

Hızlı Tüketim Ürünleri Perakendeciliğinde Dönüşüm ve Sektörün Geleceği

Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
www.tepav.org.tr

Türkiye'de Yapısal Dönüşüm ve Perakende Sektörü

Güven Sak

Ankara, 29 Aralık 2005

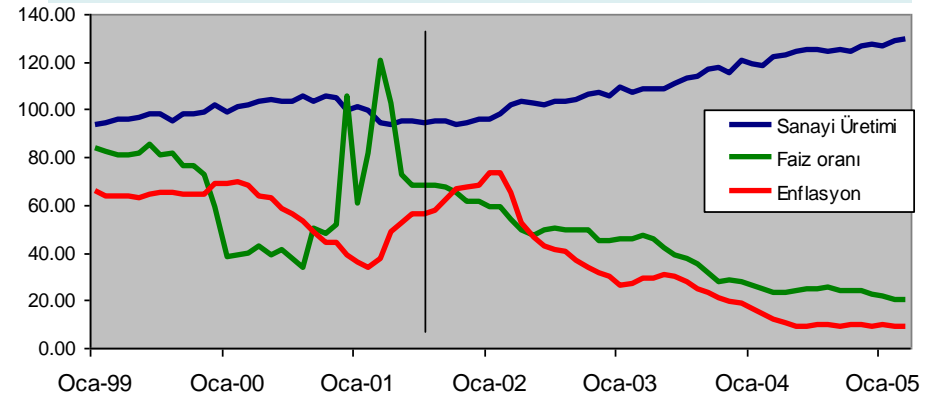
Gündem

- Ekonomide yeni trendler
- Neden perakendecilik?
- Perakendecilik sektöründe dönüşümün ana hatları
- Başka ülkelerdeki dönüşüm örneklerinden notlar
- Perakendecilikte dönüşümün etkileri
- Doğru yapılanma için tartışılması gerekenler

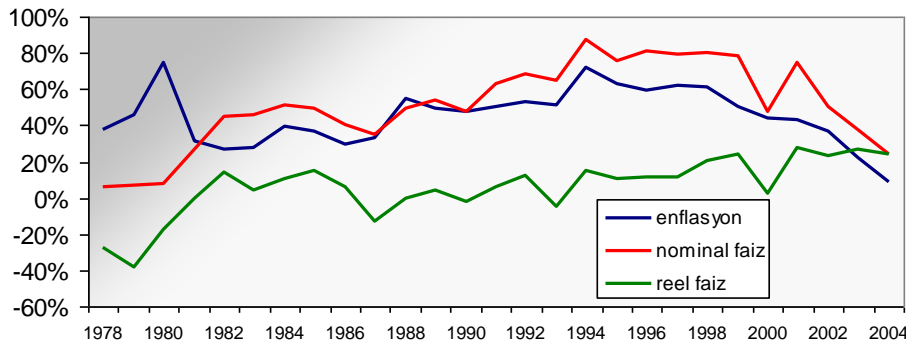
Ekonomide yeni trendler

- Enflasyonda düşüş
- Faizlerde düşüş
- Verimlilik artışlarına dayanan ama istihdam yaratmayan büyüme
- Sosyal sürdürülebilirlik

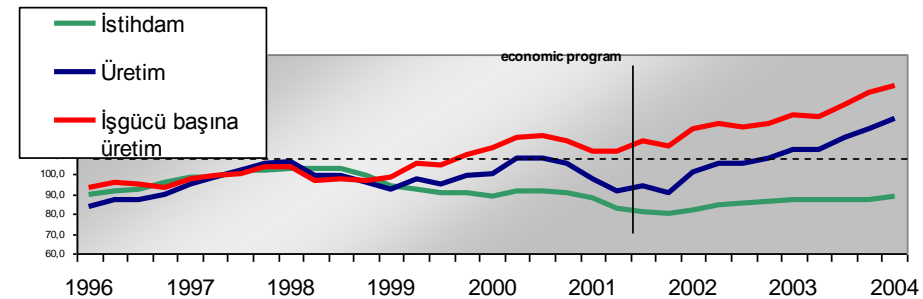
Enflasyonsuz büyüme



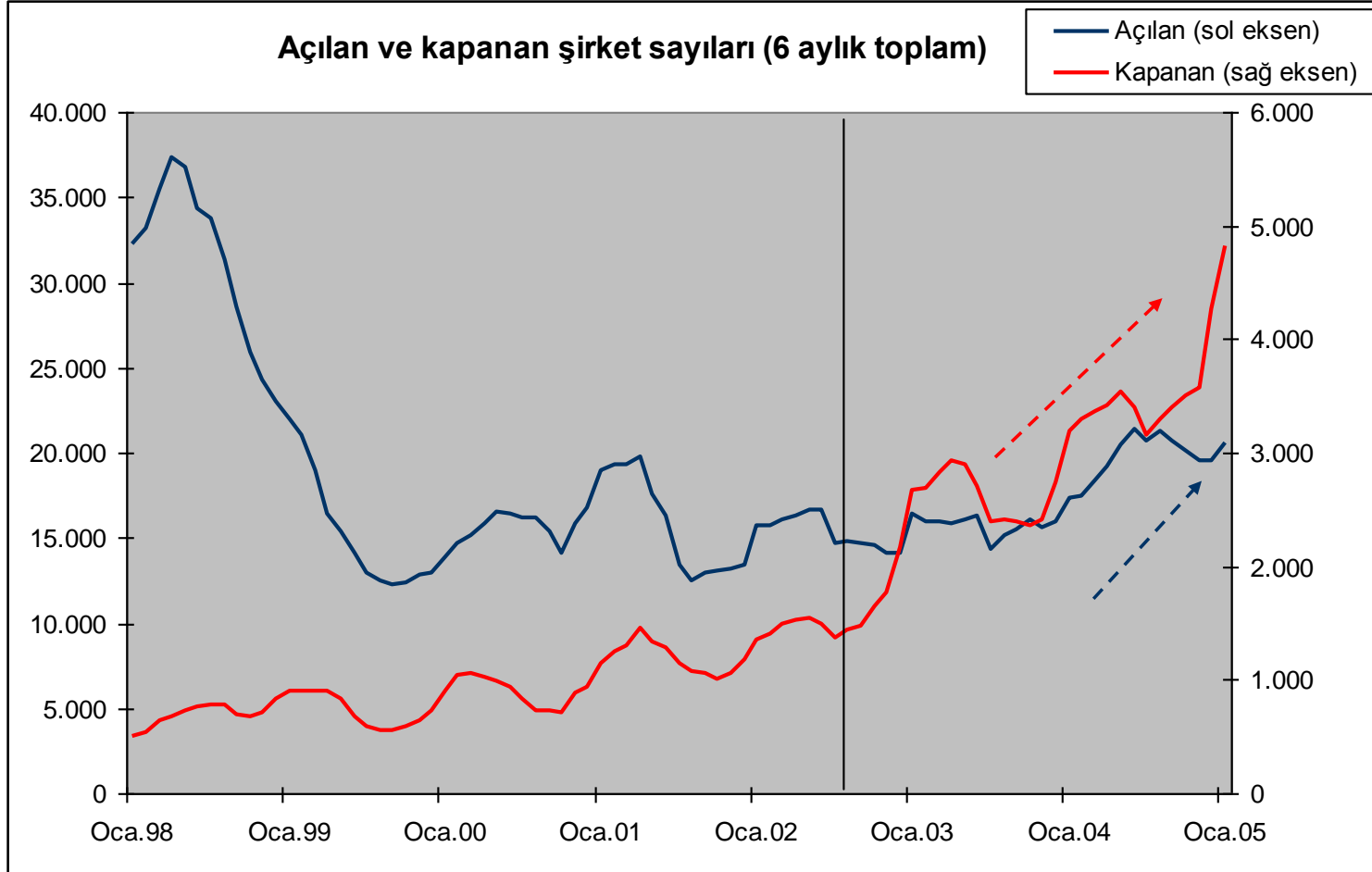
Enflasyon ve faiz oranları



Verimlilik ve istihdam



Şirketler kesiminde "yaratıcı yıkım"



