

Sektörel Görünüm

Perakende

Ekim - 2020

Sektörel Görünüm

Perakende

Perakende sektörü, milli hasılda sahip olduğu önemli pay ile imalat ve lojistik gibi bir çok faaliyet kolunu etkilerken doğrudan ve dolaylı olarak yarattığı vergi geliri ve istihdamla birlikte ekonomik büyüme için kritik bir konumdadır.

Türkiye genç nüfusu, artan kentleşme oranı ve gelir seviyesindeki iyileşmenin etkisiyle perakende sektörünü beslemeye devam etmekte. Ancak yüksek seyreden enflasyon ve kur, bir yandan maliyetleri artırarak arz tarafını baskılamakta diğer yandan fiyatlardaki artış ile tüketim harcamalarını da aşağı çekiyor.

Perakende sektörü, her ne kadar 2020 yılına güçlü başlamış olsa da ülkemizde etkilerini Mart ayından itibaren gösteren koronavirüs salgınıyla birlikte derinden etkilenmiştir. Riskler ve belirsizlik, tüketimi zorunlu harcamalarla sınırlandırmaya iten mağazaların kapanması ile fiziksel alışverişin önemli bir kısmı e-ticarete kaymış durumda. Hem küreselde hem de yurt içinde her geçen gün artan ürün ve hizmet yelpazesi ile internet üzerinden gerçekleştirilen alışverişler, kullanıcı sayısında salgından sonra yüksek bir ivme yakaladı. Bu dönemde özellikle fizikselin daha dirençli olduğu gıda - süpermarket alanında online alışverişin hızla yükselmesi sektör adına köklü bir değişikliğin göstergesi.

Bir yandan pandeminin harcama alışkanlıklarını kalıcı olarak değiştirmesi endişesi sürerken özellikle AVM ve turist ziyaretlerinin eski seviyelerine dönüşünün yavaş olması sektör üzerinde risk oluşturmaktadır. Ancak Türkiye, gerek kriz sonrası döneme hızlı ayak uydurması gerek büyüme potansiyeliyle önümüzdeki dönemde perakende ticarete umut vadediyor.

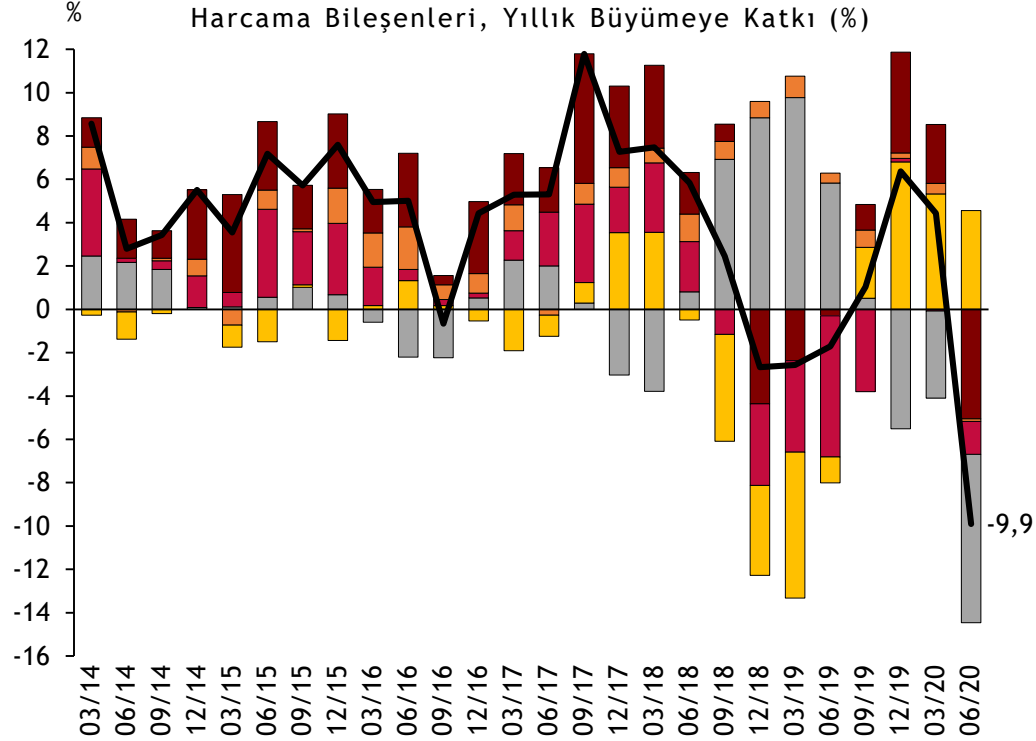


Türkiye - Hanehalkı Harcamaları

GSYH'deki %60'lar seviyesindeki payı ile büyüme performansında belirleyici olan özel sektör tüketiminin çoğunluğunu temel harcamalar oluşturuyor.

