

“Perakende Pazarının Geleceği ve Küresel Trendler” Raporu Tanıtım Toplantısı

İzzet Özilhan Açılış Konuşması, 11 Temmuz 2025

Değerli Konuklar, Kıymetli Daire Başkanım, Basınıımızın Değerli Temsilcileri,

Bugün sizlerle, “Perakende Pazarının Geleceği ve Küresel Trendler” başlıklı raporumuzun bulgularını paylaşmak üzere bir araya geldik. Hepiniz hoş geldiniz.

TÜSİAD Perakende Çalışma Grubumuz,

- sektörümüzün yetkinliklerini artırmak ve daha fazla paydaşa ulaşmak,
- markalarımızın uluslararası pazarlarda daha güçlü bir şekilde rekabet etmesini sağlamak,
- sektördeki yapısal dönüşümü anlamak;
- kamu, özel sektör ve sivil toplum arasında güçlü bir işbirliği oluşturulmasına katkıda bulunmak

amacıyla çalışmalarını sürdürüyor.

Bu kapsamda, geçtiğimiz yıl hazırladığımız “Perakendenin Geleceği Araştırması II-Perakende Sektöründe Kapsayıcı Büyüme Modeli” raporumuz kıymetli çalışmalarımızdan biriydi. Çok paydaşlı bir perspektifin ürünü olan bu raporda sektörün sürdürülebilir ve kapsayıcı büyümesi için nelere ihtiyacımız olduğunu tartışmıştık. **İş gücü, eşit ve adil rekabet, üretimde verimlilik, dijitalleşme ve inovasyon** alanlarında özellikle çözüm üretmemiz gerektiğinin altını çizmiştik.

Bugün sizlerle paylaşacağımız “Perakende Pazarının Geleceği ve Küresel Trendler” araştırmamız ise sektör için kritik olduğunu gördüğümüz bu çözüm alanlarının, dünyayı şekillendiren makro trendlerle ilişkisini somutlaştırıyor.

Söz konusu makro trendler, şüphesiz, perakende sektöründe hızlı ve yapısal bir dönüşüm yaratıyor. Bu dönüşüm yalnızca iş modellerini değil; tüketici davranışlarını, iş gücü yapısını ve tedarik zincirlerini de etkiliyor.

Bu nedenle, sektördeki gelişmeleri sadece bugünün değil, yarının ihtiyaçlarına da cevap verecek şekilde analiz etmek büyük önem taşıyor.

Değerli Konuklar,

Perakende sektörü, yalnızca ekonomik büyüklüğüyle değil; istihdama katkısı, tüketici davranışlarını şekillendirme gücü ve yenilikçilik potansiyeliyle de ülke ekonomilerinin temel taşlarından biri. Sektörün yalnızca hissedilen değil, ölçülebilen etkisini anlayabilmemiz için bazı rakamlar paylaşmak isterim:

- Küresel perakende pazar büyüklüğü, 2024 yılı itibarıyla 18,6 trilyon dolara ulaştı,
- Bu büyüklüğün %78 gibi önemli bir bölümünü fiziksel kanal oluştururken, çevrim içi kanalın toplam perakende hacminden aldığı payın artması ve 2027 yılına kadar %24,88'e¹ ulaşması bekleniyor,
- Ülkemizde ise perakendenin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla içindeki 2023 yılı itibarıyla %14² seviyelerine yaklaşırken, e-ticaret pazar payının 2019-2023 yılları arasında bileşik büyüme oranı ise %26³ olarak gerçekleşti,

¹ TÜSİAD E-Ticaret Lojistiğinde Sorunlar ve Politika Önerileri (2024)

² <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yillik-Gayrisafi-Yurt-Ici-Hasila-2023-53450>

³ Ticaret Bakanlığı E-Ticaretin Görünümü Raporu (2024)

- İstihdama yaptığı katkıya bakarsak, küresel ölçekte milyonlarca kişiye istihdam sağlayan sektör örneğin ABD'de toplam istihdamının yaklaşık %10⁴'ünü oluşturuyor,
- Ülkemizde ise Ticaret Bakanlığımızın verilerine göre sektörle ilişkili işletmelerde toplamda 10 milyonun⁵ üzerinde kişi istihdam ediliyor.

Tüm bu rakamlar sürekli büyüyen ve ekonomi içindeki önemini artıran bir sektör resmi çiziyor. Ancak bugünün perakendesi artık geleneksel yöntemlerle tanımlanmıyor. Sektör; yeni nesil tüketici davranışları, kanal stratejileri, üretken yapay zekâ uygulamaları ve sürdürülebilirlik odağıyla yeniden şekilleniyor.

Raporumuz, işte bu dönüşümü altı ana trend çerçevesinde ele alıyor:

Belki de en başat dönüşüm iş gücü alanında yaşanıyor...