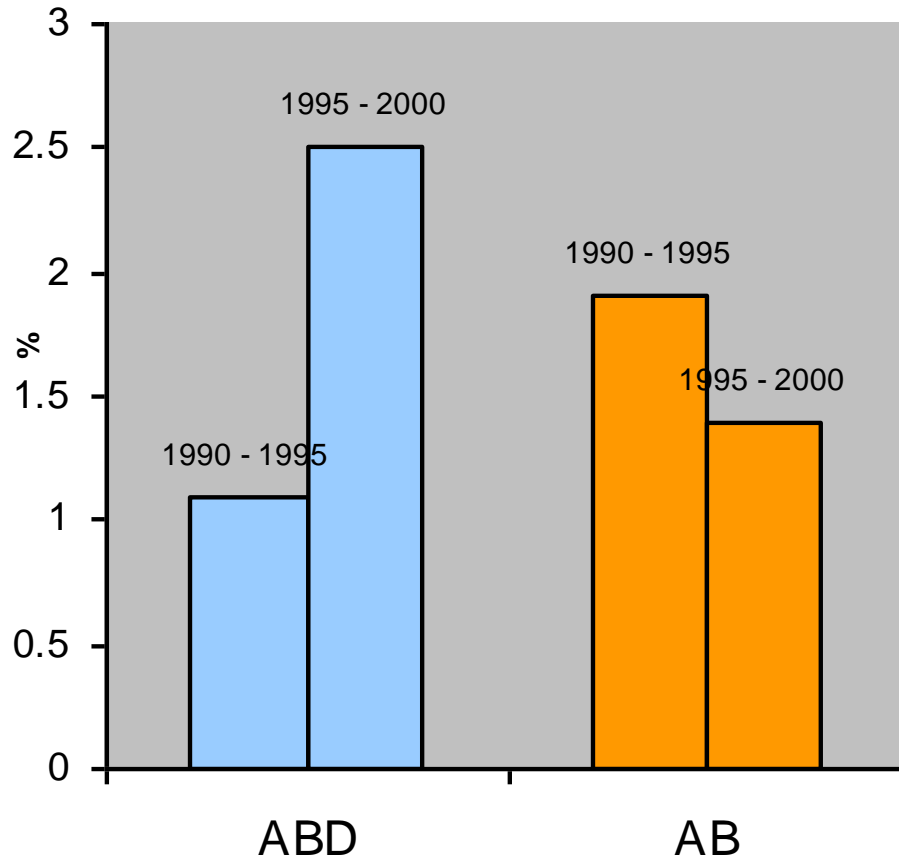
Kaynak: DİE

Ekonomik gündem

- Ekonomik büyüme verimlilik artışlarının sürdürülebilirliğine bağlı:
 - Şirketler kesiminde gelenekselden moderne geçiş: yaratıcı yıkım
 - Modernleşmeyi destekleyecek doğrudan yabancı yatırımlar
 - Bankacılık sisteminin kredi desteği ve finansmana ulaşım
 - Dönüşümde kaybedenleri destekleyecek politikalar
- Şirketler kesiminin ortamı değiştirmeye yönelik reform politikalarına ihtiyacı:
 - İş yapmayı kolaylaştıracak
 - Verimlilik artışlarını hızlandıracak

Verimlilik Artışları ve Hizmetler (1)

Amerika ve Avrupa'da Verimlilik Artışları

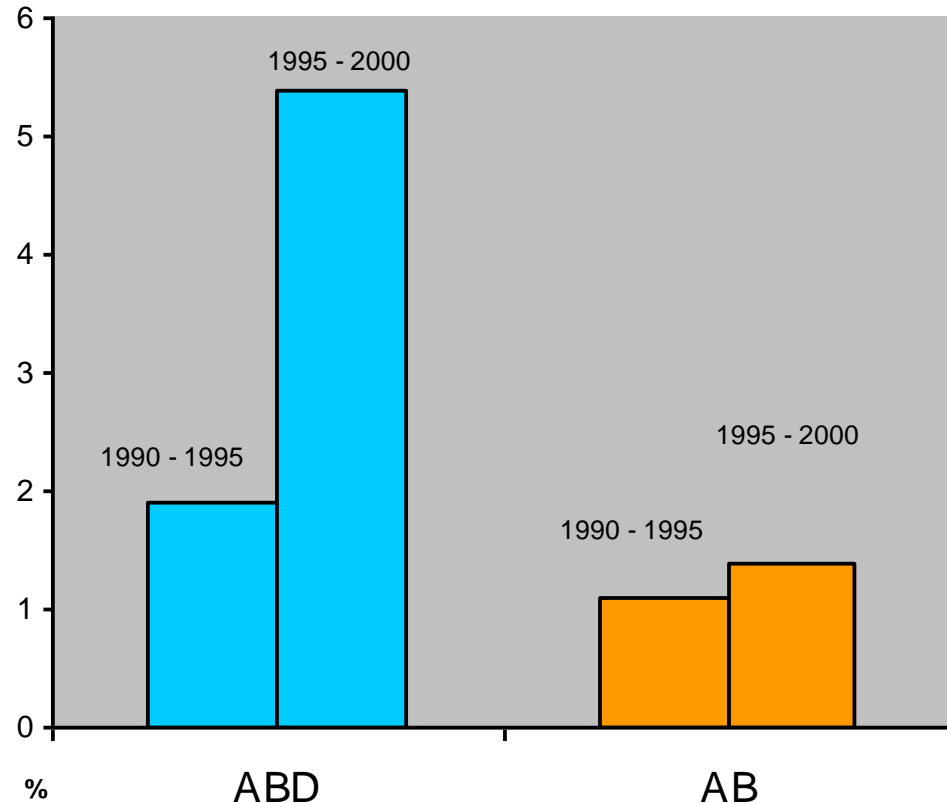


- AB'nin 1995-2000 döneminde verimlilik artışları ABD'nin altında kaldı.
- Farklılığın en önemli nedeni: hizmetler sektöründe bilişime yapılan yatırımlar

Verimlilik Artışları ve Hizmetler (2)

- Yoğun BT kullanan sektörler:
 - perakende
 - ulaştırma
 - enerji
- Bu sektörlerin performansı verimlilik ve büyüme için önemli!
- Etkin bir sanayi politikası kurgulayabilmek için hizmetler sektöründeki dönüşüm ve serbestleşmeyi yakından takip etmek gerekiyor.

BT Kullanan Hizmetler Sektöründe Verimlilik Artışları



Neden perakende?

- HTM perakendeciliği: en hızlı dönüşüm!
- Ekonominin tümünün verimliliği için çok önemli!
- Emek yoğun bir sektör:
 - Sıkıntımız istihdam yaratmak!!!
 - Özellikle niteliksiz işgücüne istihdam kapısı
 - İşsizliğin yüksek olduğu gençler, kadınlar gibi kesimlerin istihdamı kolay
- İkili yapının en güzel örneklerinden biri:
 - Modern
 - Geleneksel

Dahası görüldüğünden önemli bir sektör!!!

- Perakende – Toptan Ticaret
 - Yarattığı katma değer 6,7 milyar dolar
 - 690 bin çalışan
- Tarım
 - Yarattığı katma değer 27,2 milyar dolar
 - Yaklaşık 7,5 milyon çalışan
- HTM Tedarikçileri
 - Yarattığı katma değer 7,2 milyar dolar
 - 203 bin çalışan

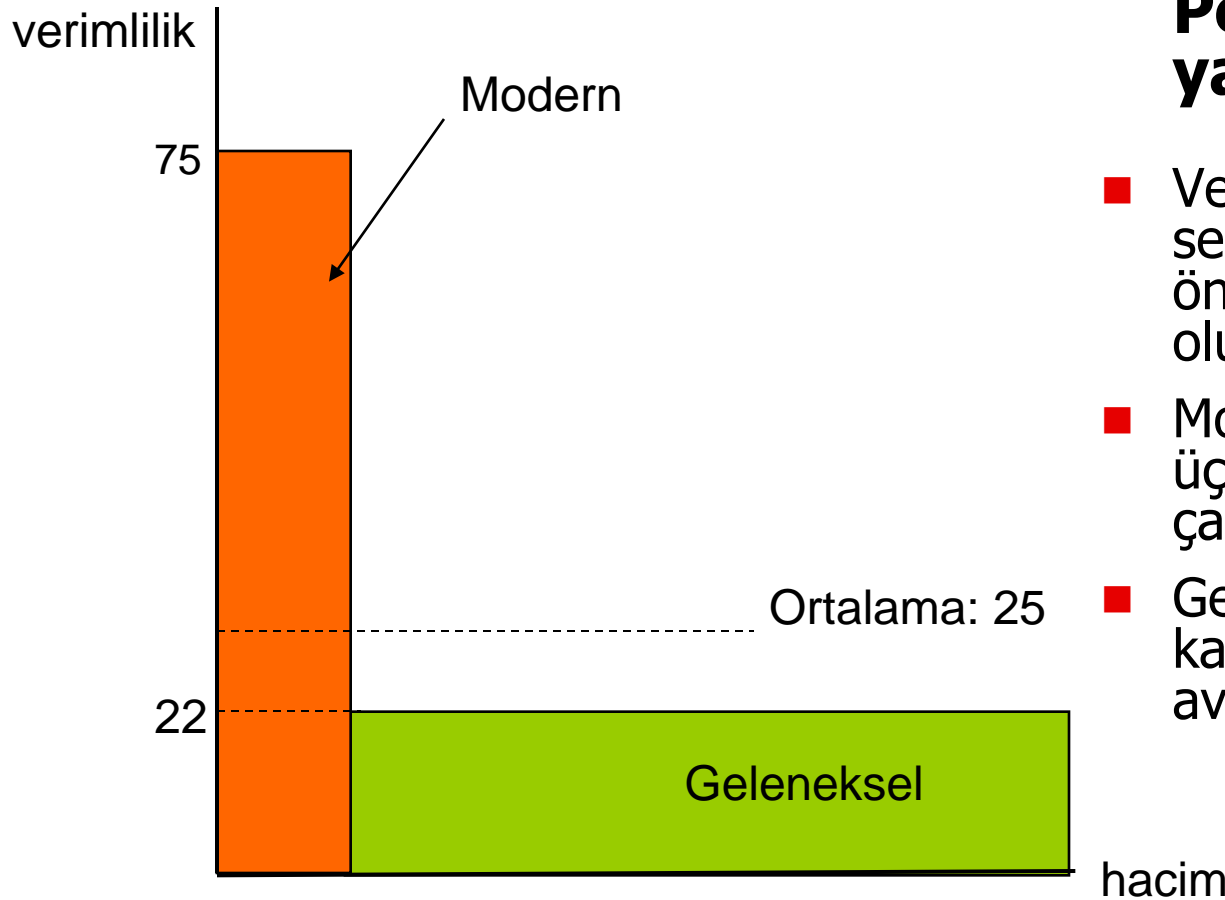
Toplam:

