



AHK TÜRKİYE WORLD BUSINESS OUTLOOK SONBAHAR 2020

TÜRKİYE İLE İLGİLİ EN ÖNEMLİ SONUÇLAR



Deutsch-Türkische
Industrie- und Handelskammer
Alman-Türk
Ticaret ve Sanayi Odası

Executive Summary



İş hayatı hakkındaki yaygın kanaat tekrar olumluya dönmekte:

Şu andaki iş hayatının durumu ankete katılanların yüzde 45'i tarafından iyi olarak değerlendirilirken katılımcıların sadece yüzde 13'üne göre durum daha kötüdür. Böylelikle şirketlerin durum değerlendirmesi toplamda ilkbaharda olduğundan daha olumludur.



İş hayatının gidişatı hakkında belirgin ölçüde daha iyimser değerlendirmeler:

Ülkedeki şirketlerin yüzde 38'i gelecek 12 ay için iş hayatının olumlu yönde değişeceğini beklemekte, olumsuz yönde değişim bekleyenler ise sadece yüzde 17'dir. Böylelikle şirketlerin iş hayatının değişimi hakkındaki beklentileri ilkbaharda olduğundan belirgin ölçüde daha iyidir.



Uzun süreli konjonktürel gerileme:

Yerel şirketlerin yüzde 57 gibi bir çoğunluğu gelecek 12 ayın konjonktürel gelişimini daha kötü, hatta yüzde 4'ü çok daha kötü olarak değerlendirdi. Şirketlerin sadece yüzde 17'si konjonktürün iyi yönde değişeceği görüşünde.



Ülkedeki yatırım iklimi puslu olmaya devam etmekte:

Şirketlerin yüzde 43'ünün gelecek 12 ay için yatırım isteği olumsuz olmaya devam etmekte. Hatta şirketlerin yüzde 17'si hiç yatırım planlamıyor.



İstihdam planları ilkbahara oranla daha aydınlık:

Ülkedeki şirketlerin yüzde 21'i gelecek 12 ayda tekrar daha fazla eleman istihdam etmeyi planlamakta. Buna karşılık şirketlerin yüzde 32'si personel azaltacaklarını düşünmekte. İlkbaharda şirketlerin istihdam planları genelde çok daha kötümserdi.



En büyük risk Türk Lirasının değer kaybında:

Yükselen döviz kuru belirsizlikler yaratmakta ve gelecek 12 ayda en büyük girişim riskini barındırmaktadır - şirketlerin yüzde 77'sinin değerlendirmesi bu yönde. Şirketlerin yüzde 62'si ekonomik çerçeve koşullarının büyük bir risk oluşturduğunu belirtti.



Pandemi nedenli seyahat kısıtlamaları ağır bir yük:

Korona pandemisinin etkileri ile ilgili olarak ankete cevap veren şirketlerin yüzde 84'ü her şeyden önce seyahat kısıtlamalarından olumsuz etkilenmekte. Ayrıca şirketlerin yüzde 61'inde yatırımlar askıya alınmakta ya da iptal edilmekte.



Krizden çıkış için uygun tedbir olarak şirket içerisinde daha fazla dijitalleşme:

Krizin olumsuz etkileriyle baş etmek için, şirketlerin yüzde 69'u daha fazla dijitalleşmeye güvenmekte. Şirketlerin yüzde 56'sı da krizden çıkış tedbirleri olarak masraf azaltmaya ve yine aynı oranda şirket de yatırımları ertelemeye gitmekte.



Konjonktürün toparlanması zaman alacak:

Ülkedeki şirketlerin çoğunluğu konjonktürün çabuk toparlanmasını beklemiyor. Şirketlerin yüzde 44'ü ancak 2022 yılında bir toparlanma beklerken, yüzde 23'ü toparlanmanın daha fazla zaman alacağı kanaatinde.

Alman-Türk Business Outlook sonuçları tüm dünyadaki Alman Dış Ticaret Odalarının üyeleri arasında altı ayda bir gerçekleştirilen bir ankete dayanmakta. En son nisan ayında ilkbahar anketinin sonuçları açıklanmıştı. Temmuzda ayrıca COVID-19 özel anketi gerçekleştirildi. Tüm sonuçlar ülke bazındaki yerel raporun yanında ayrıca küresel düzeyde AHK World Business Outlook raporu içerisinde karşılaştırmalı olarak da sunulmaktadır.

Araştırmaya Türkiye’den katılan şirketlerin yüzde 42’si sanayi ve inşaat sektöründen, yüzde 34’ü hizmetler sektöründen ve yüzde 24’ü de ticaret şirketi. Anketi cevaplayan şirketlerin yüzde 38’i 100’den daha az personel çalıştırırken yüzde 22’sinin personel sayısı 100 ile 1.000 arasında. 1.000’den fazla personel istihdam eden büyük şirketler yüzde 40 ile az farkla en büyük grubu oluşturmaktadır.

