

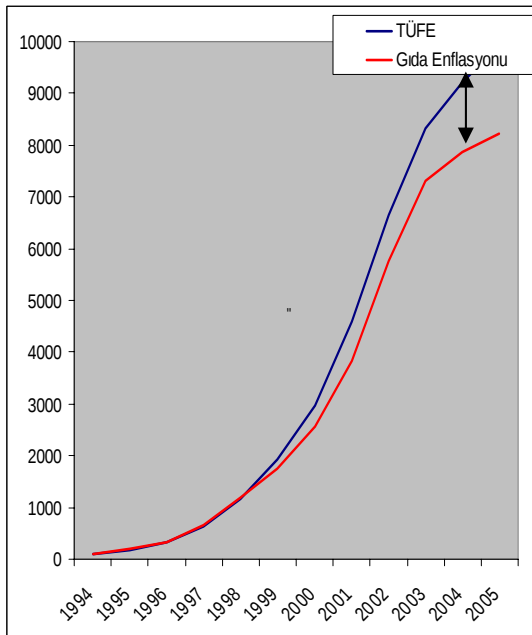
Hızlı tüketim malları perakendeciliği projesinde daha yapılacak çok iş var...

Makroekonomik göstergelerdeki değişimler perakende sektöründeki dönüşümle beraber hareket ediyor! Türkiye, 2001 krizinden bu yana yapısal dönüşümü çok hızlı bir biçimde yaşıyor. Perakende sektöründeki dönüşüm, malların dağıtım kanalının daha etkin ve verimli hale gelmesinden dolayı, hem tüketici fiyatları üzerinde hem de büyüme üzerinde belirleyici bir rol oynamaya aday olarak ortaya çıkıyor. Önümüzdeki dönemde perakende sektöründeki gelişmeler Türkiye'deki yapısal reformların başarısını etkileyecek. Türkiye'nin reel sektörü, ya daha verimli ve rekabetçi bir yapıya kavuşacak, ya da perakende dönüşümündeki aksamalar yapısal reformların önüne set çekecek.

29 Aralık 2005 tarihinde düzenlediğimiz "Hızlı Tüketim Malları (HTM) Perakendeciliğinde Dönüşüm ve Sektörün Geleceği" başlıklı yuvarlak masa toplantısıyla başladığımız Perakende Sektörü Projesinde yapılacakların listesi bir hayli uzun.

Bundan sonra yapacağımız çalışmalara toplantının tartışma oturumundaki yorumlar ve ön analizlerimiz yön verecek. Neler yapacağımızı irdelemeden önce, ön tespitlerimizi ortaya koymakta fayda var.

HTM perakendeciliğinin ekonominin birçok aktörünü etkileyen lokomotif bir sektör olmasından dolayı sektördeki dönüşümün etkileri oldukça yoğun hissediliyor. Perakendenin etki alanı düşünüldenden daha da geniş. Tedarik zinciri içindeki kilit rolü dolayısıyla tarıma, HTM tedarikçisi sanayi kuruluşlarına, dağıtım - lojistik kanallarına ve perakendeye hizmet veren birçok sektöre direk etki yapabiliyor. Sadece perakende, tarım ve tedarikçiler hesaba katıldığında 41,1 milyar dolarlık katma değer ve 8,4 milyonluk istihdam büyüklüğüne ulaşıyor. Bu da toplam üretimin % 20'si, istihdamın % 39'u anlamına geliyor. Diğer sektörlerle olan etkileri de düşünüldüğünde etki alanı çok daha büyük.



Perakende sektöründeki dönüşüm paydaşlar arasında kaybedenler ve kazanlar yaratmanın dışında ekonominin geneline de etki ediyor. Verimlilik artışları, görelî fiyat düşüşleri, kayıtdışılığın azaltılması ve ürün - servis kalitesindeki artış perakendecilik dönüşümünün etkileri olarak ön plana çıkıyor.