- 41,1 milyar dolar katma değer
 - üretimin %20'si
- Yaklaşık 8,4 milyon çalışan
 - istihdamın 39'u

Verimliliğin önündeki makro engeller ortadan kalktı...

- Enflasyonun düşmesiyle sürekli fiyat ayarlamaya harcanan emek artık başka işlerde kullanılabilir.
- Enflasyonun çarpıtıcı etkisi ortadan kalkınca fiyatların görece seviyesini tüketici talebi doğrultusunda belirlemek kolaylaştı.
- Fiyat artışı beklentisiyle stok yapma dönemi bitti.
- Ekonomik istikrarın yeni yatırım, özellikle de doğrudan yabancı yatırım çekmesini bekliyoruz.
- Rekabetin Kuralları değişiyor, piyasa koşulları verimliliği mecbur kılıyor!!

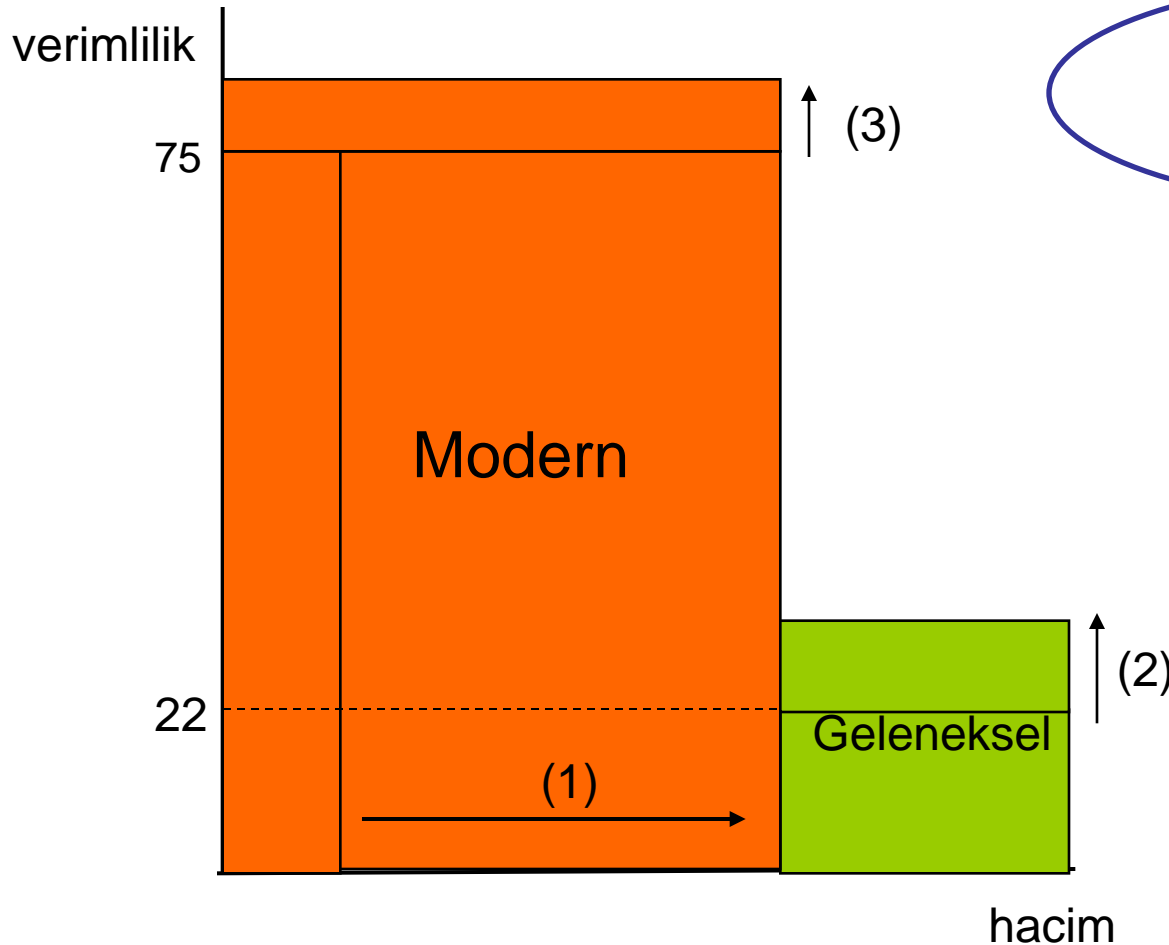
Ama mikro engeller hala var...



Perakendecilikte ikili yapı

- Verimsiz çalışan geleneksel sektör halen istihdamın önemli bölümünü oluşturuyor.
- Modern kesim gelenekselin üç misli daha verimli çalışıyor.
- Geleneksel kesimin hayatta kalabilmesindeki için temel avantajı kayıtdışı çalışması

