



TÜRK SANAYİCİLERİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ

TÜSİAD

YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ÖMER SABANCI'NIN

“ORGANİZE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN TÜRK

EKONOMİSİNDEKİ YERİ” SEMİNERİ

AÇILIŞ KONUŞMASI

**30 Haziran 2006
Ceylan Intercontinental**

TÜSİAD AVRUPA SANAYİ VE İŞVERENLER KONFEDERASYONLARI BİRLİĞİ (UNICE) ÜYESİDİR.

İstanbul : Meşrutiyet Cad. No: 74 Tepebaşı 34420 İstanbul - Türkiye
Ankara : İran Cad. No: 39/4 Gaziosmanpaşa 06700 Ankara - Türkiye
Brüksel : 13, Avenue des Gaulois, 1040 Brussels-Belgium
Washington D.C. : 1250 24th Street, Washington D.C. 20037 - USA
Berlin : Mörkisches Ufer, 28 10179 Berlin-Mitte - Germany
Paris : 12, Rue Godot de Mauroy 75009 Paris - France

Tel: (90-212) 249 19 29
Tel: (90-312) 468 10 11
Tel: (32-2) 736 40 47
Tel: (1-202) 776 77 70
Tel: (49-30) 28 878 6300
Tel: (33-1) 426 516 40

Faks: (90-212) 249 13 50
Faks: (90-312) 428 86 76
Faks: (32-2) 736 39 93
Faks: (1-202) 776 77 71
Faks: (49-30) 28 878 6399
Faks: (33-1) 426 516 99

e-mail: tusiad@tusiad.org
e-mail: ankoffice@tusiad.org
e-mail: bxloffice@tusiad.org
e-mail: usoffice@tusiad-us.org
e-mail: info@tusiad-de.org
e-mail: satan@tusiad.org

web: www.tusiad.org

Sayın Müsteşarım, Saygıdeğer Konuklar ve Değerli Basın Mensupları,

Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği adına hepinizi saygıyla selamlıyorum. “Organize Perakende Sektörünün Türk Ekonomisindeki Yeri” isimli seminerimize hoşgeldiniz.

Bugün ekonomimizin uzun dönemde sahip olmasını arzu ettiğimiz rekabet gücü açısından önemli olan bir sektörümüz üzerine odaklanacağız. Hepinizin bildiği gibi, TÜSİAD olarak geçen sene, ekonomimizin istikrar kazanması ile birlikte uzun dönemde Avrupa Birliği ülkelerinin ortalama gelir seviyelerine yaklaşmamıza imkan verecek bir büyüme stratejisi çalışması başlatmıştık. Bu çalışma çerçevesinde bir dizi makro konuyu ele almıştık. Son günlerde yaşadığımız dalgalanmalar sırasında da, Türkiye’nin yapısal reformlar konusunda başlatmış olduğu süreci genişletmesinin ve derinleştirmesinin önemi üzerinde durmuştuk. Bu süreçte yapılması gerekenlerden birisi de sektörlerin gelişiminin önünün açılması olduğunu düşünüyoruz. Geçen haftalarda yayınlamış olduğumuz telekomünikasyon ve biyoteknoloji raporları ile Türkiye’de büyüme süreci açısından önem taşıdığını düşündüğümüz sektörlerin potansiyellerinin açığa çıkarılması konusundaki görüşlerimizi kamuoyu ile paylaşmıştık. Bu seminerimizle de , tüm dünyada önem taşıyan ve zaman içinde önemli yapısal değişiklikler gösteren bir sektör olan perakende sektörünü ele almayı amaçladık.

Toptan ve perakende ticaret, toplam gayrisafi milli hasıla içindeki %17 payı ile Türk ekonomisinin önemli sektörlerinden birisidir. Sürekli değişen ürün portföyleri ve tüketici eğilimleri ile rekabetin giderek yoğunlaşan baskısı, perakende sektörünü, istihdam olanaklarından tüketici haklarına, kayıtdışı ekonomi ile mücadeleden, verimlilik artışına, küçük ve orta boy işletmelerin desteklenmesinden piyasaların rekabetçi yapısına kadar bir dizi konu itibarıyla mercek altına alınmasını gerektirmektedir.

Teknolojide ve tüketici tercihlerinde meydana gelen hızlı değişim, tüm dünyada perakende sektöründe büyük dönüşümlere yol açıyor. Türkiye’de bu sektöre dönük politikaları belirlerken, bu değişimi iyi anlamak özellikle önem kazanıyor.