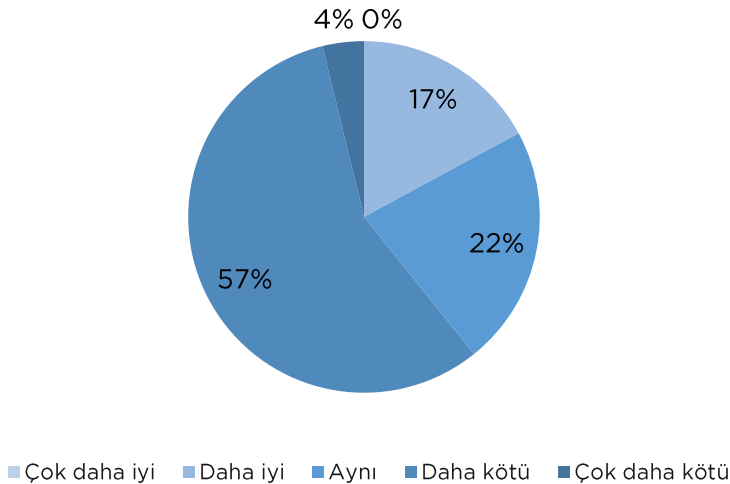
TÜRKİYE’DEKİ KONJONKTÜREL DURUM

Dünya ekonomisinin içerisinde bulunduğu ağır resesyon devam etmekte. Bu durum, Türkiye pazarını ve dolayısıyla Alman ve Türk şirketlerinin yurt içinde ve dışında işlerini etkilemekte. Türkiye’nin gayri-safi milli hasılası 2020 yılının 2. çeyreğinde yüzde 9,9 eksi değişim ile büyük bir gerileme içerisinde ve toplam 153,1 milyar \$ düzeyindeydi.¹ Ocak-Eylül 2020 zaman aralığında Türkiye’nin dış ticaret açığı 37,9 milyar dolardı. Bu sayı 2019 yılının aynı zaman aralığına göre yüzde 79,5 artış demektir. İhracatı karşılama oranı da azaldı ve Ocak-Eylül 2020 zaman aralığında sadece yüzde 75,8 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılının aynı zaman diliminde bu oran henüz yüzde 86,3’tü. Almanya Ocak-Eylül 2020 zaman diliminde 11,3 milyar \$ ile Türkiye’nin en önemli ihracat ortağıydı.²

Almanya’dan ithalat olumlu, ancak Türkiye açısından ihracat olumsuz olmaya devam ediyor

Pandeminin ekonomide yarattığı sonuçlara ve ulusal para biriminin değer kaybına rağmen Almanya’dan ithalat artmakta. Ocak-Eylül 2020 zaman aralığında önceki yıla kıyasla yüzde 5,9 artış kaydedildi. Türkiye’den yapılan ihracat ise Ocak-Eylül 2020 zaman aralığında yüzde 8,7 olumsuz yönde bir değişimle gerilemeye devam etti. Ancak olumsuz trend, 2020 yılının 1. ve 2. çeyreğinde gerçekleşen yüzde 12,4 azalmaya oranla hafifledi.³

Gelecek 12 ayda ülkedeki konjonktürel gelişim



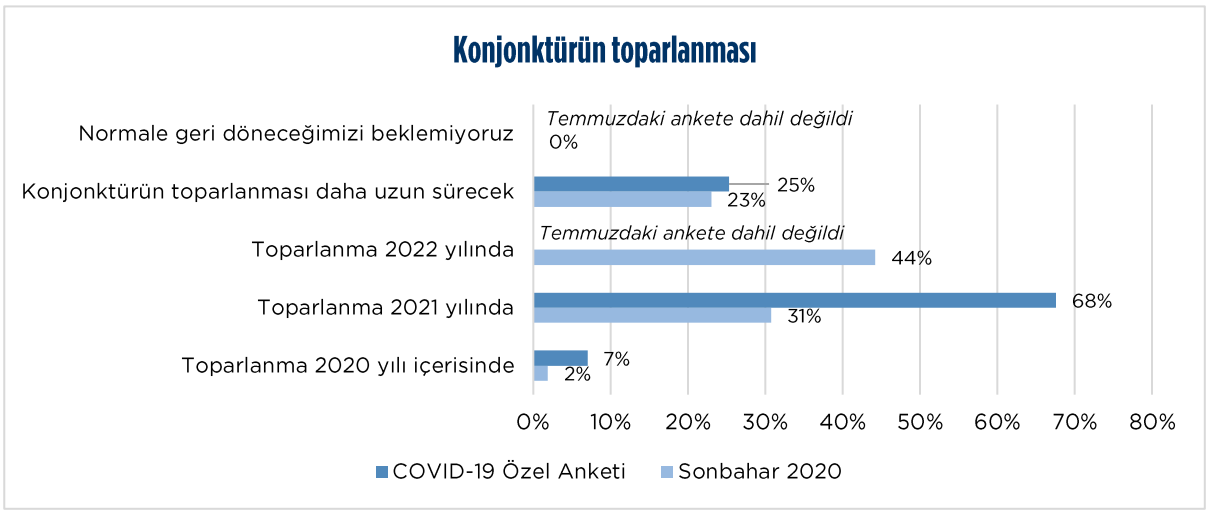
¹ Quarterly Gross Domestic Product, Quarter II: April-June, TÜİK, 31.08.2020