Perakendecilik sektöründe verimlilik artışının kaynakları



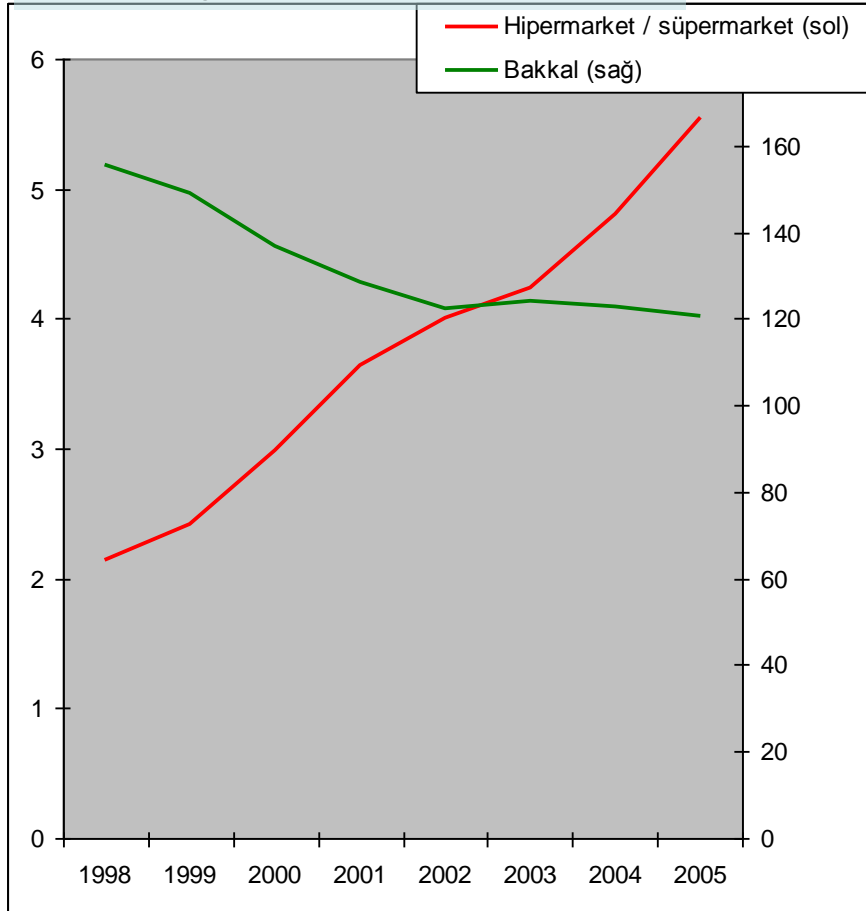
1. Modern sektörün genişlemesi

2. Geleneksel sektörün modern sektörle rekabet edebilmek için verimliliğini arttırması

3. Modern sektörde verimlilik artışı

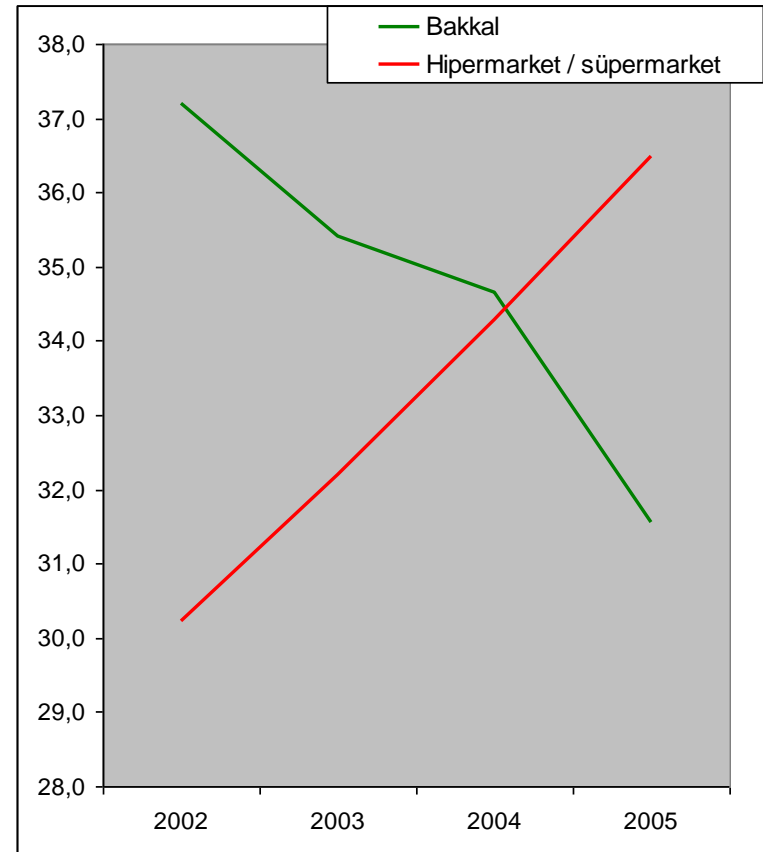
Perakende sektöründe yaratıcı yıkım

Hipermarket / süpermarket ve bakkal sayıları (bin)



Kaynak: AC Nielsen

Hipermarket / süpermarket ve bakkalların HTM pazar payları (%)



Kaynak: HTP

Büyük Marketler Değişik Ürün Gruplarını Satabiliyorlar!

Hipermarket ciro dağılımı

SİGARA	7.6
ÇAMAŞIR DETERJANI	6.3
SIVIYAĞ	5.9
ALKOLLÜ İÇKİLER	4.7
İŞLENMİŞ ET	4.5
GAZLI İÇECEK	4.4
SÜT	3.8
BİSKÜVİ-KEK	3.8
ÇAY	3.6
YOĞURT	3.3

Süpermarket (1000-2499m2) ciro dağılımı

SİGARA	6.6
SIVIYAĞ	5.7
GAZLI İÇECEK	5.5
ALKOLLÜ İÇKİLER	5.1
ÇAMAŞIR DETERJANI	4.8
İŞLENMİŞ ET	4.4
BİSKÜVİ-KEK	4.3
YOĞURT	3.9
SÜT	3.6
ÇAY	3.5

Geleneksellerin cirosunun yarısı sigara !

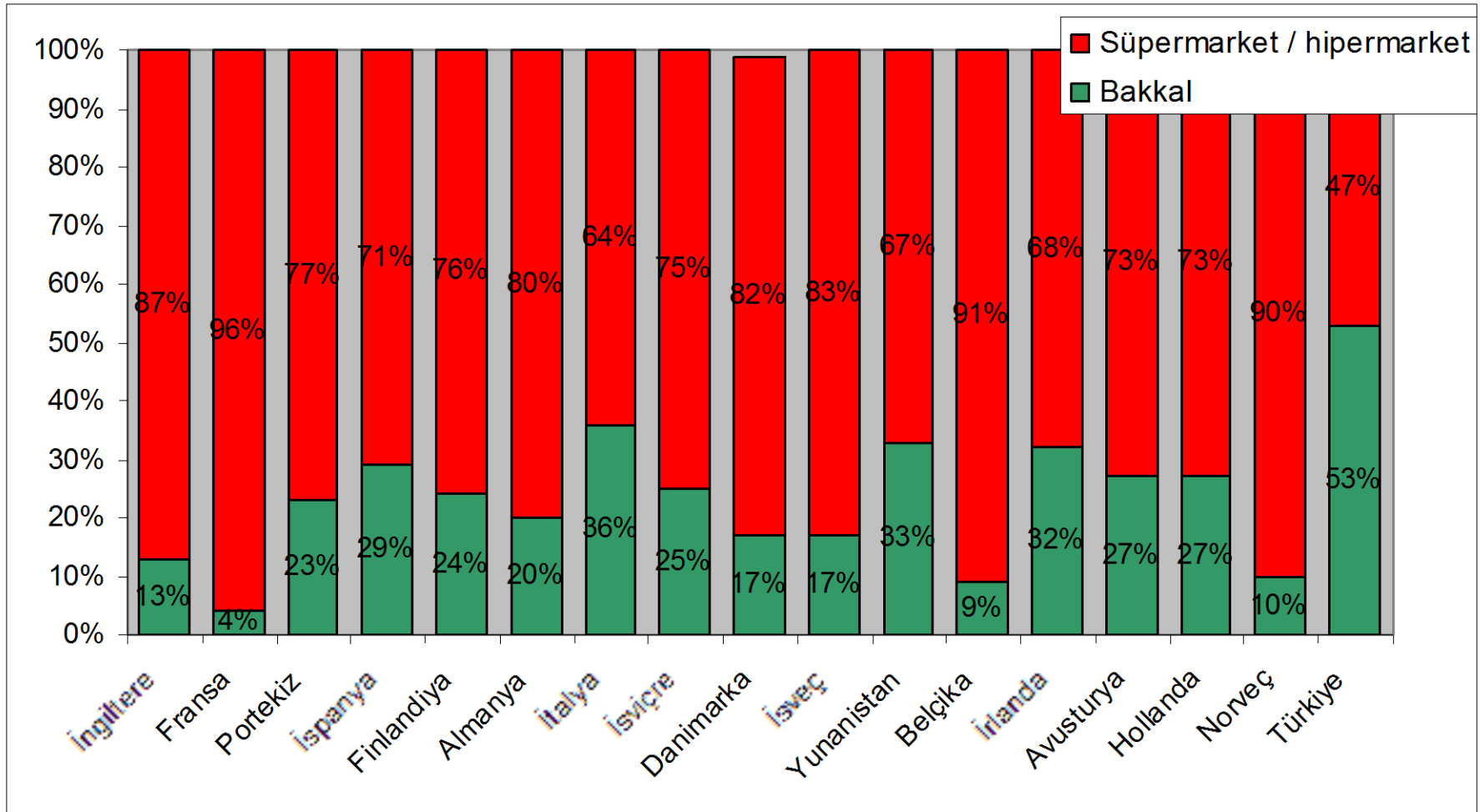
Orta market ciro dağılımı

SİGARA	52.0
GAZLI İÇECEK	5.5
BİSKÜVİ-KEK	4.2
BİRA	4.1
YOĞURT	3.1
ALKOLLÜ İÇKİLER	2.8
SIVIYAĞ	2.1
SÜT	2.0
ÇİKOLATA KAPLAMALAR	1.9
ÇAY	1.9