Ekonomik Büyümeye Katkı

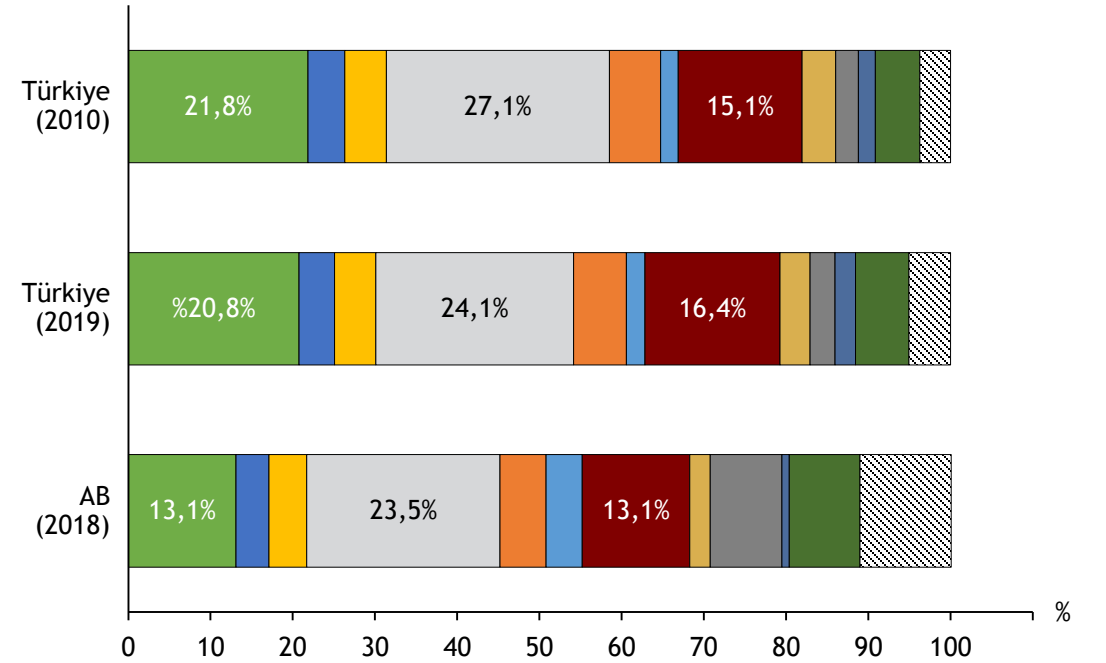
Harcama Bileşenleri, Yıllık Büyüme Katkı (%)



Özel Sektör Tüketimi (dark red)
Kamu Harcamaları (orange)
Yatırımlar (pink)
Stoklar* (yellow)
Net İhracat (grey)
GSYIH (black line)

Hanehalkı Harcamaları

Harcama Dağılımları, % Pay



Gıda Ve Alkolsüz İçecekler (green)
Alkollü İçecekler Ve Tütün (blue)
Giyim Ve Ayakkabı (yellow)
Konut Harcamaları (grey)
Mobilya ve Ev Aletleri (orange)
Sağlık (light blue)
Ulaştırma (dark red)
Haberleşme (gold)
Eğlence Ve Kültür (dark grey)
Eğitim (medium blue)
Lokanta Ve Oteller (dark green)
Çeşitli Mal Ve Hizmetler (hatched)