Hepinizin çok iyi bildiği gibi bundan 50 sene önce herhangi bir malın üretilmesi, nakliyesi ve pazarlanması bugüne oranla çok daha zahmetliydi. Ürünler bugüne oranla çok daha uzun sürelerde, çok daha az miktarlarda üretilebiliyordu. Ürünlerin nakliyesinin de çok zaman aldığı ve pahalı olduğu bu yıllarda, imalat sanayi altın çağını yaşadı. Ancak üretim teknolojilerindeki gelişim, ürünlerin üretim maliyetlerini düşürürken miktarların da artmasına ve böylece birbirinin neredeyse aynısı çok sayıda ürünün ortaya çıkmasına yol açtı. Artan globalleşmeyle birlikte, üretim birimleri farklı farklı coğrafyalara doğru genişlerken rekabet yoğunlaştı. Hammadde stokları geçen yüzyılın başında iki ila beş ay arasında iken, yüzyılın ortalarında birkaç haftaya indi. Bugün ise, lojistik sektöründeki gelişme bu süreyi artık birkaç saate indirmiş durumda. Bu gelişmeler, perakende sektörünün tüm dünyada büyük bir hızla gelişmesinin yolunu açtı. Perakendecilere, çok sayıdaki ürün arasından satmak istedikleri ürünü seçme ve çok sayıda üretici arasından en iyi fiyat teklifini yapanla anlaşma imkanı sağladı. Bu gelişme ile birlikte, dünyadaki en büyük 250 perakende şirketinin satış hasılatı 2.6 trilyon dolara ulaştı. Tek başına Wal-Mart 256 milyar dolar ile birçok ülkenin milli gelirinden daha büyük bir satış hasılatı yakaladı. Bugün ise, sektörün temel dinamikleri bir kez daha değişim sürecine girmiş durumda. Bu kez, internetin sağladığı imkanlar, gücü tüketiciye geçiriyor. Tüketicinin her satın almak istediği ürün hakkında ulaştığı bilgi ile kazandığı seçim yapma serbestisi, sektörde köklü değişimlere yol açacak nitelikte.

Bu değişimler, perakende sektörünün geleceği için önemli tartışmaları içinde barındırıyor. Türkiye de perakende sektörüne ilişkin politikasını oluştururken, bu tartışmaları yoğun olarak yaşamak durumunda. Ancak, sektör uzmanları bugün sektöre yaklaşımın bu eksen

olmadığını söylüyorlar. Sektörü düzenlemeye yönelik çalışmalar hakkındaki görüşlerime geçmeden önce, geçenlerde yayınlanan bir araştırmaya dikkatlerinizi çekmek istiyorum.

2005'in sonlarında OECD tarafından yayınlanan ürün piyasalarında rekabet koşullarıyla ilgili bu araştırmada ağır düzenlemelere tabi olan sektörlerde son dönemlerde başlatılmış olan düzenlemelerin azaltılması reformları inceleniyor. 1998'den bu yana az sayıda ülke hariç, OECD ülkelerinin tamamında düzenlenmelerin hafifletildiği ve sektörün çok daha rekabete açık hale getirildiği belirtiliyor. Yine aynı çalışmada, büyük mağazaların, perakende sektöründe en verimli biçim olduğu ve zaman içinde küçük dükkanların yerine geçeceği saptaması yapılıyor. Düzenlemenin sıkı olduğu az sayıdaki ülkede, verimlilik artışının da diğer ülkelerin gerisinde kalmış olduğu vurgusu yapılıyor. Bu konudaki düşüncelerimi son bir örnek vererek tamamlamak istiyorum: sektörde faaliyet izninin ağır koşullara bağlandığı ve maliyetlerin altında satışın yasaklandığı Fransa'da, sonuç niyetin tam tersine, büyük üreticilerin ve perakendecilerin pazarlık gücünün, küçük üreticiler ve tüketiciler aleyhine artmasına yol açmış durumda.

Değerli konuklar,

Dünyada perakende sektörü, en büyük söz hakkının tüketicide olduğu bir yöne doğru gitmekte iken, Türkiye'deki girişimlerin sektörü bu geleceğe hazırlamakta yeterli olmadığını düşünüyorum. Avrupa ülkeleri, sektörü denetlemeyi hedefleyen düzenlemeleri ancak pazar belli bir seviyeye ve doyumluğa ulaştıktan sonra gündeme getirmişlerdi. Bu kısıtlamaların olumsuz etkilerinin görülmesinden sonra, Avrupa Birliği ülkeleri, çalışma saatleri ve günleri ile ilgili olanlar dahil olmak üzere söz konusu düzenlemeleri gevşetmek ve hatta serbest bırakmak yönünde girişimlere başladılar. Devletin esnaf ve sanatkarları koruyucu ve destekleyici düzenlemeler yapma ve gerekli tedbirleri alma görevinin kısıtlayıcı düzenlemelerle sağlanamayacağı, AB ve diğer OECD ülkelerinin tecrübelerinden açıkça görülüyor. Esnaf ve sanatkarımızı korumak ve desteklemek için, işyeri temini, kredi sağlanması, sosyal güvenlik hakları temini, aralarında kurulacak sandık ve bankaların özendirilmesi ve bu amaçla kurulan devlet bankalarından öncelikli olarak yararlandırılmaları gibi olanakların genişletilmesi gerekmektedir. Bir başka deyişle, yasaklayıcı değil, ihtisaslaşmayı ve verimliliği hedefleyen teşvikleri içeren düzenlemeler yapılmalıdır.

Konuşmamı bitirirken, ekonomik açıdan önemli olan ve üretici ile tüketici arasındaki temel bağı kuran bu sektörü geleceğe hazırlamak için sektörün tamamında kayıtdışılığın önüne geçilmesi, sektörün önemli oyuncularından olan geleneksel perakendecilerin rekabetçi bir yapıya kavuşmalarının sağlanması ve sektörün genelinde verimliliğin en temel kıstas olarak ele alınması gerektiğinin altını çizmek isterim. Seminerimizin, bu konuların daha iyi anlaşılması ve tartışılmasına vesile olmasını diliyorum, beni dinlediğiniz için teşekkür ediyorum.