

Perakendecilik Sektörüne Genel Bakış

Şebnem BORAN

Perakendecilik sektörü günümüzde yeni boyutlar kazanırken, büyük mağazaların perakende ticaretteki payları hızla artıyor.

1996 yılında Türkiye genelinde 41 adet olan hipermarket sayısı geçen on yılda 160'a, 1275 adet olan süpermarket sayısı ise 5545'e ulaştı.

37'si İstanbul, 13'ü Ankara, 8'i İzmir'de olmak üzere faaliyete geçen çok amaçlı bölgesel alışveriş merkezlerinin sayısı ise 70'i aştı.

Aynı dönemde, sadece bakkal ve küçük marketlerin toplam sayısı da yüzde 23 azalarak 175.121'den 135.473'e geriledi.¹



1990'lardan itibaren Türkiye organize perakende piyasasında sırasıyla Migros, Tansaş, Gima, Carrefoursa, Metro, Real, Tesco-Kipa ve BIM; ana gıda perakende zincirlerini oluşturdu.

Migros ve Gima haricinde bu firmaların çoğunluğunun Türkiye'de yeni yeni ortaya çıkması sektördeki hızlı değişime örnek.

Aslında, ülke olarak hipermarket oluşumlarına hazırlıksız yakalandık.

Sayıları büyük bir hızla artan hipermarketler, her sokağa girdi.

Hatta 100'er metre arayla 3 market zincirinin bir arada bulunduğu sokaklar bulunuyor.

Hipermarketler perakendecilik piyasasındaki paylarını da hızla arttırmaktalar.

Günümüzde 60 milyar dolarlık perakende pazarının 20 milyar dolarlık kısmını, diğer bir ifadeyle toplam pazarın yüzde 33'ünü oluşturuyorlar.



Ayrıca pek çok firmanın; gelecekte, kişi başına düşen gelir seviyesi arttığında ve pazarımız daha cazip hale geldiğinde, ülkemizde market zincirleri kurmayı planladığı, yanısıra 2008 sonuna kadar 37 tane daha hipermarketin de ülkemizde yatırım yapacağı yönünde haberler basında yer alıyor.

¹ AC Nielsen-Türkiye verileri, 2005; AMPD üye listesi, 2006.

Ülkemizde büyük mağazacılık; iş merkezleri ve büyük mağazaların kuruluşu için önceden yer ayrılmamış olması nedeniyle büyük mağazacılık, faaliyetine elverişli olmayan arsalarda yapılıyor.

Büyük mağazaların hiçbir standarda tabi olmaksızın bu şekilde faaliyette bulunmaları beraberinde bize bazı sorunlar getiriyor.

İlk etapta tüketicilerin hipermarketlerde alternatif marka ve ürünleri raflarda görerek kalite ve içerik açısından bu ürünleri birbirleriyle karşılaştırarak en uygun fiyatlarla temin edebilme imkânına kavuştuğu görünse de büyük mağazacılık faaliyetine uygun olmayan mevcut yapılarda faaliyette bulunulması (depreme dayanıklılık, yangın vb durumlarda tahliye imkanlarının bulunmaması), büyük mağazaların yeterli otoparklarının olmaması, akşam saatlerinde yoğunlaşan müşteri yoğunluğu ve araç hareketleri sonucu oluşan trafik karmaşası aslında tüketicileri olumsuz yönde etkiliyor.

Bununla birlikte, hipermarketler arasında yaşanan aşırı rekabet de kaliteyi arttırmıyor aksine azaltıyor.

Dünyada Ar-Ge faaliyetleri ile kalite artırılırken ve rekabet bu yönde olurken; biz de ise hipermarketler üreticiye rakip hipermarkete göre daha düşük fiyata ürünleri kendilerine verilmesini zorlamaları nedeniyle ürünün maliyetini azaltmak için kalitenin düştüğü görülüyor.

Sonuçta tüketiciye bir takım ürünlerde daha kalitesiz mal sunulup, tüketici bu konuda yeterli bilinçlendirilmediği için yanılabiliyor.

Ayrıca hipermarketler; sahip oldukları piyasa hakimiyeti sebebiyle ürünleri kendi markaları ile pazarlama eğilimleri, çok sayıda ve çeşitli adlar altında tedarikçilerinden haksız talepte bulunmaları, çevrelerinde yerleşik çeşitli meslek ve sanat kollarında faaliyette bulunan esnaf ve sanatkarlar ile küçük ve orta boy işletmelerin yapılarının bozulmasına ve ekonomik faaliyetlerini terk etmek zorunda kalmalarına neden oluyor.



Sektörü tamamen terk etmeseler de bu işletmelerin gelir kaynakları yaratılan haksız rekabetten dolayı azalıyor.

Tedarikçilere de ödemeleri zamanında yapmadıklarından zaten zor durumda olan esnafın durumu daha da kötüleşiyor.

Bütün bu sorunların önüne geçilmesi için sektörün en büyük beklentisi Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan 24 Şubat 2006 tarihinde Başbakanlığa sunulan ve yasalaşması beklenen "Büyük Mağazalar Kanunu Tasarısı Taslağı".

Taslağın temel amacı, perakendeciliği dolayısıyla büyük mağazacılık alanını düzenlemek, yaratılan haksız rekabeti bir an önce durdurmak.