- Dijitalleşme, perakendeyi yalnızca hızlandırmakla kalmıyor; otomasyon sayesinde iş yapış biçimlerini ve görev tanımlarını da dönüştürüyor. Rutin ve tekrarlayan işleri teknolojiye devrederken, insan odaklı, yaratıcı ve stratejik rollere alan açıyor. Bu dönüşüm, çalışanların yetkinliklerini geliştirmeye yönelik yatırımlarla desteklendiğinde hem müşteri hem de çalışan deneyiminin kalitesini artırıyor.
- Güvenceli Esnek ve uzaktan çalışma modelleri, perakendede verimliliği artırırken iş-yaşam dengesi yeniden tanımlanıyor.
- Kadın istihdamı sektörde diğer sektörle karşılaştırılınca güçlü, ancak fırsat eşitliği için hâlâ sürdürülebilir adımlara ihtiyaç var.

Özetle; perakendenin geleceğini dijitalleşme ve yeni nesil iş gücü uygulamaları birlikte şekillendiriyor.

Bununla beraber tüketici davranışlarındaki değişim sektörü dönüştüren bir diğer alan...

- Satın alma hız, alışveriş ise deneyimdi; pandemiyle bu çizgi silindi, perakende şimdi aynı anda her ikisini ve hatta daha fazlasını sunmak zorunda.
- Z kuşağının alışveriş tercihlerinden yapay zekâ destekli sadakat sistemlerine kadar beklentiler çeşitleniyor.
- Bugünün tüketicisi; markadan çok anlam, fiyattan çok fayda, üründen çok bütünsel çözüm peşinde.

Önemli başka bir parametre de çok kanallı satış stratejileri.

Fiziksel ve dijital ayrımı siliniyor; perakende, bütünleşik bir deneyime dönüşüyor.

- Tüketiciler, mağazada deneyimlediği ürünü çevrimiçi olarak satın alabiliyor.
- Bugün tüketicilerin büyük oranı, dijital ve fiziksel kanalların entegre edilmesini artık bir beklentiden öte görüyor. Tüketici yolculuğu artık ayrı ayrı kanallarda değil, tek bir akıllı ekosistem içinde devam ediyor.

Şüphesiz hem dönüşen hem de dönüştüren bir diğer alan dijitalleşme...

- Dijitalleşme ve ileri teknolojiler sadece işgücü ve tüketici eğilimlerini değil; iş yapma biçimlerimizi de köklü bir dönüşüme uğrattırıyor.
- Yapay zeka ve otomasyonun sunduğu dijital atılımlar, ödeme sistemlerindeki yenilikler operasyonel süreçlerde benzersiz bir verimlilik çağını başlatıyor.

⁴ TÜSİAD Perakende Pazarının Geleceği ve Küresel Trendler (EYP Analizi)

⁵ <https://ticaret.gov.tr/ic-ticaret/perakende-ticaret>

Tüm bunlarla birlikte, günümüzün küresel riskleri tedarik zincirlerinde esnekliği zorunlu hale getiriyor.

Pandemi ve artan jeopolitik riskler, tedarik zincirlerinin verimli ve dayanıklı olması gerektiğini gösterdi. Dikey entegrasyon, çoklu tedarik modelleri ve yapay zekâ destekli envanter tahminleme gibi araçlar bu dayanıklılığı sağlamak için öne çıkıyor.

Son olarak sürdürülebilirlik...

Döngüsel ekonomi, karbon salımını azaltan lojistik çözümler, izlenebilir tedarik zincirleri ve AB Yeşil Mutabakatı'na uyum, çevresel sorumluluğun yanı sıra marka değeri açısından da belirleyici hale geliyor. Avrupa Birliği'nin 2030 yılına kadar tüm plastik ambalajları geri dönüştürülebilir hale getirme hedefi, bu dönüşümün hızını ve yönünü net biçimde ortaya koyuyor.

Değerli konuklar,

Birazdan detaylarını dinleme fırsatı bulacağımız raporumuz küresel dönüşüm dinamiklerinin perakende sektörü üzerindeki etkilerini analiz eden stratejik bir çalışma.

Önümüzdeki dönemde küresel dinamiklerin Türkiye'ye yansımalarını ve odak alanları ele alacak iki ayrı çalışma daha yapmayı planlıyoruz. **“Türkiye Perakende Pazar Değerlendirmesi”** ve **“Odak Alanlar & Çözüm Önerileri”** başlıklarında hazırlayacağımız iki raporla birlikte **“Perakende Sektörünün Görünümü 2025”** çalışmasını tamamlamayı hedefliyoruz.

Sözlerime son verirken raporumuzun hazırlanmasındaki katkıları için EY Parthenon'a ve yazarlar Yusuf Bulut ile Beril Manav'a, çalışmalara liderlik eden TÜSİAD Perakende Çalışma Grubu Başkanı Atilla Yerlikaya'ya, etkinliğimize katılımlarından dolayı Ticaret Bakanlığı Perakende Daire Başkanı Burak Kaplan'a, panel konuşmacılarımız GPD Yönetim Kurulu Başkanı Alp Önder Özpamukçu ve Trendyol Grubu Başkan Yardımcısı Sinan Cem Şahin'e, raporun yazım ve bugünkü etkinlik süreçlerini koordine eden TÜSİAD Genel Sekreterlik ekibimizden Tamer Şen, Fatmanur Sarı, Zehra Aydemir ve Burcu Orhan'a teşekkür ediyorum.

İlham verici bir etkinlik olmasını diliyorum, saygılar sunuyorum.