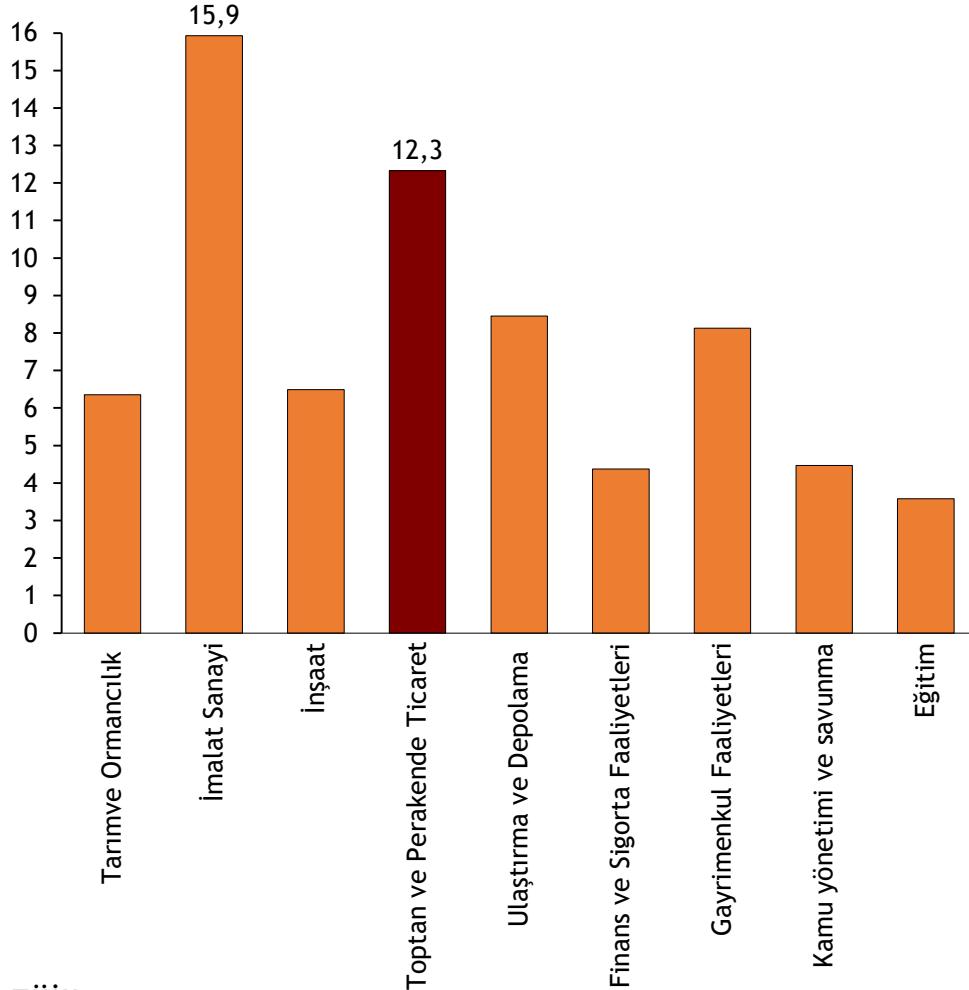
* Stoklar ve zincir endeks yapısından kaynaklanan istatistiki sapmayı kapsamaktadır.

Kaynak: TÜİK, Eurostat

İmalat sanayinin ardından milli gelire en çok katkı sağlayan toptan ve perakende ticaret sektörü son yıllarda GSYH'den daha fazla büyüyor.