Bakkal ciro dağılımı

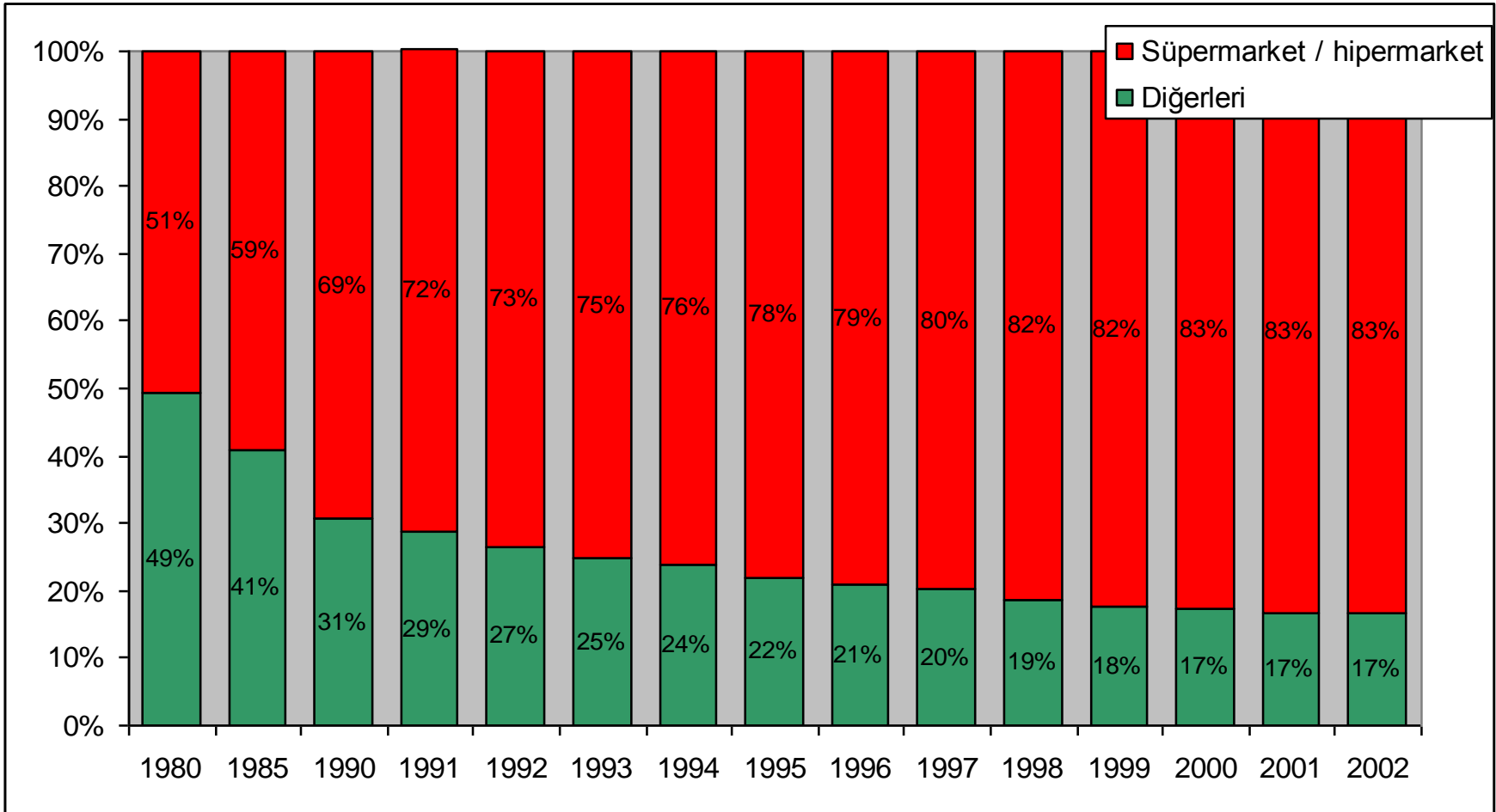
SİGARA	49.9
GAZLI İÇECEK	6.8
BİRA	6.7
ALKOLLÜ İÇKİLER	5.8
BİSKÜVİ-KEK	4.4
ÇİKOLATA KAPLAMALAR	2.2
ÇAY	2.0
YOĞURT	1.9
ÇEREZ	1.9
SIVIYAĞ	1.8

Avrupa ülkelerinde pazar payları



1980'de Avrupa'nın Bulunduğu Noktadayız

Avrupa Birliği'nde hipermarket / süpermarketlerin pazar payı gelişimi

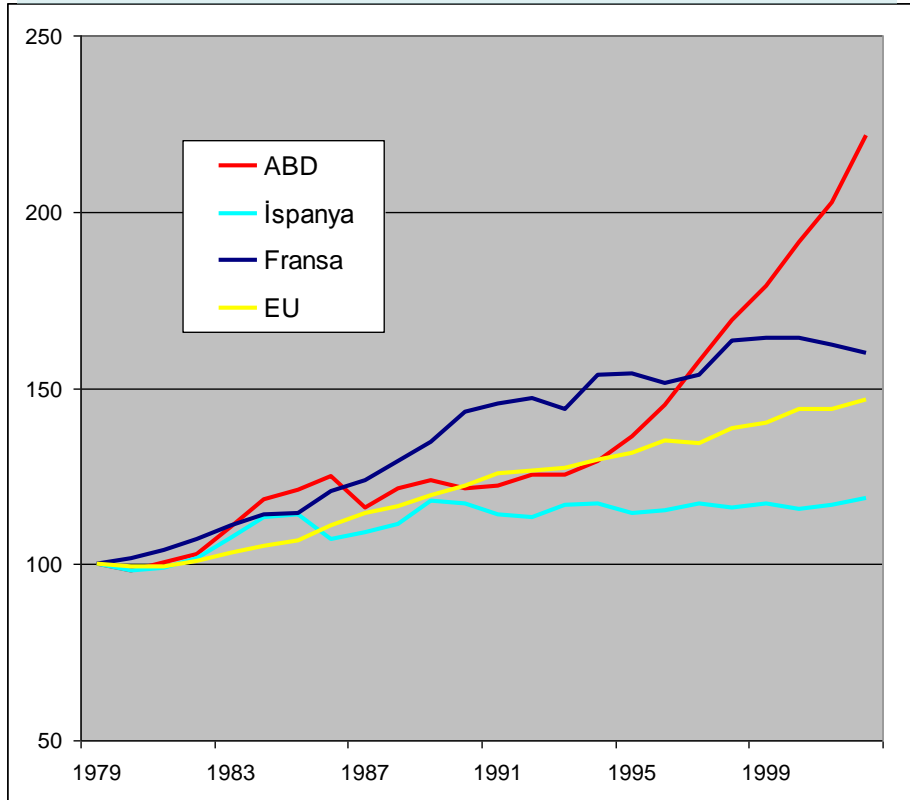


1980'de Avrupa'nın Bulunduğu Noktadayız (2)

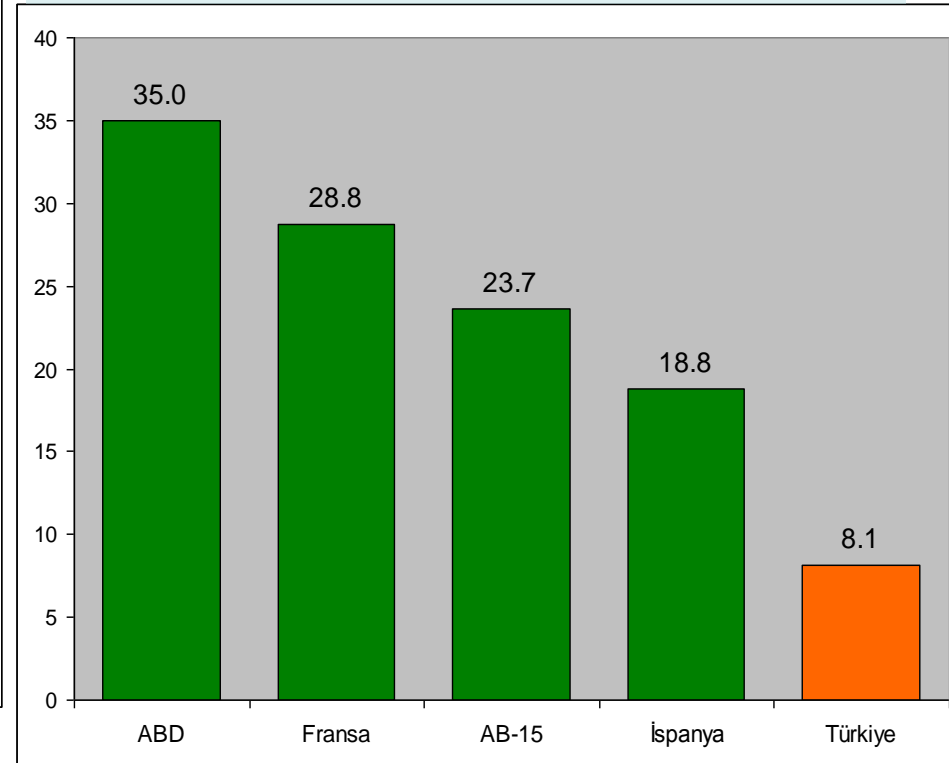
- Türkiye'deki dönüşüm daha yeni başlıyor.
- 15 yılda Türkiye'de de organize olmayan perakendeciler % 20 ciro payına düşebilir.
- Bu da 185 bin organize olmayanın % 50 iş kaybı anlamına gelir.

