

# Perakende sektöründe tüketici davranışlarındaki değişim kalıcı olabilir

**EY-Parthenon ve Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu tarafından hazırlanan Perakende Sektörü Araştırması'nın sonuçlarına göre; üst düzey yöneticiler perakende sektörünün 2020 yılında ortalama %30 daralacağını öngörüyor. Araştırma sonuçları perakende sektörü yöneticilerinin pandeminin etkisiyle tüketici davranışlarında en çok konum ve kanala yönelik tercihlerdeki değişimlerin kalıcı olacağını öngördüklerini ortaya koyuyor. Yöneticilerin %90'ı dijitalle kayışın kalıcı olacağını, yaklaşık %70'i ise mağaza ve AVM'lerdeki hijyen talebinin uzun vadede de devam edeceğini ifade ediyor.**

Çok uluslu strateji danışmanlık şirketi EY-Parthenon ve Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu (TAMPF) iş birliğiyle gerçekleştirilen Perakende Sektörü Araştırması'nın sonuçları açıklandı. Türkiye'de sektörün önde gelen şirketlerinin üst düzey yöneticileri ile yapılan anketler sonucu oluşturulan araştırma; sektörün Covid-19 salgını öncesi performansı ve salgının ciroya etkileri, normalleşme ve ciro beklentileri, gelecek öngörülerini, sektörü bekleyen riskler ve bu risklere karşı alınması gereken aksiyonları mercek altına alıyor. Araştırmaya katılan şirketlerin faaliyet gösterdikleri ana sektörler; restoran (yeme-içme), AVM, gıda-dışı perakende ve gıda perakendesi/market sektörlerinden oluşuyor.

## **Yatırım yılı 2020'de cirolar sert düştü**

Araştırma sonuçlarına göre; 2020 yılı Türkiye perakende sektörü için iyi bir sene olacağını işaretlerini veriyordu ve sektörün yaklaşık %81'i salgından önce 2020 yılı başında enflasyon oranında ya da üzerinde büyüme gösteriyordu. Araştırmaya katılan yöneticilerin yaklaşık %70'i şirketlerinin 2020 yılına yeni mağaza açarak veya yeni operasyonlara başlayarak girdiklerini belirtiyor. Ancak salgın etkilerinin görülmeye başladığı Mart ve Nisan ayları için yöneticilerin %84'ü şirketlerinde ciro düşüşü yaşandığını ve cirolarının ortalama %77 düştüğünü ifade ediyor.

## **Sektörün ortalama %30 daralması bekleniyor**

Perakende sektörü yöneticilerinin %16'sı karantina önlemlerinin ortadan kalkmasının yılın son çeyrek dönemine veya daha ilerisine kalabileceğini öngörüyor. Bununla birlikte yöneticilerin %75'i tüketici davranışlarında normalleşmenin salgının sona ermesinin ardından en az 3 ay sonra gerçekleşebileceğini düşünüyor. Araştırma sonuçları; gıda perakendecileri haricinde tüm

perakendecilerin sektörün 2020 içerisinde daralacağını beklediklerini ortaya koyuyor. Yöneticiler tüm yıl için sektördeki daralmanın ortalama %30 seviyesinde gerçekleşeceğini tahmin ederken, sektörde istihdamdaki daralmanın %17 ile sınırlı kalacağını öngörüyor.

### **Hane halkı harcama kapasitelerindeki düşüş sektör için en büyük riskler arasında**

Perakende sektörü yöneticileri; talep ve tüketici davranışlarındaki değişimi, finansman ve likidite sıkıntılarını ve tedarik zinciri-lojistik sorunlarını gelecek 6-12 aylık dönemde sektör için yüksek risk barındıran alanların başında görüyor.