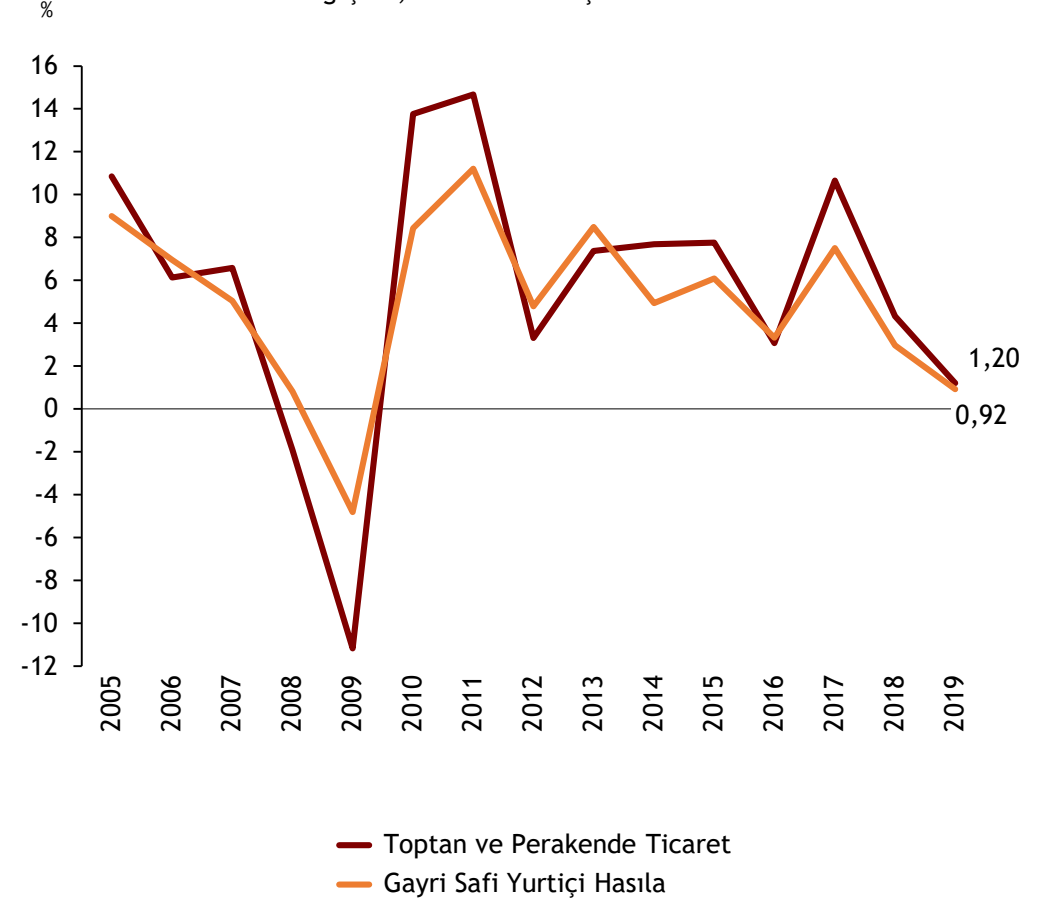
GSYH İçindeki Pay

Önde Gelen Sektörler



Büyüme Oranları

% Değişim, Zincirlenmiş Hacim Endeksi

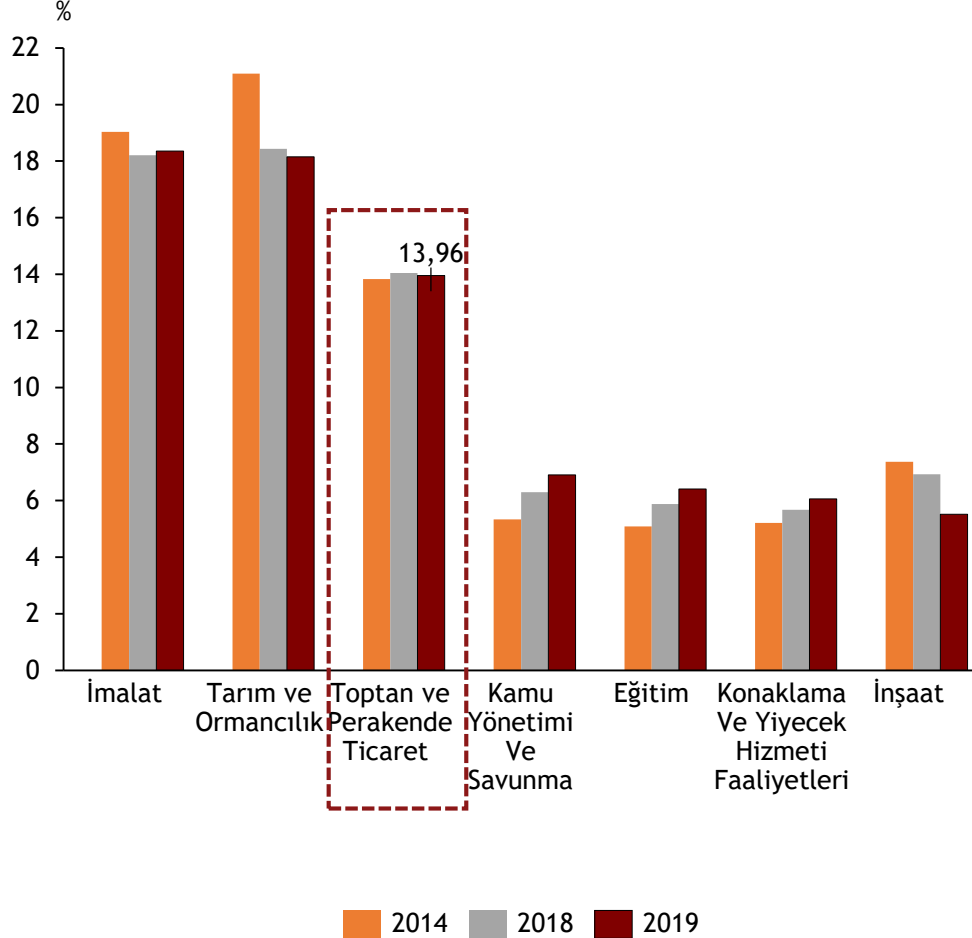


Perakende - İstihdam

2014'ten bu yana imalat ve tarımdaki düşüşün aksine istihdamdaki payını artırmayı başaran toptan ve perakende ticaret sektörü, pandemi döneminde görece az hasar gördü.