Dünyadaki trendler ve Türkiye

Perakendecilikte işgücü verimliliğinin gelişimi (1979 = 100)



İşgücü başına katma değer (bin kişiye milyon dolar)



ABD'nin dönüşüm tecrübesinden...

ABD'de perakende işletmelerinde verimlilik gelişimi

		1987		
		en verimsiz %20	en verimli %20	Yeni giren
1997	En verimsiz %20	%12	%5	%60
	En verimli %20	%3	%27	%55
	Çıkan	%70	%39	

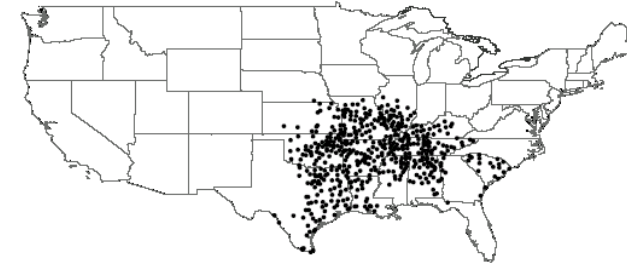
Çıkan firmaların verimlilik düzeyleri ortalamanın %25 altında!

- Büyük firmalar (500+ işçi) küçüklerden (10- işçi) avantajlı:
 - Büyüklerin ortalama verimlilikleri küçüklerden %40 yüksek.
 - Yeni net istihdamın %70'i bu büyüklerce oluşturulmuş.

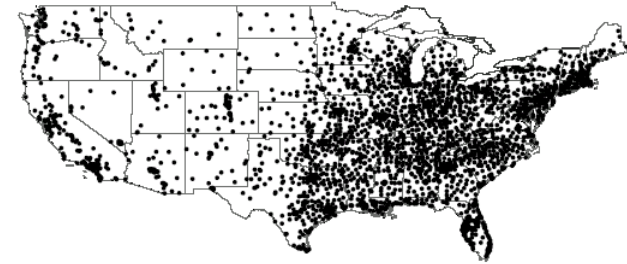
Bir yerleşim yerine WalMart açılınca...

- HTM fiyatlarının genel düzeyi düşüyor:
 - Kısa vadede ortalama %3
 - Uzun vadede ortalama %12 düşüş
 - Düşük gelirli aileler daha çok kazanıyor
- İstihdam artışı:
 - Ortalama +100 yeni iş yaratılıyor
 - 5 yıl içinde kapanan işletmelerde ortalama 50, toptancılarda 20 iş kaybı oluyor
 - Net istihdam: $100 - 50 - 20 = +30$

Walmart 1982:



Walmart 2002:



Perakendecilikteki Dönüşümün Ekonomiye Etkisi

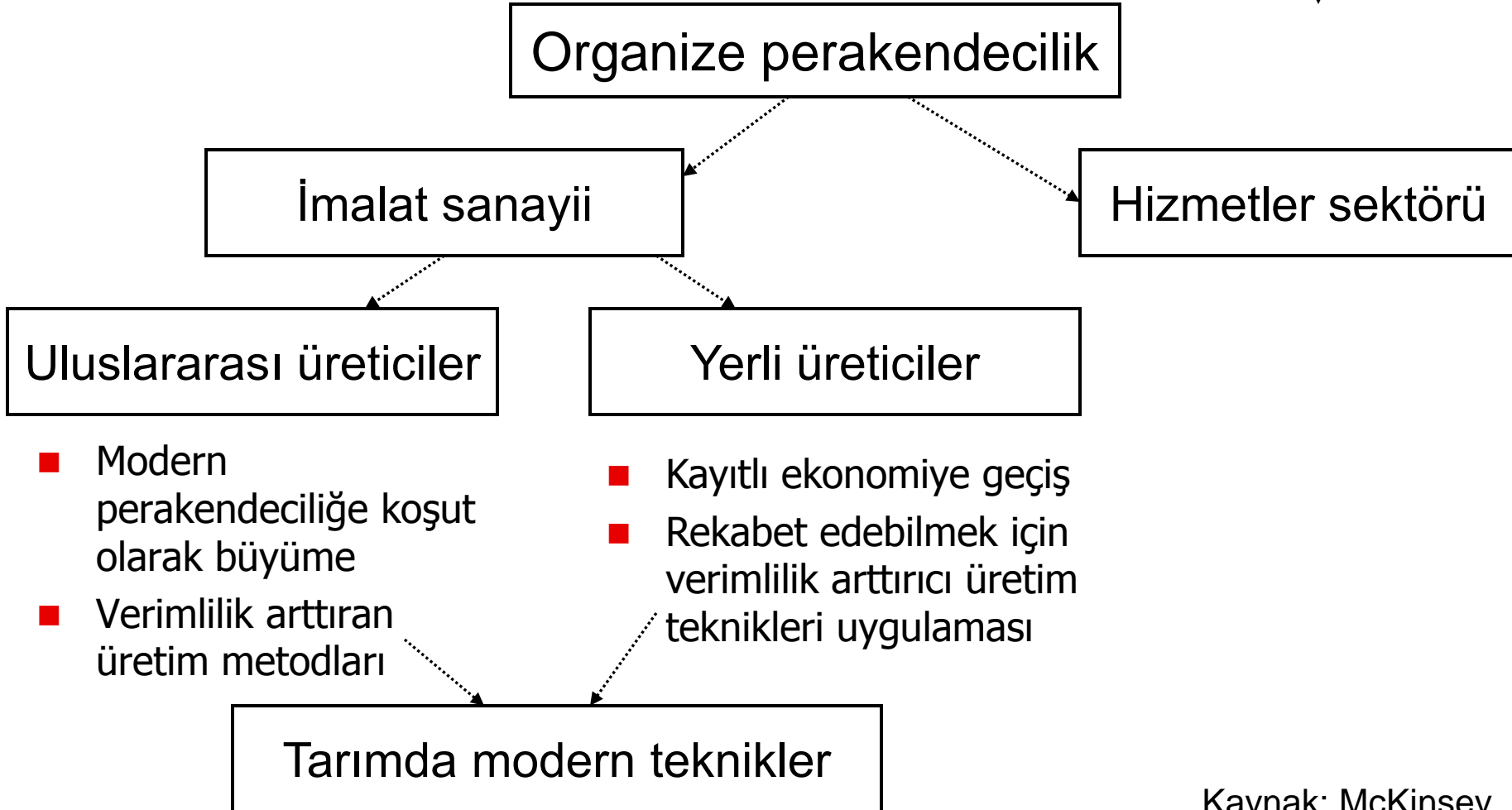
- Verimlilik Artışları
- Göreli Fiyat Düşüşleri
- Kayıtdışılığın Azaltılması
- Ürün ve Servis Kalitesinde Artış
- Rekabet
 - Organize – Geleneksel Perakendeci İlişkisi
 - Organize Perakendeci – Tedarikçi İlişkisi

Neden modern perakendeciler daha verimli?