² Imports by Country, TÜİK, 30.10.2020

³ Exports by Country, TÜİK, 30.10.2020

Uzun süreli konjonktürel gerileme

Ankete katılan şirketler uzun süreli bir konjonktürel gerileme bekliyorlar. Şirketlerin yüzde 57'si ülkedeki konjonktürel değişimin gelecek 12 ayda daha kötü olacağı kanaatinde, yüzde 4'ü ise çok daha kötü olacağı fikrinde. Buna karşılık yüzde 17 konjonktürel durumda bir iyileşme beklerken yüzde 22'si de konjonktürün aynı seviyede kalacağını varsayıyor. Şirketlere ayrıca konjonktürün toparlanma zamanı da soruldu. Ankete katılan şirketlerin yüzde 44'ü konjonktürün ancak 2022 yılında toparlanacağını beklerken yüzde 23'ü toparlanmanın daha da uzun zaman alacağını belirtiyor. Öte yandan şirketlerin yüzde 31'i toparlanmanın 2021 yılında geleceğini, yüzde 2'si ise bu yıl içerisinde olacağını umuyor. Tem-muz 2020'de gerçekleştirilen özel ankete kıyasla iş insanları şimdi daha kötümser görünmekte. O sıra-da henüz yüzde 68'i 2021 yılı içerisinde bir toparlanma bekliyordu ve anketi cevaplayanların sadece yüzde 25'i krizin daha uzun süreceği kanısındaydı.



Uluslararası karşılaştırma:

Şirketler konjonktür gelişimi ile ilgili olarak tüm dünya ölçeği için, ulusal düzeyde olduklarından daha umutlular. Şirketlerin yüzde 33'ü daha iyi bir konjonktür beklentisi içerisinde, konjonktürün aynı kalacağını düşünenlerin oranı da aynı. Buna karşılık geri kalan yüzde 34 konjonktürdeki gerilemenin devam edeceğini varsaymakta. Konjonktürün toparlanma zamanı hakkındaki araştırma sonuçları ise küresel ölçekte daha iyimser olma eğiliminde.

ÜLKEDEKİ ŞİRKETLERİN DURUMU

İş hayatıyla ilgili genel kanaatler tekrar çok daha olumlu

Mevcut kriz durumuna rağmen pek çok iş insanı 2. yarıyıl içerisinde işlerin gelişimi ile ilgili iyimser bir değerlendirmeye sahip. Mevcut iş durumu anketi cevaplayan şirketlerin yüzde 45'i tarafından iyi olarak değerlendirilmekte, şirketlerin sadece yüzde 13'ü şu andaki durumlarını kötü olarak niteledi. Böylece duruma iyi ve kötü diyenler arasındaki fark 32 ile yeniden ilkbaharda olduğundan çok daha iyi bir değere ulaştı. İlkbahardaki ankette fark sadece 3 puandı, yani ankete katılan şirketlerin sadece yüzde 26'sı mevcut işlerden memnunken yüzde 23'ü memnun değildi. Hatta şu andaki fark kriz öncesinde 2019 sonbaharında kaydedilen 21 puan değerinin bile üstündedir, bu da yine çok daha olumlu bir iş durumuna işaret etmekte.

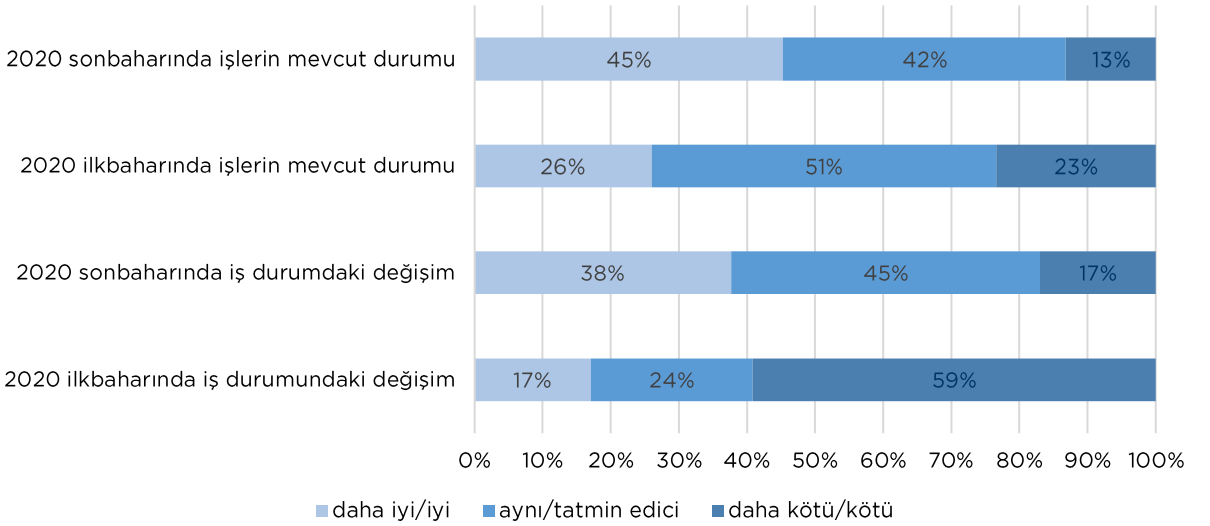
Uluslararası karşılaştırma:

Şirketlerin durum değerlendirmesi uluslararası düzeyde de ilkbahara kıyasla toparlanma yolunda. Buna rağmen işlerin durumunu olumlu yönde görenlerin sayısı küresel düzeyde, Türkiye’de ulusal düzeyde olduğundan daha azdır. Şirketlerin yüzde 32’si iş durumunu iyi olarak değerlendirirken yüzde 22’si kötü olarak nitelendirmekte. Fark 10 puan ve böylelikle Türkiye’deki farkın çok altında.

