da başardı. Mevcut ticari ortam, ankete katılanların yüzde 69'u tarafından iyi ve yüzde 29'u tarafından tatmin edici olarak görülüyor. Şirketlerin sadece yüzde ikisi ticari durumu kötü olarak değerlendiriyor. Böylece iyiyle kötü değerlendirme yüzdesi arasındaki fark, 2021 ilkbaharında 67 puanla, Türkiye'de gerçekleştirilen ilk WBO anketinden beri en yüksek değerine ulaşmış oldu. Ticari gelişim açısından da şirketlerin yüzde 37'si gelecek on iki ay için olumlu bir seyir gerçekleşeceğini ve yüzde 58'i ise bu gelişimin aynı düzeyde kalacağını öngörüyor. Sadece yüzde altılık bir kesim olumsuz bir bakış açısına sahip.

Konjonktürel gelişim açısından değerlendirmeler, önceki yıla göre belirgin ölçüde daha iyimser. Şirketlerin dörtte biri, daha iyi bir gelişim olacağını tahmin ediyor.

Yüzde 37'lik diğer bir kesim, gelişim düzeyinin aynı olacağını öngörüyor. Şirketlerin sadece yüzde 31'i konjonktürün kötüye gideceğini düşünüyor ki, bu oranın 2020 sonbaharında yüzde 57 düzeyinde olduğu görülüyor.

Şirketlerin yatırım yapma isteği de önceki yıla göre belirgin bir şekilde artmış durumda. Artık şirketlerin dörtte biri daha yüksek yatırımlar yapmayı planlıyor. Yüzde 44'lük kesim, yatırım seviyesinin aynı kalacağını ve şirketlerin sadece yüzde 21'i yatırım giderlerinin daha düşük olacağını öngörüyor. Şirketlerin yüzde 10'u yatırım yapmayı planlamıyor.

Şirketlerin istihdam planlarında, süre gelen olumlu bir eğilim görülüyor. Şirketlerin yüzde 29'u yeni personel istihdam etmeyi planlarken, yüzde 61'i istihdam düzeyinin aynı kalacağını öngörüyor. Sadece yüzde 10'luk kesimin öngörüsü personel sayısını azaltma yönünde.

Ekonomik ve ticari durum açısından yine başarılı bir toparlanma söz konusu olsa da; seyahat kısıtlamaları (yüzde 85), lojistik ve tedarik zincirlerindeki sorunlar (yüzde 62) ve fuarların iptal edilmesi (yüzde 56) gibi küresel olumsuz etkiler, ulusal sınırların ötesindeki ticari gelişimi hâlâ engelliyor.

Halen şirketlerin yüzde 86'sına göre Türk lirasının döviz kuru geleceği en büyük riski barındırmaya devam ediyor. Ekonomik politika koşulları da şirketlerin yüzde 67'si için ticari gelişimle bağlantılı olarak, önemli bir risk faktörü olma özelliğini sürdürüyor. Her iki değer de 2020 sonbaharındaki sonuçlara göre yine belirgin bir şekilde artış göstermiş durumda.

Artan enerji ve hammadde fiyatları, ileriye dönük ticari gelişim için önemli risk faktörleri olarak algılanıyor: 2021 ilkbaharında şirketlerin yüzde 37'sinin ifadesi bu yönde ve bu fiyatlar, risk faktörleri arasında üçüncü sırada. 2020 sonbaharındaysa, şirketlerin sadece yüzde 28'si aynı görüşü paylaşıyordu ve söz konusu fiyatlar, risk faktörleri arasında altıncı sıradaydı.

Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odasının Başkanı Dr. Markus C. Slevogt güncel anketten şu sonucu çıkarmakta: "Üyelerimiz, ekonomideki toparlanmanın faydalarını görüyor. Şirketler, zorlaşan pazar koşullarına rağmen, gerçek anlamda dirençli olduklarını kanıtladı, yeni koşullara adapte oldu ve yeni ticari olanaklar geliştirdi. Bununla birlikte, makroekonomik koşullar, halen ileri düzeydeki ekonomik ve ticari gelişim açısından risk oluşturuyor." Slevogt, şirketlerin, konjonktürün sürdürülebilir bir şekilde iyileşmesine önemli ölçüde katkıda bulunduklarını vurguluyor: "İstikrarlı koşulların oluşturulmasının yanı sıra, mevcut durumda özellikle koronavirüse karşı aşılamadaki ilerlemeler, yüksek düzeyde bir ekonomik büyümenin anahtarı olma özelliğini taşıyor. AHK, şirketleri Almanya'daki ve Türkiye'deki faaliyetlerinde her zaman desteklemeye hazırdır."

AHK Türkiye hakkında:

AHK Türkiye 1994 yılından bu yana Türkiye ve Alman ekonomilerini profesyonel bir şekilde birbirine bağlamaktadır. Bir çözüm ortağı olarak AHK Türkiye iki taraflı ekonomik ilişkilerin geliştirilmesine ve sürekli genişletilmesine önemli bir katkıda bulunmaktadır.

AHK Türkiye, artan hizmetler programından, gerçekleştirdiği organizasyonların ve toplantıların sayılarının artmasından ve hızlı üye artışından da kolayca belli olduğu gibi, organik bir şekilde büyüyen bir kuruluştur. Yaklaşık 900 üyesiyle Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası Türkiye'deki en büyük yabancı ticaret temsilciliklerinden birisidir.

AHK Türkiye önemli güncel ekonomi konularının tartışıldığı bir platform haline gelmiş olan organizasyonlar, toplantılar, atölye çalışmaları, sektörel çalışma grupları ve özellikle de ekonomi zirve toplantıları düzenlemektedir. AHK bu etkinlikler yoluyla Türk kamuoyunu Türkiye ve Almanya arasındaki sanayi ve ticaret ilişkileri hakkında bilgilendirmektedir.

Detaylı Bilgi İçin:

Duygu Özsoy

DRC Stratejik Pazarlama ve

İletişim Danışmanlığı

duyguozsoy@drciletisim.com