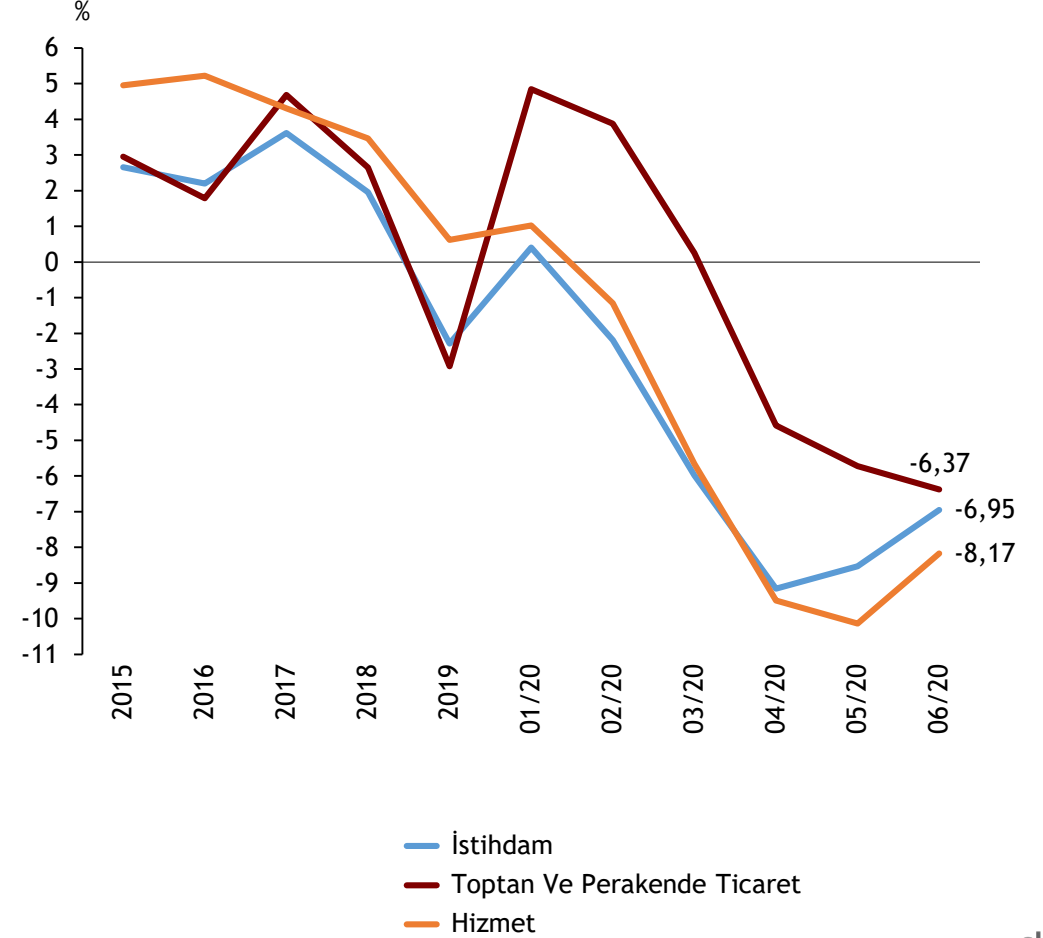
İstihdam Payı

Önde Gelen İktisadi Faaliyet Kolları, % Pay



İstihdam

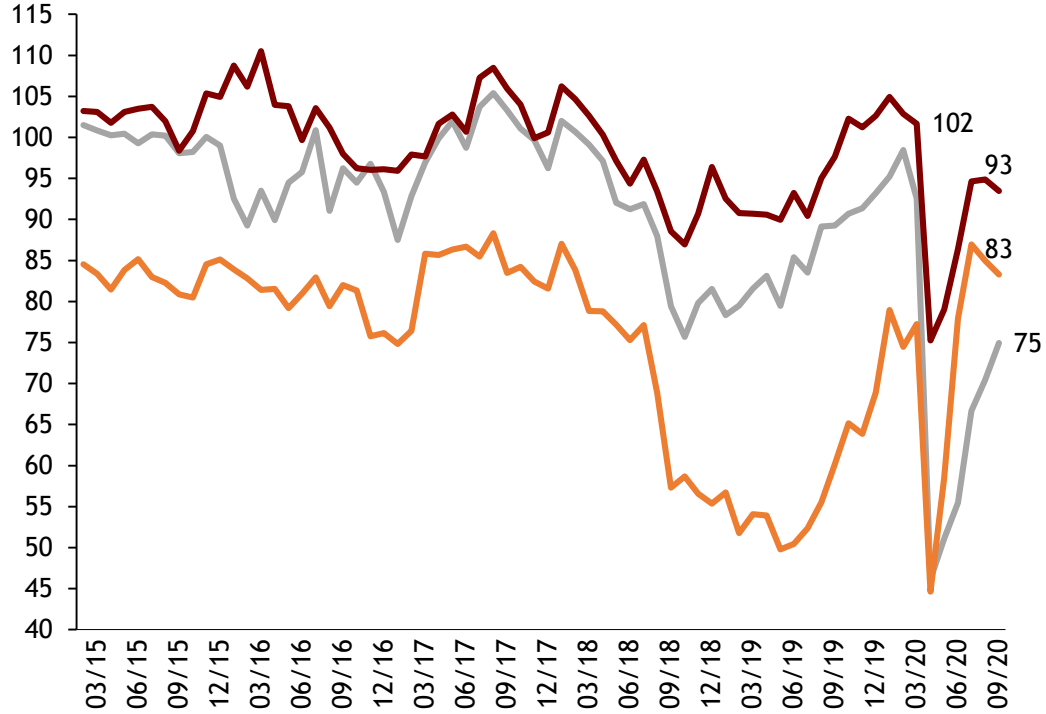
Yıllık % Büyüme



Geçtiğimiz yıllarda Türkiye'ye giren yabancı yatırımda düşüş yaşanırken toptan ve