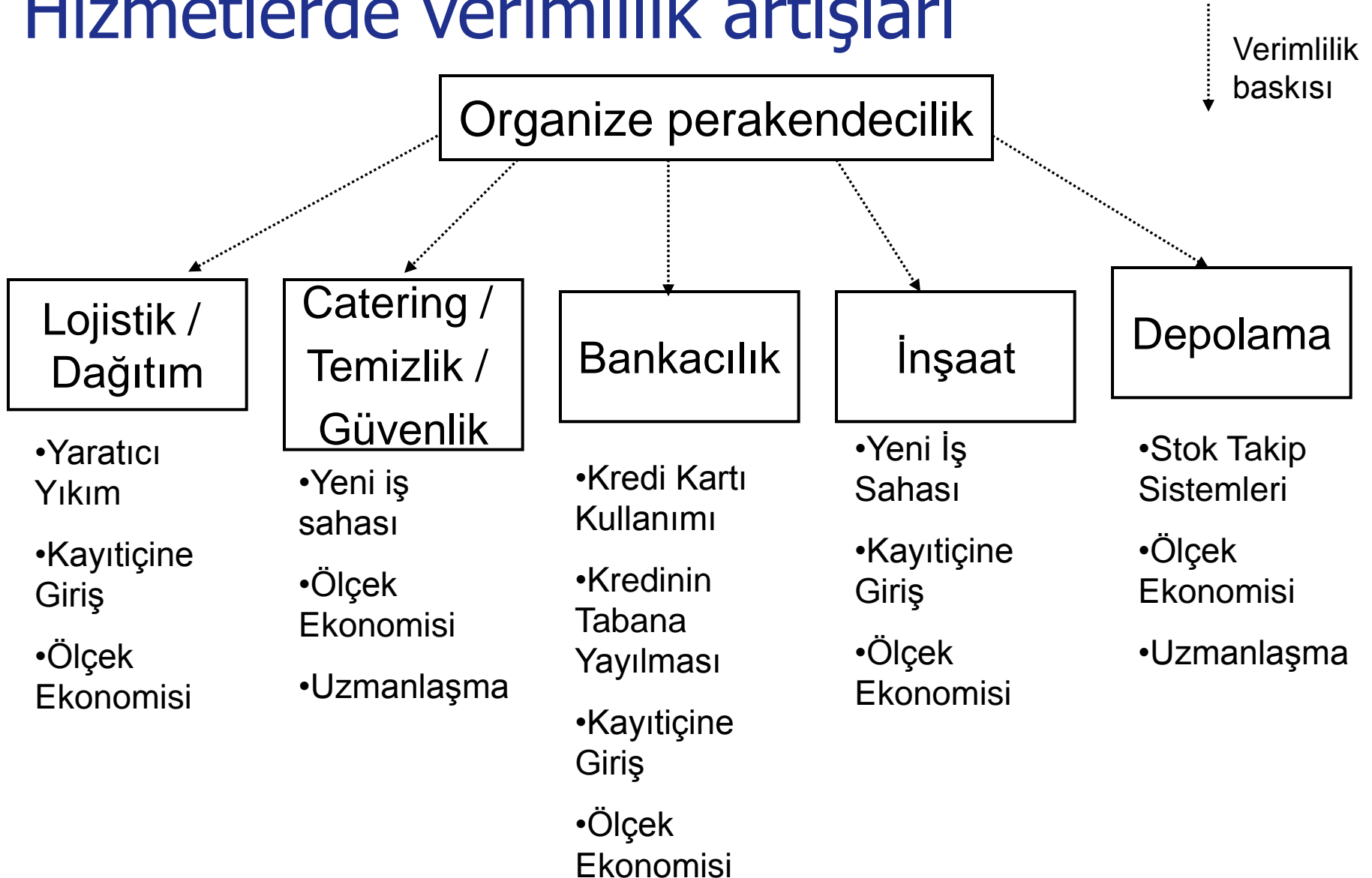
- İleri teknoloji:
 - Barkod teknolojisiyle etkin satış takibi
 - Fiyat değişikliklerinde esneklik
 - Etkin stok yönetimi
- Ölçek
 - Ucuza satın alma şansı
 - Ürün çeşidi
- Daha iyi yönetim becerileri, yabancı sermaye...

Dönüşümün ekonomiye etkileri

Verimlilik
baskısı

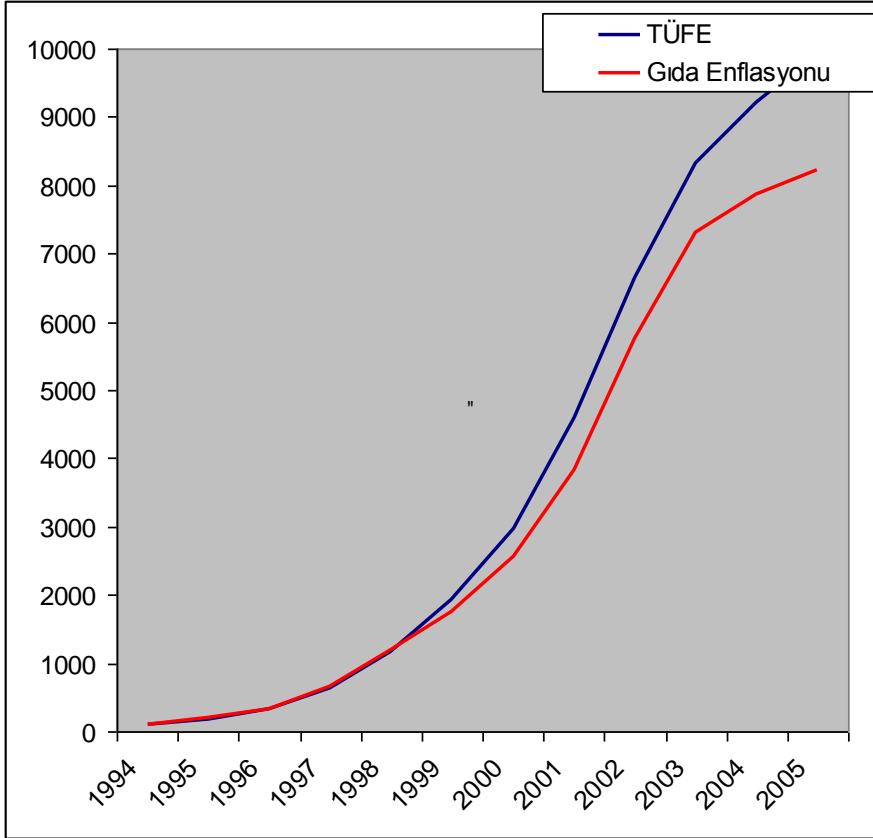


Hizmetlerde verimlilik artışları



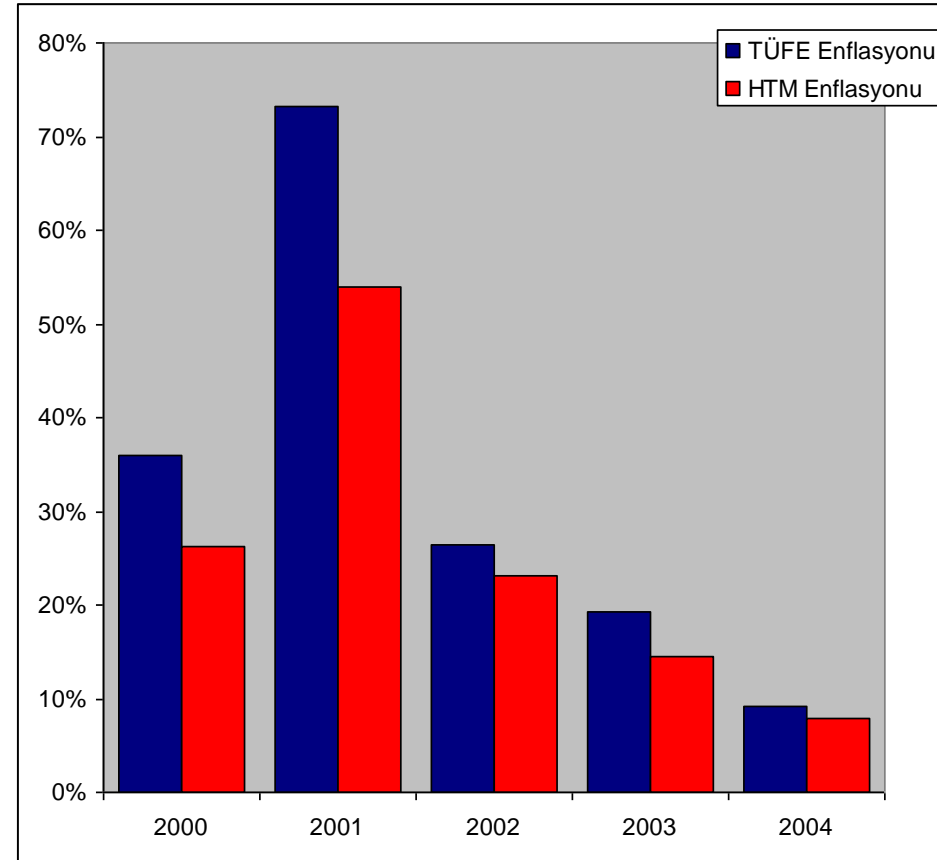
Görelî HTM fiyatları düşüyor!