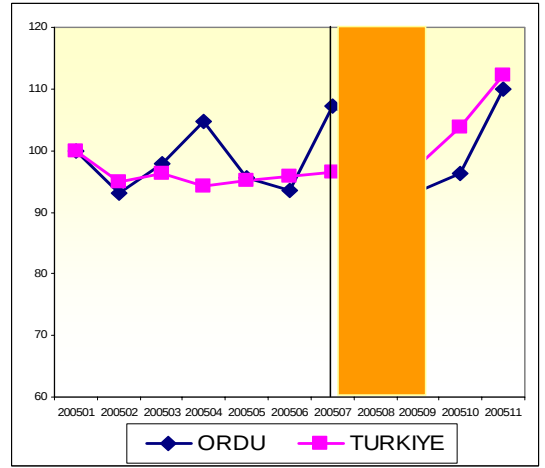
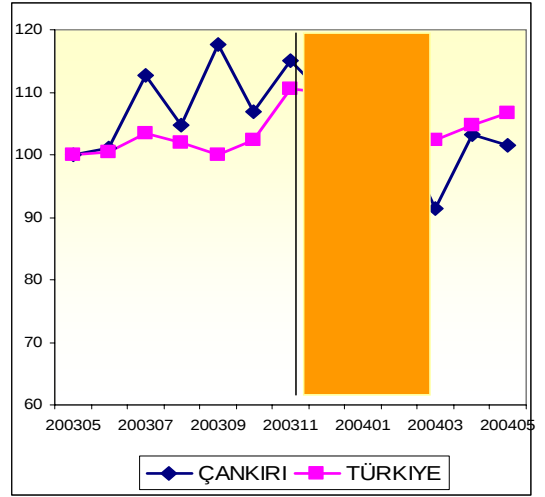
Sektördeki dönüşümün fiyat seviyeleri üzerindeki etkisine daha ayrıntılı bakmakta fayda var. Son yıllarda perakende sektöründeki dönüşümün hızlanmasıyla birlikte TÜFE ile Gıda Ürünleri Fiyat Endeksi arasındaki makasın açıldığı gözlemlenebiliyor.

Bir bölgede modern bir hipermarket açıldığında bölgesel fiyat artışları ile genel fiyat artışlarının nasıl farklılaştığı ise dönüşümün etkilerini izleyebildiğimiz diğer bir gösterge olarak ön plana çıkıyor.

Kasım 2003'te Çankırı'da ilk hipermarket olan Yimpaş açıldıktan sonra, Türkiye ortalamasının üstünde seyreden bölgesel enflasyon oranları hızla Türkiye ortalamasının altına iniyor. İlk üç aydan sonra bölgesel enflasyondaki azalış hızını kaybetse de, Türkiye ortalamasının altındaki seyrini sürdürmeye devam ediyor.

Benzer bir seyri Temmuz 2005'te Fiskomar'ın açılmasından sonra Ordu'da da izleyebilmek mümkün. Genel olarak Türkiye ortalamasının üstünde seyreden bölgesel enflasyon hipermarketin açılmasından sonra hızla ortalamasının altına düşüyor ve o seviyelerde seyrini sürdürüyor.

Daha önce de belirttiğimiz gibi perakende sektöründeki dönüşüm birçok sektörü ve makroekonomik reformların başarısını doğrudan etkiliyor.



Projenin bundan sonraki aşamasında sektördeki tüm veri kaynakları bir araya getirerek sektörün dinamiklerinin ortaya koymayı; daha sonra da buradan ortaya çıkacak göstergelerden ve sektörün oyuncularının görüşlerinden faydalanarak politika önerileri geliştirilmeyi planlıyoruz. Aşağıdaki sorular projenin sonunda cevabı bulunacak sorulardan sadece birkaçı:

- Fiskomar gibi yerel organize perakendecileri önümüzdeki dönemde neler bekliyor? Sektördeki yoğunlaşma artışı devam edecek mi?
- Perakendecilikteki dönüşüm hangi bölgelerde daha yoğun yaşanıyor? Bölgeler arası modernleşme farklılıkları önümüzdeki dönemde ne getirecek?
- Geleneksel perakendecilerin yeni döneme intibakı için neler yapılabilir? Satın alım gücünü, finansmana erişimini artıracak önlemler alınabilir mi? Dükkânlarını kapatmak zorunda kalanlar başka sektörlere yönlendirilebilir mi?
- Perakendecilerin tedarikçiler ve üreticiler üzerindeki gücü nasıl bir seyir izleyecek? Üreticileri böyle bir durumda neler bekliyor? Bu ilişkiyi düzenleyen yasal çerçevede bir eksiklik var mı? Perakendeci – Tedarikçi ilişkileri nasıl düzenlenebilir? Bu düzenlemeler genel ekonomiye nasıl etki yapar?