perakende ticaret payını korumayı başardı.

Sektörel Güven Endeksleri

Endeks, Mevsimsellikten Arındırılmış

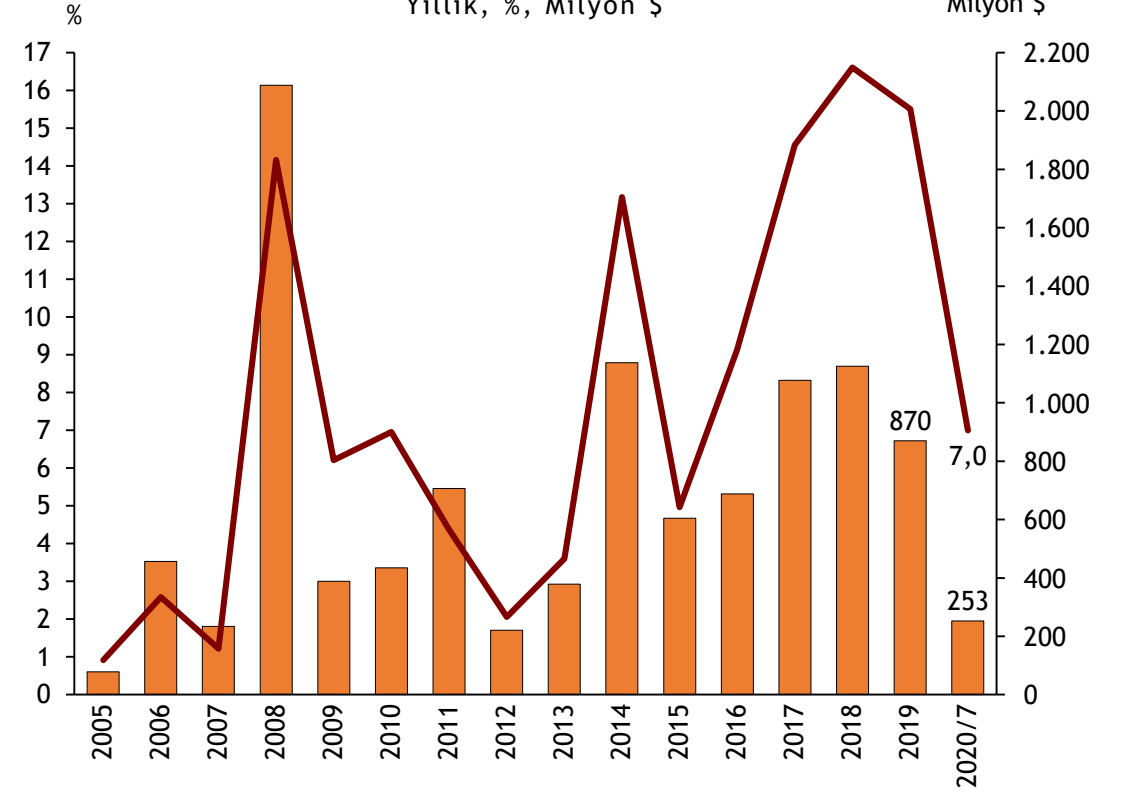


- Hizmet Sektörü Güven Endeksi
- İnşaat Sektörü Güven Endeksi
- Perakende Ticaret Sektörü Güven Endeksi