Taslakta “Anayasanın 173 üncü maddesinde yer alan ‘Devlet esnaf ve sanatkarı koruyucu ve destekleyici tedbirler alır.’ hükmü ile Devlete esnaf ve sanatkarları koruyucu ve destekleyici düzenlemeler yapma ve gerekli tedbirler alma görevi verilmiştir”, tespitiyle bu kanunun çıkmasının gerekliliği vurgulanıyor.

Tasarıda girişimcinin, esnaf-sanatkârın, KOBİ'lerin ve tüketicilerin korunmasını içeren ve büyük mağazacılık alanını düzenleme amaçlanırken, kanunların genel ve objektif olması gerektiği prensibinden hareketle, demokratik katılım mekanizmalarının açık tutulduğu belirtilerek, bütün tarafların menfaatleri gözetilerek düzenleme yapılmış durumda.

Tasarıda da belirtildiği gibi sektördeki sorunların çözümü için; hipermarketlerin ortadan kaldırılmasını değil, sadece aynı rekabet koşullarının olduğu bir yapılanma bekliyoruz.

Bu hususta; büyük mağazaları şehir dışına çıkarmak ya da haftanın belirli günlerinde kapalı olmasını sağlamanın yani sıra aralarında belirli mesafeler olması ve bir semtte veya bölgede açılmış bir mağaza var ise o kesimde artık yeni, aynı tür bir mağazaya izin verilmemesinin olumlu olacağını düşünüyoruz.

Tedbir alınmadığı, kuralların oluşturulmadığı ve global oyuncuların rekabeti ile başa çıkacak perakende işletmeleri ortaya çıkmadığı takdirde, yaşanan global tehlikenin, kısa gelecekte kuyumculuktan, mobilya perakendeciliğine, konfeksiyondan, araba kiralama kadar, tüm perakende dallarında kendini göstereceğini; sorunun şimdilik küçük esnafın problemi olarak görünse de, gelecekte bu problemin ülkenin problemi olabileceğini tahmin ediyoruz.



Aynı zamanda, Avrupa Birliği Rekabet Hukukunda büyük mağaza ve hipermarket çizgisinde hiçbir işletmenin rakiplerini yok edecek kadar güçlü olmasına izin verilmemektedir.

Büyük mağazacılık gelişim sürecinde yaşanan sorunlar gelişmiş ülkelerde hukuki düzenlemelerle giderilmektedir.

Bu yüzden biz de Başbakanlığa sunulan fakat bir türlü yasalaşamayan tasarının kabul edilmesiyle birlikte sektördeki problemleri çözümlenmeyi hedefliyoruz.

Perakende alanlarındaki küçük ya da büyük tüm işletmelerin, gelişmiş ülkelerdeki yeni çalışma biçimlerini araştırmaları ve oluşabilecek rekabet için hazırlanmalarını bekliyoruz.

Sonuç olarak sektörün problemlerinin çözümlenmesi için;

- ❖ Sanayi Ticaret Bakanlığı tarafından Başbakanlığa gönderilen Kanun Taslağı'nın bir an önce yasalaşmasını,



- ❖ Yasanın yürütülmesini sağlayacak ve detayları düzenleyecek yönetmeliklerin, ilgili kesimlerin katılımıyla kısa bir sürede hazırlanmasını,
- ❖ Rekabeti Koruma Kurulu'nun kuruluş izinlerinin verilmesi sürecine dâhil edilmesini,
- ❖ Karar verme ve raporların hazırlanması süreçlerine meslek birlikleri ve meslek odalarının dâhil edilmesini,
- ❖ Genellikle esnaf ve sanatkârların faaliyet alanlarını oluşturan geleneksel iş kollarının korunmasını,
- ❖ Büyük mağazaların denetimlerinin etkinleştirilmesini,
- ❖ Büyük mağazaların kuruluş esası, şehir dokusuna ve kentsel işleyişe uygun olarak belirlenmesini,
- ❖ Büyük mağazalar konusunda ilgili kesimler arasında perakendecilik sektörünün geleceği üzerine uzlaşma sağlanmasını
- ❖ Büyük mağazaların faaliyetleri sürecinde tüketici haklarının gözetilmesini,
- ❖ Esnaf ve sanatkârların istihdam yaratma kapasiteleri gözardı edilmemesini,

istiyoruz.

Bütün bu değindiğimiz çözümler Büyük Mağazalar Kanunu Tasarısı Taslağının yasalaşmasında birleştiğinden, artık taslağın bu Hükümet Döneminde kabul edilmesini umut ediyoruz.

Yasanın en çok çıkmasını isteyenler olarak inanıyoruz ki; önümüzdeki günlerde yasa çıkacak, böylelikle yaratılmış olan haksız rekabet nihayet sona erecek ve sektör tüm tarafların menfaatlerinin korunduğu bir sektör haline gelecek.

Kaynaklar:

- İzmir Esnaf ve Sanatkar Odaları Birliği, "Büyük Mağazaların Ekonomik ve Sosyal Yaşama Etkileri" Panel Sonuç Bildirgesi, <http://www.iesob.org.tr>, 08.01.2007
- T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, "Büyük Mağazalar Kanunu Tasarısı Taslağı", <http://www.sanayi.gov.tr/webedit/gozlem.aspx?sayfaNo=2799>, 09.01.2007