İş durumu ile ilgili değerlendirmeler çok daha olumlu

Benzer bir iyimserlik işlerin gelecek 12 aydaki gelişmesi hakkındaki soruya da yansımakta. Anketi cevaplayan şirketlerin yüzde 45’i işlerin aynı seviyede gitmesini beklerken yüzde 38’i işlerin iyiye gideceği kanısında. Buna karşılık şirketlerin sadece yüzde 17’si işlerinin kötüleşeceğini beklemekte. Aradaki farkın 21 puan ile ilkbahardaki ankete kıyasla daha iyi çıkması da iş durumundaki gidişat hakkındaki iyimserlik artışını yansıtmakta. İlkbaharda iş insanların değerlendirmeleri çok kötümserdi. O sırada işlerin gidişyle ilgili iyi ve kötü değerlendirmeler arasındaki fark henüz -42 puandı. O sırada şirketlerin yüzde 59’u işlerin olumsuz yönde değişeceğini beklemekteydi ve sadece yüzde 17’si gelecek 12 ayda olumlu yönde bir değişim umudundaydı.

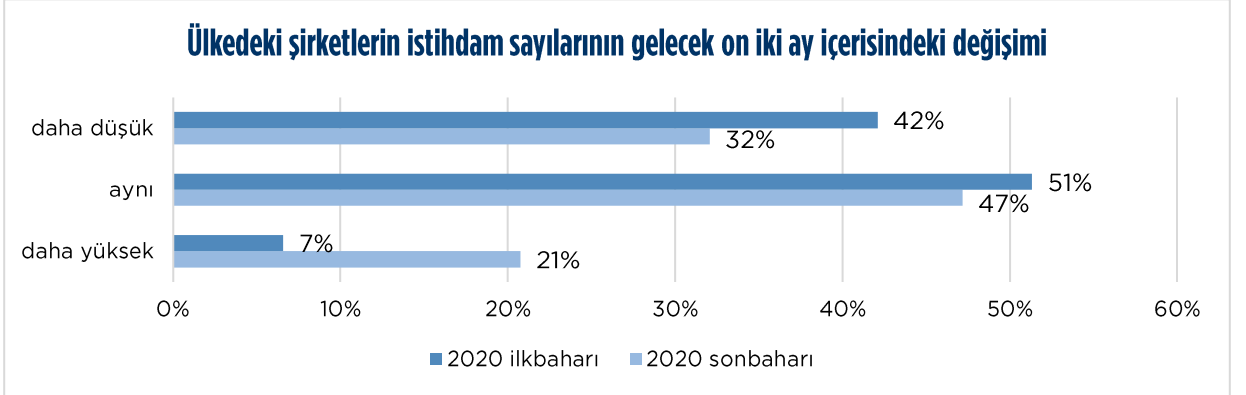
Mevcut anketteki fark 2019 sonbaharında kaydedilen 26 puanlık kriz öncesi değere yaklaşmakta ve böylece işlerin gelişimi hakkında iyimser bir değerlendirmeye işaret etmekte.

2. yarıyıld işlerin durumu ve değişimi hakkında değerlendirmeler**Uluslararası karşılaştırma:**

Küresel düzeyde beklenti değerleri şimdiden kriz öncesi düzeye ulaşmış durumda. Fark 27 puan ile tekrar artı bir değerde; bu değer ilkbaharda -30’dur. Böylelikle iş durumundaki değişim hakkında küresel kanaat Türkiye’de ulusal düzeyde olduğundan daha iyimserdir.

İstihdam planları ilkbahara kıyasla biraz daha aydınlık

İş insanlarının iyimserliği kendini 2020 ilkbaharına kıyasla şu andaki istihdam planlarında da göstermekte. Toplamda ankete katılan iş insanlarının yüzde 21'i önümüzdeki 12 ay içerisinde personel almayı planlamakta (ilkbahar: yüzde 7), şirketlerin yüzde 32'si personel azaltacaklarını varsaymakta (ilkbahar: yüzde 42). Böylece aradaki fark -11 ile 2020 sonbaharında da eksi bir değer olmakla birlikte, bu değer -35 olduğu 2020 ilkbaharındaki kadar olumsuz değildir. Bununla birlikte şu andaki fark yine de 2019 sonbaharında 14 puan olan kriz öncesi düzeyin çok altındadır.



Uluslararası karşılaştırma:

Küresel düzeyde istihdam planları tekrar iyiye gitmekte ve ulusal düzeyde olduğundan daha genişleme eğiliminde. Şirketlerin yüzde 26'sı personel alımları planlarken diğer yüzde 53'ü personel sayısının aynı kalacağını belirtti. Buna karşılık yüzde 21'i personel azaltmak zorunda kalacaklarını beklemekte. Aradaki fark 5 puan ile tekrar artıda ve Türkiye'deki fark değerinden daha yüksek. Şimdiki anketin sonuçlarına göre bunun istihdam sayılarına yapacağı etki, dünya ölçeğindeki değişimden daha büyük olması beklenmelidir.