Doğrudan Yabancı Yatırımı

Yıllık, %, Milyon \$

Milyon \$

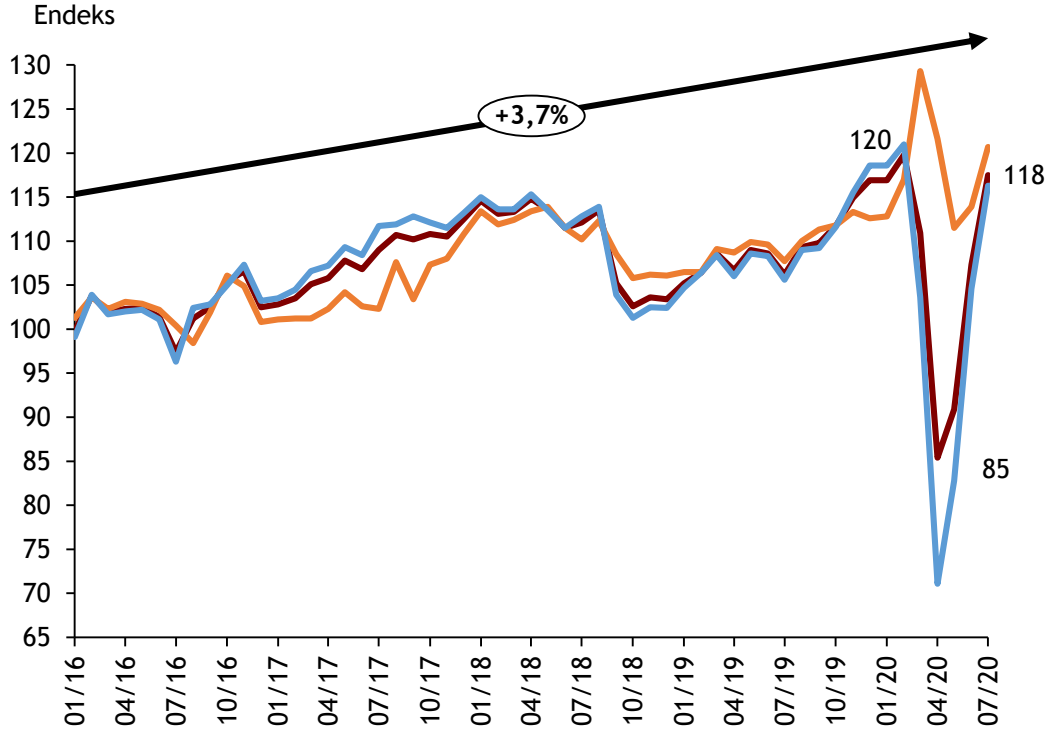


- Pay
- Akım-sağ-

Ağustos 2018 sonrasında düşüşe geçen perakende satışları sene başında toparlanmıştı. Salgınla birlikte dibi gören endeks, Temmuz'da eski seviyelerine ulaştı.