Tüketici fiyatları, genel endeks ve gıda endeksi (1994 = 100)



Kaynak: TÜİK

TÜFE ve HTP Enflasyonu (1994 = 100)

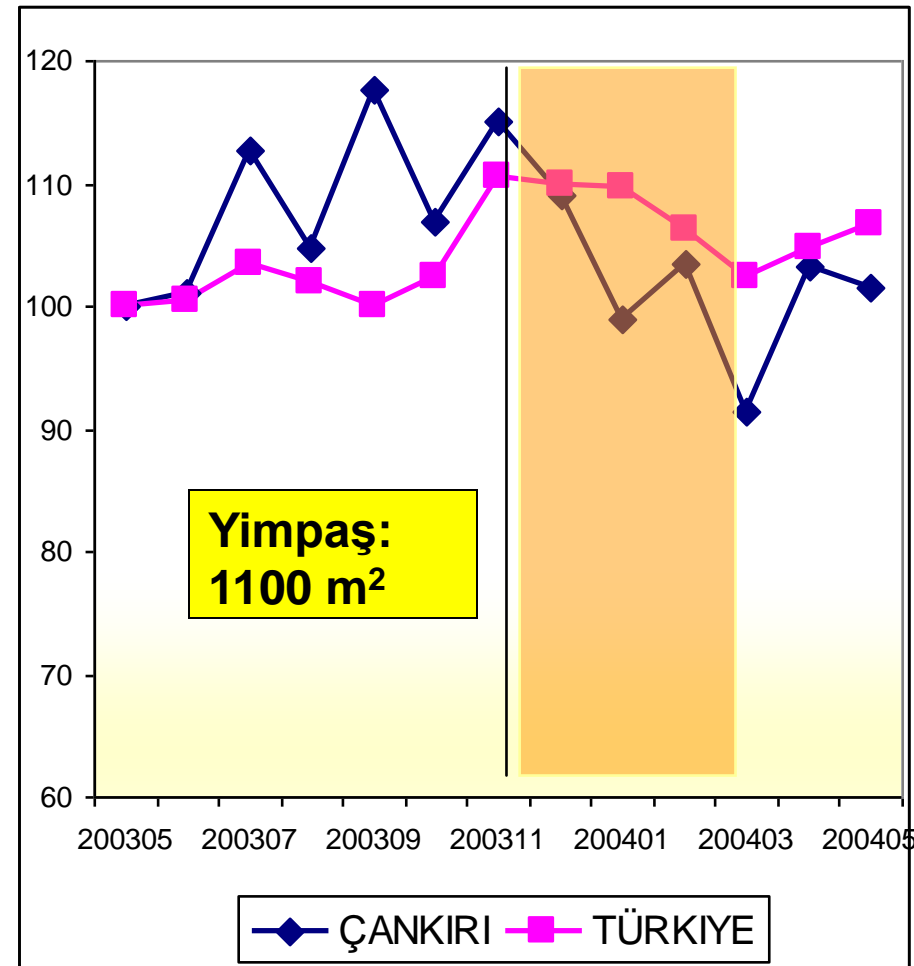
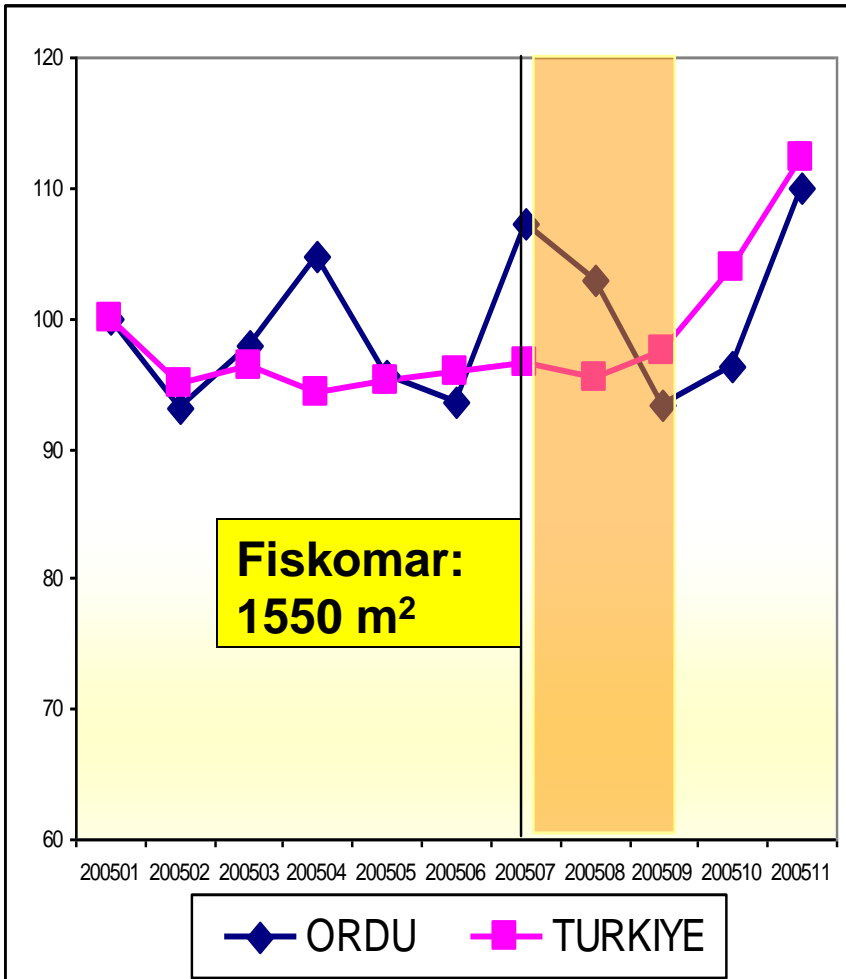


Kaynak: HTP, TÜİK

Hipermarket açılınca neler oluyor!

HTM Fiyat Endeksleri (Ordu, Çankırı, Türkiye)

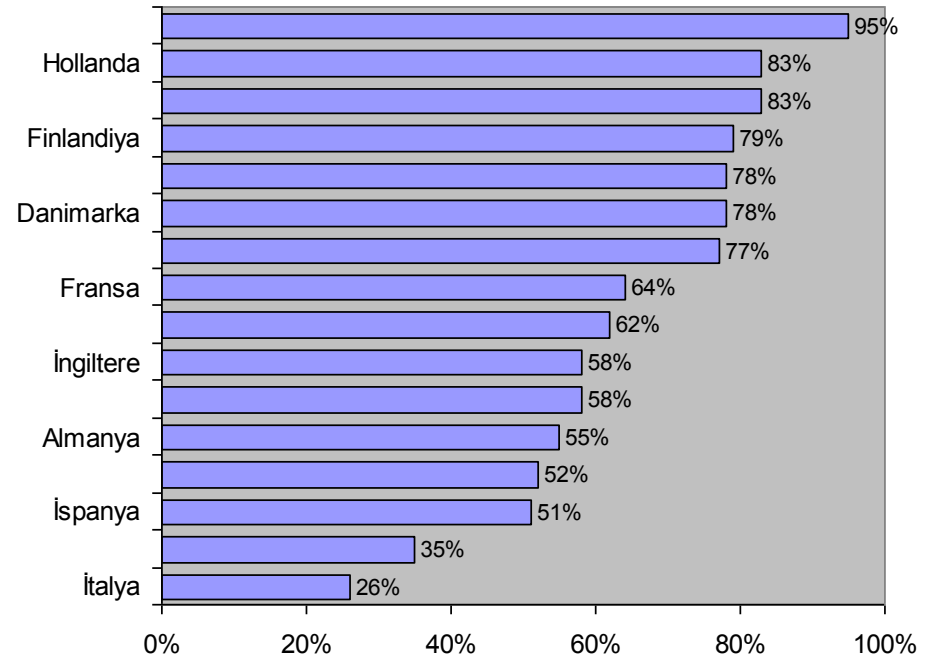
Kaynak: HTP



Gittiğimiz noktada dikkatli olmamız gerekiyor...

- Piyasada rekabetçi yapının bozulması tüketici açısından sakıncalı olabilir:
 - Alım gücü: perakendeci / tedarikçi ilişkileri
 - Yerel pazarlarda tekelleşme

Bazı AB ülkelerinde ilk üç perakendecinin pazar payları:



Kazananlar ve Kaybedenler

	Kazananlar	Kaybedenler
Satış noktaları	Organize zincir mağazalar	Bakkallar
Dağıtım	Distribütörler	Toptancılar
Taşımacılık	Lojistik firmaları	Serbest çalışan kamyon sahipleri
Üretim	Marka ürünler	Kayıtdışı üreticiler (kalitesiz ürünler)

- Tüketiciler de kazanıyor: Fiyatlar düşüyor!!!

Şimdi neler yapabiliriz?

- Dönüşümü olurluna bırakabiliriz!
 - Ağır sosyal sonuçlar!
- Mevcut yasa tasarısı
 - Giriş engeli, verimlilik artışlarını sınırlandırabilir.
 - Modernleşme süreci?
- Yeni politikalar geliştirebiliriz!

Hızlı Tüketim Ürünleri Perakendeciliğinde Dönüşüm ve Sektörün Geleceği

Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
www.tepav.org.tr