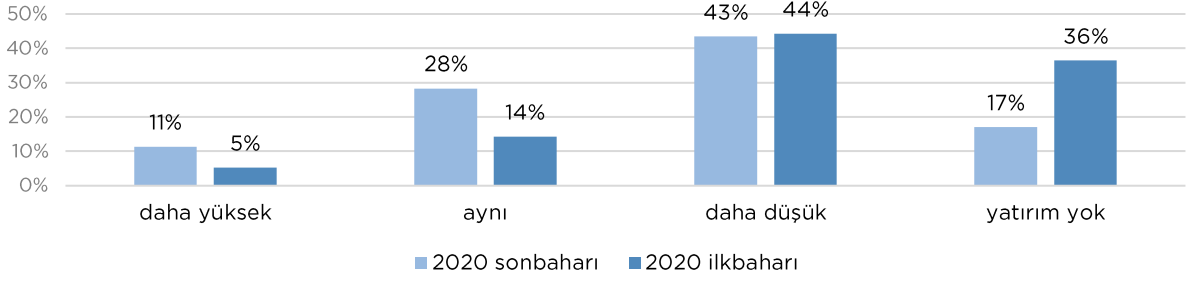
Ülkedeki yatırım iklimi hâlâ keyifsiz

Türkiye'de yerleşik olan 7.556 Alman şirketi ülkedeki Avrupalı şirketlerin büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır.⁴ İş durumu ile ilgili olarak iş insanları arasında iyimserlik yaygın olduğu halde ekonomik çerçeve koşullarının zorluğu, Türk lirasının değer kaybı ve siyasal çerçeve koşulları şirketlerin yatırım yapmakta çekingen davranmalarına yol açmaktadır. Böylelikle 1. yarıyılın trendi devam etmektedir. Halen ülkedeki şirketlerin yüzde 43'ü gelecek 12 ay içerisinde küçük miktarlarda yatırımlar planlarken yüzde 17'sinin planladığı yatırım hiç yok. Öte yandan şirketlerin yüzde 11'i daha fazla, yüzde 28'i ise daha öncekiyle aynı miktarda yatırım yapmayı planlamaktadır. İlkbahardaki anketin sonuçlarıyla kıyaslandığında, şirketler ekonomik şartların zorluğu nedeniyle yatırımlar için harcama yapmaktan çekinmeye devam etmektedir. Bununla birlikte hafif bir olumlu trend kendini göstermektedir. Bazı şirketler yatırım yapma konusunda artık daha iyimserdir. Daha önce planlanmış yatırım harcamaları iş durumundaki iyileşme sayesinde yeniden yatırımlar için kullanılacak.

Fark değeri -39 ile 2018 sonbaharındaki -37 değeriyle karşılaştırılabilir bir düzeydedir. O sırada Mayıs ile Ekim 2018 arasında Türk Lirası'nda, Türkiye Merkez Bankası'nın politika faizinde büyük artışa giderek nihayet durdurabildiği muazzam bir değer kaybı meydana gelmişti. Türk Lirası buna rağmen tam anlamıyla bu şoktan toparlanamadı ve o zamandan beri sabit olarak 1 Euro başına 5 Lira'nın üstündeki bir düzeyde seyretmektedir.

⁴ Uluslararası Doğrudan Yatırım İstatistikleri, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 09/2020

Gelecek 12 ay içerisinde yatırım harcamalarının değişimi



Uluslararası karşılaştırma:

Toplamda küresel yatırım planları ulusal düzeyde olduğundan daha iyimser. Şirketlerin yüzde 25'i daha fazla yatırım yapmayı planlarken yüzde 47'si yapacakları yatırımların aynı düzeyde kalacağını öngörmekte. Yüzde 28'inin ise planladığı yatırımlar öncekinden daha düşük.

Türk Lirası'nın değer kaybı en büyük riski barındırmakta

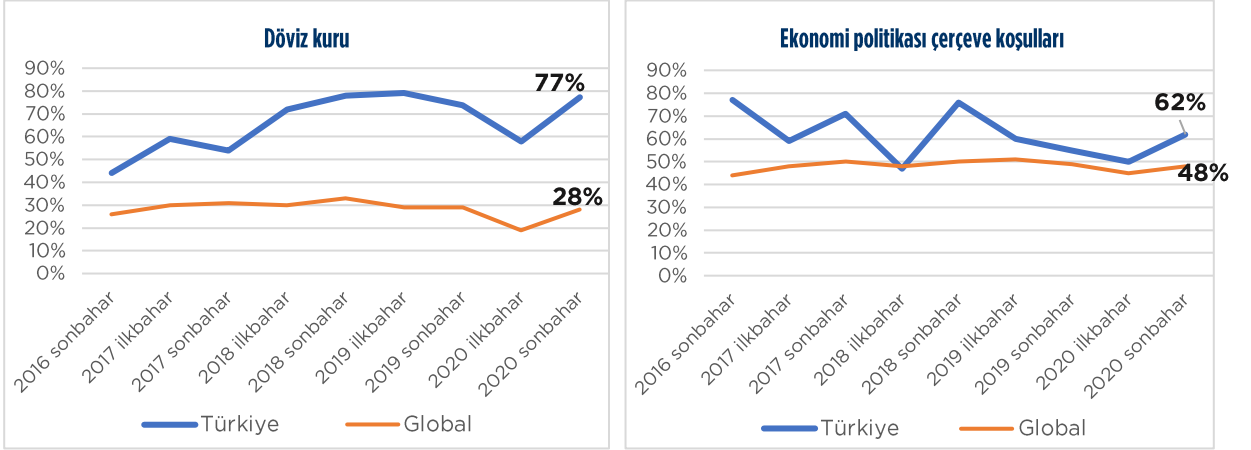
İlk 3 risk:

