

◆ KPMG'nin Avrupa Aile Şirketleri Barometresi 2018 sonuçlarına göre Türkiye'deki aile şirketlerinin yüzde 70'inden fazlası, son bir yılda cirolarını artırmayı başardı

Aile şirketleri 2018'de cirolarını artırdı

HABER MERKEZİ

KPMG'nin Avrupa Aile Şirketleri Barometresi 2018 sonuçlarına göre Türkiye'deki aile şirketlerinin yüzde 70'inden fazlası, son bir yılda cirolarını artırmayı başardı. Ancak Türk aile şirketlerinin dörtte birinden fazlası gelecek 2019'la ilgili kaygılı olduklarını dile getiriyor

KPMG'nin Avrupa Aile Şirketleri Derneği (EFB) ile birlikte hazırladığı Avrupa Aile Şirketleri Barometresi'nin 7'ncisi yayımlandı. Araştırmaya 26 Avrupa ülkesinden, 41'i Türk, bin 576 aile şirketi yöneticisi katıldı. Araştırma, Avrupalı aile şirketlerinin büyük bölümünün önümüzdeki 12 aya güvenle baktığını, buna karşın Türk aile şirketlerinin dörtte birinden fazlasının gelecek yılla ilgili kaygılı olduğunu ortaya koydu.

Araştırmaya Türkiye'den katılan aile şirketlerinin yüzde 71'i, geçtiğimiz 1 yılda cirolarını genel



✓ KPMG Türkiye Danışmanlık Bölümü Başkanı Hande Şenova, Türk aile şirketlerinin yaklaşık yüzde 30'unun, vergi oranlarının düşürülmesinin büyüme hedeflerini tutturmalarına büyük destek sağlayacağını dile getirdiğini kaydetti.

olarak artırdıklarını belirtti. Ciro-su artan aile şirketlerinin yüzde 60'ından fazlası yüzde 50'den az, yüzde 10'u ise yüzde 50'den fazla büyümeyi başardıklarını kaydetti.

Yeni istihdam düşük

Araştırmaya göre, her 5 Türk aile şirketinden 3'ü son 1 yılda çalışan sayılarını aynı tuttuklarını ya da personel azaltma kararı aldıklarını ifade etti. Çalışan sayısını artırma kararı alan şirketlerin oranı ise yüzde 37'de kaldı.

Siyasi belirsizlik en büyük sorun

Araştırmaya Türkiye'den katılan aile şirketi yöneticilerinin yaklaşık dörtte biri, karşılaştığı en büyük zorluğun 'siyasi belirsizlikler' olduğunu vurguladı. Bu zorluğu sırasıyla 'istikrarsız döviz kurları' (yüzde 18) ve 'kârlılığa azalma' (yüzde 15) takip ediyor.

Beklenti vergilerin düşürülmesi

KPMG Türkiye Danışmanlık Bölümü Başkanı Hande Şenova, Türk aile şirketlerinin yaklaşık yüzde 30'unun, vergi oranlarının düşürülmesinin büyüme hedeflerini tutturmalarına büyük destek

sağlayacağını dile getirdiğini kaydetti. Listede ikinci sırada finansman imkânlarına daha kolay erişim (yüzde 24), üçüncü sırada ise altyapının geliştirilmesi (yüzde 10) yer alıyor.

Özsermayeye güven

Türk aile şirketlerinin dörtte biri, önümüzdeki 1 yıllık dönemde finansman açısından özsermayeye güveniyor. Özsermayeyi yüzde 20'lik oranla banka finansmanı ve yüzde 17 ile endüstriyel anlaşmalar izliyor.

Araştırmanın Türkiye sonuçlarında dikkat çeken satır başları şöyle:

- Türk aile şirketlerinin yüzde 44'ü, son 1 yılda yurtdışı faaliyetlerini bir önceki yılla aynı oranda sürdürdü.

- Türk yöneticiler, gelecek 2 yıllık dönemde şirketlerinin önceliklerini, kârlılığı artırma (yüzde 38), yeni pazarlara yönelme/ihraçat yapma (yüzde 19) ve daha inovatif olma (yüzde 16) olarak sıralıyor.

- Türk aile şirketlerinin yakla-

şık yüzde 60'ı, yönetimi bir sonraki nesle devretmeyi düşünüyor.

- Türk yöneticilerin yaklaşık yüzde 70'i, aileden olmayan bir CEO'ya görev vermeyi düşündüklerini belirtti.

- Türk aile şirketleri, halka açılmaya Avrupa'dakilerden daha sıcak bakıyor. Halka arz yoluyla şirketini satmayı planlayan Türklerin oranı (yüzde 45), Avrupa genelinin 3 katı.

- Türk aile şirketlerinin yüzde 88'i, strateji planlarının inovasyon ve yeni teknolojilere yatırım yapmayı içerdiğini kaydetti.

Avrupa'daki durum

Araştırmaya göre Avrupalı aile şirketlerinin büyük bölümü, geleceğe güvenle bakmalarına karşın, rekabet gücünü sürdürüp büyümeye devam edebilmek için yeni yetenekleri çekmeleri ve inovasyon faaliyetlerine hız vermeleri gerektiğinin farkında.

KPMG Türkiye Danışmanlık Bölümü Başkanı Hande Şenova, rapora ilişkin değerlendirmesinde, "Avrupalı aile şirketleri, geçti-

ğimiz yıl iyi bir ilerleme kaydetti. Bir sonraki adımda, hassas ve önem arz eden bir sürecin parçası olarak, var olan operasyonlarını ölçeklendirmeleri gerekecek. Avrupalı aile şirketleri dünya çapında iş yapmaya hazırlanırken, kendilerini dünyanın dört bir yanından gelen şirketlerle rekabet içinde bulacaklar. Büyüme ve yayılma planlarını yaparken, artan küresel rekabeti de hesaba katmalılar" diye konuştu.

Raporun Avrupa ayağına ilişkin ilgi çeken bulgular ise şöyle:

- Avrupalı aile şirketlerinin yüzde 73'ü, önümüzdeki 12 ayda gösterecekleri finansal performansına güveniyor.

- Avrupa genelinde güven oranı artarken, İngiltere'de Brexit'in etkisiyle geçen yıla göre 15 puan azalarak yüzde 68'e düştü.

- Katılımcıların yüzde 64'ü geçtiğimiz yıl cirolarında artış olduğunu bildirdi.

- Yetenek savaşları, aile şirketlerinin karşılaştığı en büyük zorluk olarak ilk sıraya yerleşti. Katılımcıların yüzde 53'ü yetenek savaşını en büyük üç sorunundan biri olarak tanımladı. Bu oran 2017'de yüzde 43 ve 2016'da yüzde 37'di. Bu senenin öne çıkan diğer zorlukları arasında, 'artan işgücü maliyetleri' (yüzde 36) ve 'siyasi belirsizlikler' (yüzde 36) bulunuyor.

- Avrupalı aile şirketlerinin yüzde 54'ü büyüme planları kapsamında yeni pazarlara açılmayı büyümeyi hızlandırmak için ürün yelpazelerini genişletmeyi ve çeşitlendirmeyi planlıyor.