Araştırmaya katılan yöneticilerin %90'ı sektörü bekleyen en büyük riskler arasında makro gelişmeler sebebiyle işsizlik ve gelir kayıplarının oluşması ve hanelerin harcama kapasitelerinin düşmesinin öne çıktığını ifade ediyor. Yöneticilerin %80'inden fazlası, turizm talebindeki düşüklüğün ve AVM'lerin eski performansını yakalayamamasının da perakende sektörü için en önemli riskler arasında yer aldığını belirtiyor. Bununla birlikte talep ve tüketici davranışlarına ilişkin toparlanma hızının düşük olması yöneticilerin yaklaşık %70'i tarafından kısa-orta vadede risk olarak görülüyor.

### **Modern fiziksel perakendeden uzaklaşılacak**

Araştırma sonuçları perakende sektörü yöneticilerinin pandeminin etkisiyle tüketici davranışlarında en çok konum ve kanala yönelik tercihlerdeki değişimlerin kalıcı olacağını öngördüklerini ortaya koyuyor. Yöneticilerin %90'ı dijital kayışın kalıcı olacağını, yaklaşık %70'i ise mağaza ve AVM'lerdeki hijyen talebinin uzun vadede de devam edeceğini ifade ediyor.

Yöneticilerin %50'si ise toplu ortamlarda bulunma korkusu ve ev dışı tüketimdeki düşüşün kalıcı olacağını düşünüyor. Buna karşın, araştırmaya katılan yöneticilerin hiçbiri modern fiziksel perakendeden uzaklaşılacağını öngörmüyor ve yine büyük çoğunluğu da evde daha fazla zaman geçirmenin kalıcı olmayacağını belirtiyor.

### **Yükselen üç trend: Deneyim kaynaklı talep, sağlık bilinci ve yerellik**

**Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu Yönetim Kurulu Başkanı Alp Önder Özpamukçu** konu ile ilgili olarak, "Ülkemizde Mart ayından itibaren etkisini hissettiren COVID-19 salgınından en çok etkilenen sektörlerden birisi şüphesiz ki perakende sektörü oldu. İnsanların evlerinden dışarı çıkmaması ve zorunlu olmayan alışverişlerini ertelemeleri sebebiyle, başta fiziksel kanallar olmak üzere tüm perakende sektörü zorlu bir süreçten ve dönüşümden

geçiyor. COVID-19 krizinin tüketici davranışları üzerinde uzun vadeli bir etkisi de olacaktır ve perakendeciler iş modelleri ve ürünlerini buna göre yeniden gözden geçirmek durumunda kalacak, dijitalleşme tüm perakendeciler için kaçınılmaz hale gelecektir. Önümüzdeki dönemde 'deneyim' kaynaklı talep, sağlık konusunda artan bilinç ve yerelliğin öneminin tüketiciler arasında yükselen üç trend olarak ön plana çıkmasını bekliyoruz" değerlendirmesini yaptı.

### **Online kanallar ve müşteri deneyimi alanlarında yapısal dönüşüm bekleniyor**

**EY Türkiye Strateji ve Kurumsal Finansman Bölüm Başkanı Özge Gürsoy Büyükkavşar** şu değerlendirmeyi yaptı: "Perakende sektörü, COVID-19'dan en çok etkilenen sektörlerden biri konumunda ve gelecekte tekrar ivme kazanabilmek için yapısal dönüşümler yaşaması muhtemel görünüyor. Perakendeciler salgın sürecinde devletin sağladığı desteklerden, özellikle vergi ertelemeleri ve çalışanlarla ilgili ödemeler için aktif biçimde yararlandılar. Bununla birlikte perakendecilerin en çok talep ettiği destekler ise kira ve fatura destekleri ile esnek çalışma yasal düzenlemesinin yapılması oldu. Bundan sonrası için sektörde yaşanan kısa vadeli operasyonel ve finansal sıkıntıları online kanallar ve müşteri deneyimi yönünde yaşanacak yapısal bir dönüşümün takip edeceğini öngörüyoruz. Sektör genelinde nakit akışı güçlü olan, dijital kanalı salgın öncesinde de iyi kullanan ve sermayesi güçlü olan şirketlerin bu süreçten en az hasarla çıkacaklarını öngörüyoruz"