1. Döviz kuru
2. Ekonomi politikası çerçeve koşulları
3. Finansman

Konjonktür krizi ve dünya çapındaki korona pandemisi şirketlerin ülkedeki ekonomik gelişmesini zorlaştırmakta. Özellikle kendi ekonomik gelişmeleri için riskleri tespit edebilmek ve tartabilmek, belirsiz kriz dönemlerinde iş insanları için özel bir zorluk oluşturmaktadır. İş insanları kendilerini krizin sonuçlarından ve risklerden korumak için uygun tedbirler almakta.

Türk Lirası'nın Euro karşısındaki değer kaybıyla birlikte, pek çok iş insanı kendi ürettikleri ürünlerde maliyet artışları ve satış fiyatının erimesi durumu ile yüz yüze kalmaktadır. Dahası gümrük vergileri de ithalatı pahalılaştırmakta, bu da şirketlerin yatırım yapma isteğine olumsuz etki etmektedir. Buna bir de finansman koşullarının ağırlaşması eklenmektedir. Ankete cevap veren şirketlerin yüzde 77'si gelecek 12 ay için en önemli risk faktörleri arasında döviz kurundaki çöküşü, yüzde 62'si de ekonomi politikası çerçeve koşullarını saymaktadır. Şirketler özellikle Türk Lirası'ndaki değer kaybının 2017 yılından bu yana devam etmesini bir risk olarak görmektedir. Geçtiğimiz yılların anket sonuçlarını gözden geçirdiğimizde, bu risk işletmecilik açısından belli olmaktadır. Bu değer sadece 2020 ilkbaharında COVID-19 pandemisi nedeniyle ekonominin uğradığı kesintiler yüzünden yüzde 58'e düşmüştü. Bir risk faktörü olarak döviz kuru 2016 sonbaharından bu yana her zaman küresel ortalamanın oldukça üzerinde olmuştur.

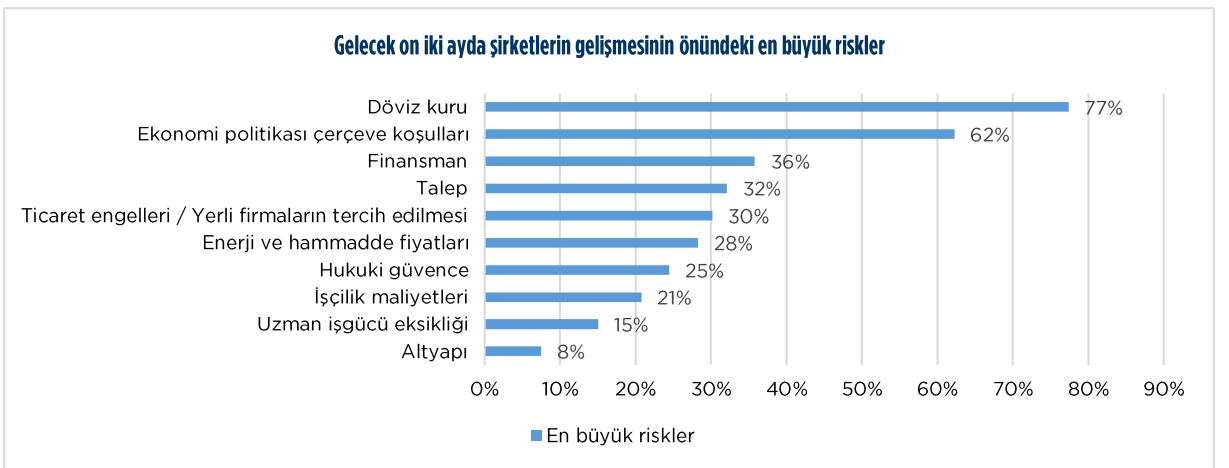
Ekonomi politikası çerçeve koşulları da yıllardır şirketlerin çoğunluğu tarafından önemli bir risk faktörü olarak görülmektedir. Bir risk faktörü olarak ekonomi politikası çerçeve, 2018 ilkbaharı haricinde, 2016 sonbaharından bu yana her zaman küresel ortalamanın üzerinde olmuştur. 2018 ilkbaharında, yerel para değeri, küresel ortalamanın yüzde bir puan altındaydı, yani karşılaştırılabilir bir seviyede idi.



Anketi cevaplayanların yüzde 36'sı için en büyük riski finansman barındırmaktadır. Bu durum projelerin yerel para biriminde finanse edilmesi için geçerli faiz oranlarının artmasıyla bağlantılıdır. Aynı zamanda da Euro gibi bir yabancı para biriminde kredi alımı da Türk Lirası'nın değer kaybı nedeniyle risklidir.

Alman veya yabancı şirketler için de Türkiye'deki projeler için kredileri finanse etmek zorlaşmıştır. Yerel para birimi değer kaybına uğrarken kâr şansı daha düşüktür, dolayısıyla da bir projenin rantabilitesi güvencede değildir. Bu da kredi verenlerin kredi açma isteğini olumsuz etkilemektedir. Bu risk, Alman şirketlerinin Türkiye'deki iş ortaklarının durumu için de benzer bir şekilde geçerlidir. Finansman eksikliği karşısında iş yapmak da mümkün olmamaktadır.

İlkbahardaki ankette henüz iş insanları finansmanı en büyük risk olarak görmüştü. Bu değer böylece 26 yüzde puanı düştü. Şimdiki sonuçlar ayrıca şirketlerin iş durumlarındaki değişimiyle ilgili artan iyimserliği de desteklemektedir, çünkü talep tekrar artış halindedir. İlkbahardaki anket ile karşılaştırıldığında, artık ürün ve hizmetlere olan talebi büyük bir risk olarak görenlerin oranı sadece yüzde 32'dir. İlkbaharda bu oran henüz yüzde 50, yani 18 yüzde puanı daha fazlaydı.



Uluslararası karşılaştırma:

Ulusal düzeydekinden farklı olarak, Türkiye için iş insanlarının yüzde 63'ü en büyük girişimcilik riskini talepteki azalma olduğunu belirtmekte. Yüzde 48'i ayrıca öncelikle ekonomik çerçeve koşullarından olumsuz etkilenmekte. Ankete katılanların yüzde 28'i ise uluslararası döviz kurları özel bir risk oluşturmaktadır.

COVID-19 PANDEMİSİNİN ETKİLERİ

Pandemiden dolayı seyahat kısıtlamaları ağır bir yük oluşturmakta

İlk 3 etki:

1. Seyahat kısıtlamaları
2. Yatırımların ertelenmesi / iptali
3. Fuarların / toplantıların iptali

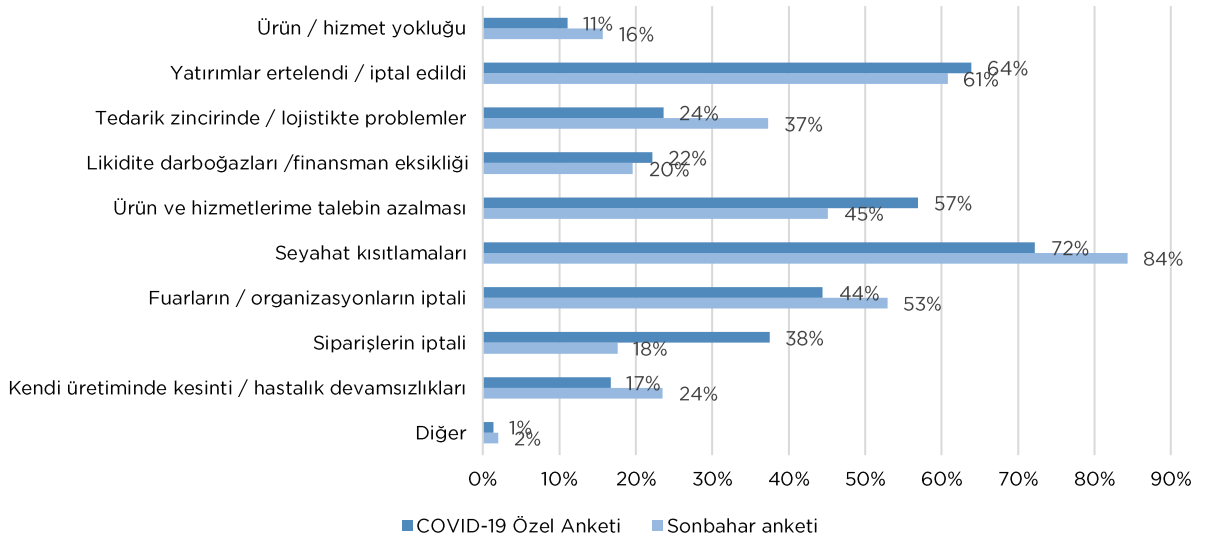
COVID-19 pandemisi ekonomi dünyasının da gündemini belirlemektedir. Enfeksiyon sayıları bir dönem geriledikten sonra Avrupa'da tekrar yükselmekte. Türkiye'de de bir artış kaydedilmekte. Gerek Almanya'da, gerek Türkiye'de ikinci bir kere genel karantina ihtimali pek çok şirket için belirsizlikler barındırmaktadır.

Şirketlere korona pandemisinin zorlayıcı etkileri soruldu. Anketi cevaplayan şirketlerin yüzde 84'ü öncelikle seyahat kısıtlamalarından ağır etkilenmektedir. Bu kısıtlamalar yurt dışı iş seyahatlerini, böylelikle de fuarlara, organizasyonlara ve toplantılara katılmayı imkânsızlaştırmaktadır. Sözleşmelerin yapılıp imzalanması, müzakereler vb. de bundan dolayı zorlaşmaktadır. Bundan olumsuz etkilenenler şimdi, Temmuz'daki özel ankete kıyasla daha fazla görünmekte. Bu değer 12 yüzde puanı arttı.

Özellikle fuar ve organizasyonların iptali ankete katılanların yüzde 53'ünü muazzam zorlamaktadır. Bu da, pandemi sırasında dijitalleşmede kaydedilen muazzam ilerlemeye rağmen yüz yüze görüşmelerin önemini vurgulamaktadır.