### **Likidite sıkıntıları ve yüksek borçluluk sektörü zorluyor**

Sektör yöneticilerinin sırasıyla %87'si ve %84'ü tarafından öngörülen likidite sıkıntıları ve yüksek borçluluk, sektörü bekleyen en büyük riskler arasında yer alıyor. Araştırma sonuçları; sektör genelinde nakit akışlarını yönetebilmek için en çok tercih edilen yöntemlerin ödemeleri ertelemek ve finansman konusunda bankalara başvurmak olduğuna işaret ediyor. Gıda perakendecilerinin ise sektör genelinden farklılaşarak, nakit yönetimi için ürünlerde indirim, farklı ürünler ve kanallar deneme yöntemlerini tercih ettiği görülüyor. Yöneticiler, sektörü bekleyen riskler arasında üçüncü sırada tedarik zinciri ve lojistik ile ilgili sorunlarını dile getiriyor.

### **EY Hakkında**

EY bağımsız denetim, vergi, kurumsal finansman ve danışmanlık hizmetlerinde bir dünya lideridir. Anlayışımız ve kaliteli hizmetlerimiz dünya ekonomisi ve sermaye piyasalarında güvenin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. EY, güçlü yönetim ekibiyle tüm paydaş gruplarına verdiği sözleri yerine getirmekte ve bu şekilde çalışanları, müşterileri ve içinde yer aldığı diğer çevreler

için daha iyi bir çalışma hayatı oluşturulmasında önemli bir rol üstlenmektedir. EY adı küresel organizasyonu temsil eder ve Ernst & Young Global Limited'in her biri ayrı birer tüzel kişiliğe sahip olan, bir veya daha çok, üye firmasını temsil edebilir. Sınırlı sorumlu bir Birleşik Krallık şirketi olan Ernst & Young Global Limited müşteri hizmeti sunmamaktadır. Daha fazla bilgi için lütfen ey.com adresini ziyaret ediniz.

### **EY-Parthenon Hakkında**

EY-Parthenon, EY'in strateji danışmanlık tarafındaki büyüme hedefleriyle paralel olarak çeşitli satın alma ve birleşmelerle kurmuş olduğu çok uluslu bir strateji danışmanlık evidir. Kısa geçmişine rağmen dünyanın en önde gelen 5 şirketinden biri haline gelen EY-Parthenon gelecek senaryoları, büyüme stratejileri ve değer yaratımı alanlarında uzman bir ekiple hizmet vermektedir. Daha fazlası için parthenon.ey.com adresini ziyaret edebilirsiniz.

### **Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu (TAMPF) Hakkında**

Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu (TAMPF) tüm alışveriş merkezlerini ve organize perakendecileri temsil eden 5 sektörel derneğin çatı kuruluşu olarak Temmuz 2013 tarihinde kurulmuştur. Dernekler kendi faaliyetlerinin yanı sıra ortak konularda güç birliği oluşturmak amacıyla Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu (TAMPF) çatısı altında buluşmuştur. Perakende sektörünün sahip olduğu 1.2 Trilyon TL'lik ciro hacminin 350 milyarın üstündeki kısmı organize perakendeye aitken, çatı kuruluşu ve temsilcisi olduğumuz organize perakende, sektörde toplam 2,5 Milyon olan çalışan sayısının 900 binini istihdam etmektedir.

TAMPF çatısı altında Organize Perakendenin tüm paydaşlarını bir araya getirerek sektörde güçlü bir temsil sağlamaktadır. TAMPF kurucu ve üye dernekleri; Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD), Gıda Perakendecileri Derneği (GPD), Kategori Mağazacılığı Derneği (KMD), Tescilli Markalar Derneği (TMD), Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği'dir (TURYİD).