Planlama güvenliğinin eksikliği ve ayrıca finansman ve likidite problemleri edeniyle şirketler yatırımları ya iptal etmekte ya da ertelemektedir. Ankete katılan şirketlerin yüzde 61'i bunu ek bir zorlayıcı faktör saymaktadır. Bu sonuçlar, üyelere beklenmesi gereken sonuçların da sorulduğu ilkbahar anketindeki ilk 3 cevap ile örtüşmekte. Ancak Temmuz ayında gerçekleştirilen COVID-19 özel ankete kıyas-la, en azından ürün ve hizmetlere olan talep alanında bir düzelme gerçekleştiğini görmekteyiz. Tem-muzda bu durum henüz şirketlerin yüzde 57'si için ilk 3 etki arasındaydı, sonbaharda ise bunu belirtenler yüzde 45 ile yüzde 10'dan fazla azalmış durumda.

Korona pandemisinin şirketlere etkileri

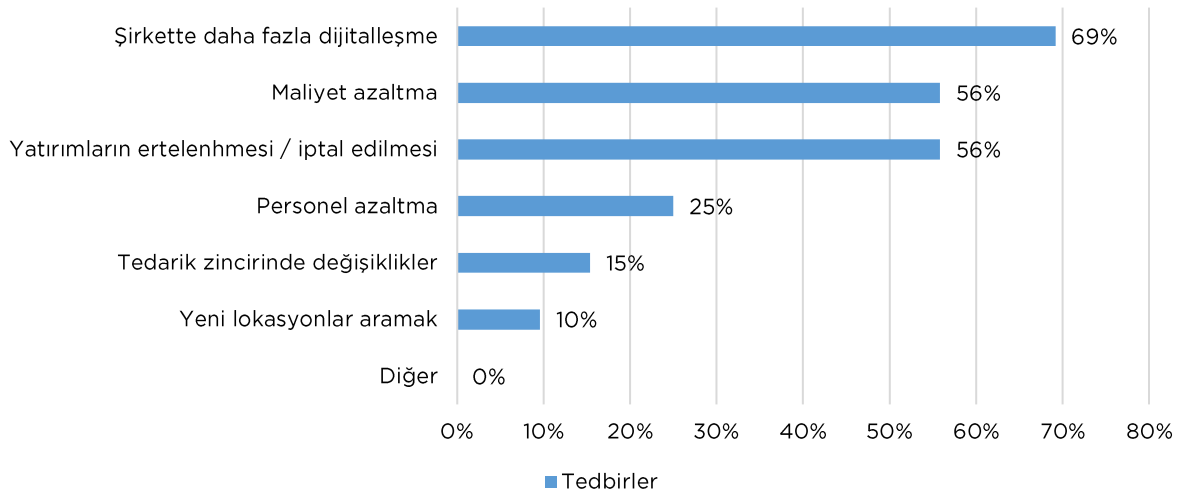


Uluslararası karşılaştırma:

Şirketler küresel düzeyde de yüzde 75 ile, Türkiye'nin ulusal düzeyindeki benzer bir şekilde seyahat kısıtlamalarını pandeminin en ağır sonucu olarak görmekteler. Bunu yüzde 53 ile talepteki azalma takip etmekte. Fuarların ve organizasyonların iptali de yüzde 51 ile, ulusal düzeyindeki benzer bir şekilde şirketler için ciddiye alınması gereken bir olumsuz rol oynamakta.

Krizden çıkışın uygun tedbiri olarak şirkette daha fazla dijitalleşme

Seyahat kısıtlamaları ve karantina kuralları pek çok şirketin elini kolunu yerel düzeyde bağlamaktadır. Personeller artan ölçüde evden çalışmakta ve müşterilerle görüşmeler dijital platformlar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Böylece “dijital dönüşüm” konusu pek çok şirketin odağına yerleşmiştir. Bu durum, cevaplayan şirketlerin yüzde 69'unun örneğin kurumsal prosedürlerinin ya da iletişimlerinin dijitalleşmesine daha fazla ağırlık verdiklerini belirtmesiyle, şimdiki ankette de yansımaları bulmaktadır. Daha önce de birden fazla defa belirtildiği gibi, pandeminin etkileri birçok şirketin yatırım davranışını da, örneğin planlama belirsizlikleri, talep oynaklığı ve likidite darboğazları nedeniyle etkilemektedir. Böylelikle şirketlerin yüzde 56'sı bazı yatırımları iptal ettiklerini ya da ertelediklerini belirtmektedirler. Ayrıca maliyet optimizasyonu da bu bağlamda şirketlerin yüzde 56'sı için tedbir olarak önemli rol oynamaktadır. Bu sonuçlar, korona pandemisinin beklenmesi gereken etkilerinin neler olduğu hakkında hem sonbahar, hem ilkbahar, hem de COVID özel anketinde verilen cevaplarla uyumludur.

Korona pandemisinin etkilerine karşı alınan tedbirler**Uluslararası karşılaştırma:**

Şirketler Türkiye'de ulusal düzeyde olduğu gibi, küresel düzeyde de pandeminin etkilerine karşı aynı üç tedbire güvenmektedir. Ancak sıralaması farklıdır. Yüzde 66'sı maliyet azaltırken yüzde 61'i şirket içi dijitalleşmeyi geliştirmekte. Yüzde 46'sı da yatırımları azaltmakta ya da ertelemektedir.