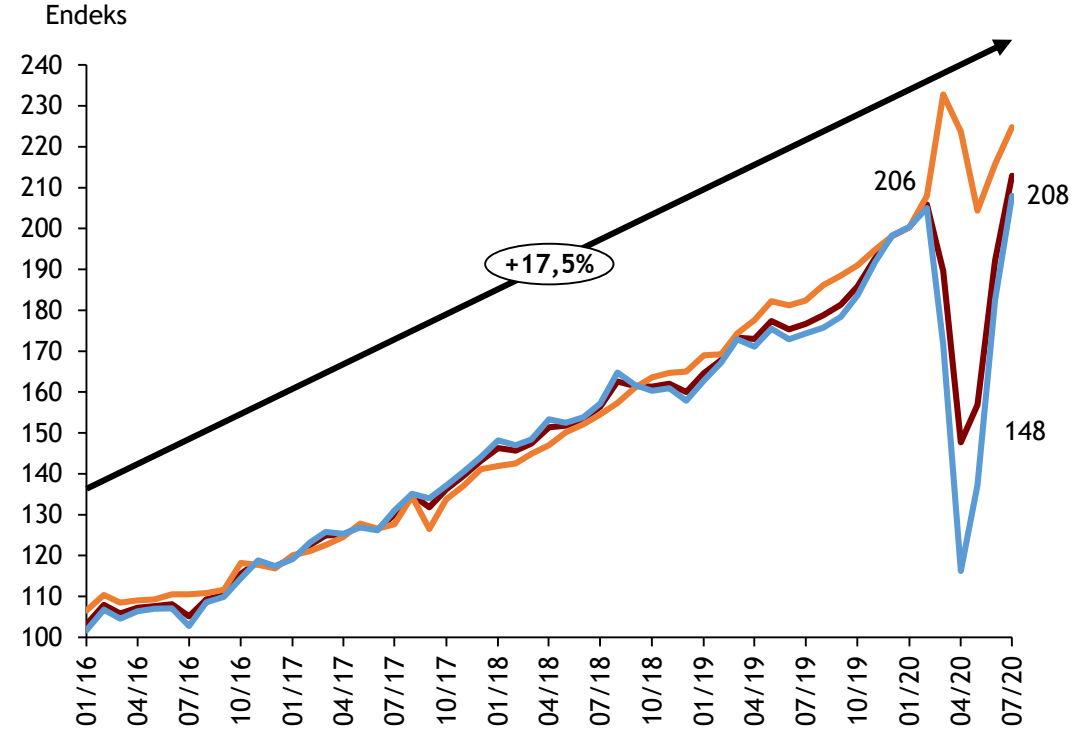
Perakende Sektörü Satış Hacmi

Endeks, Mevsimsellikten Arındırılmış



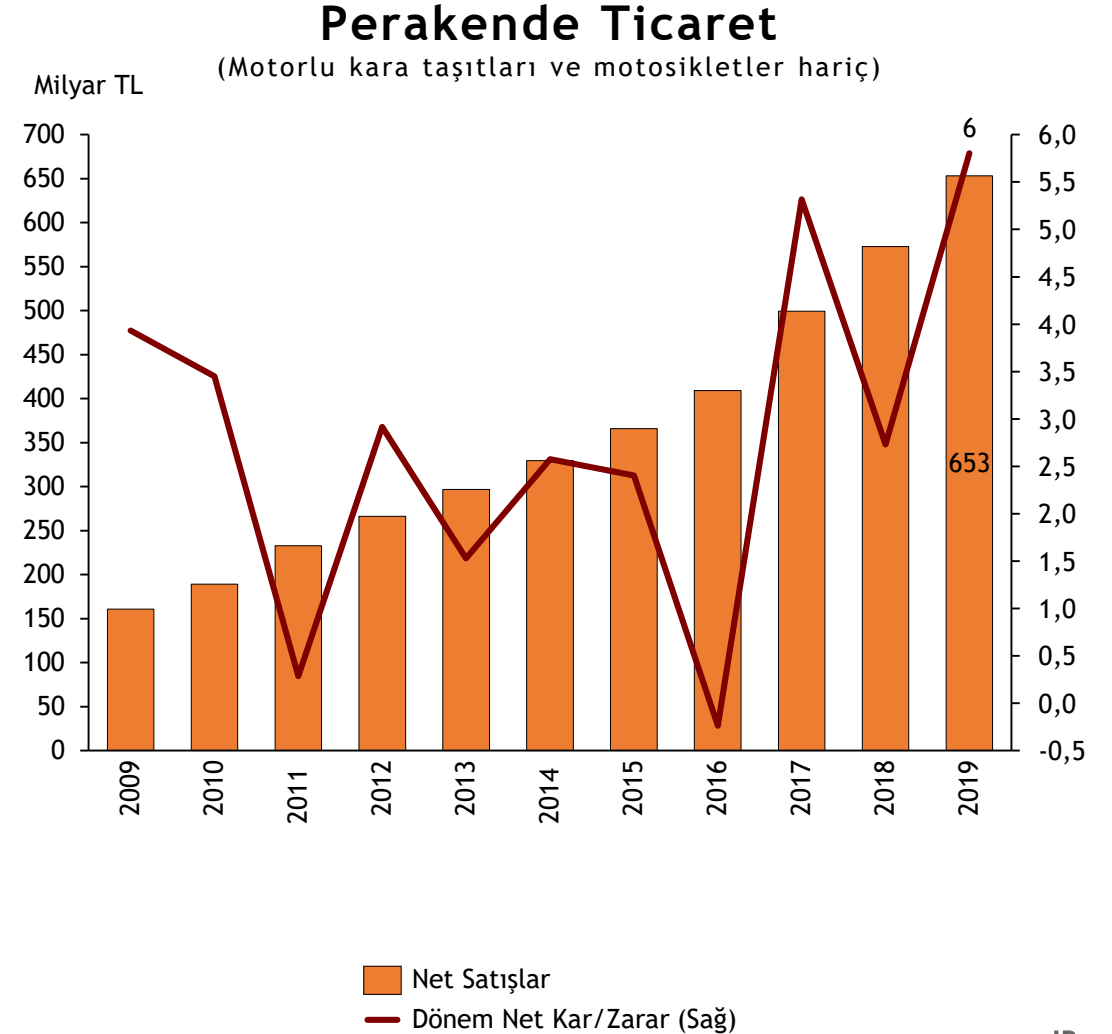
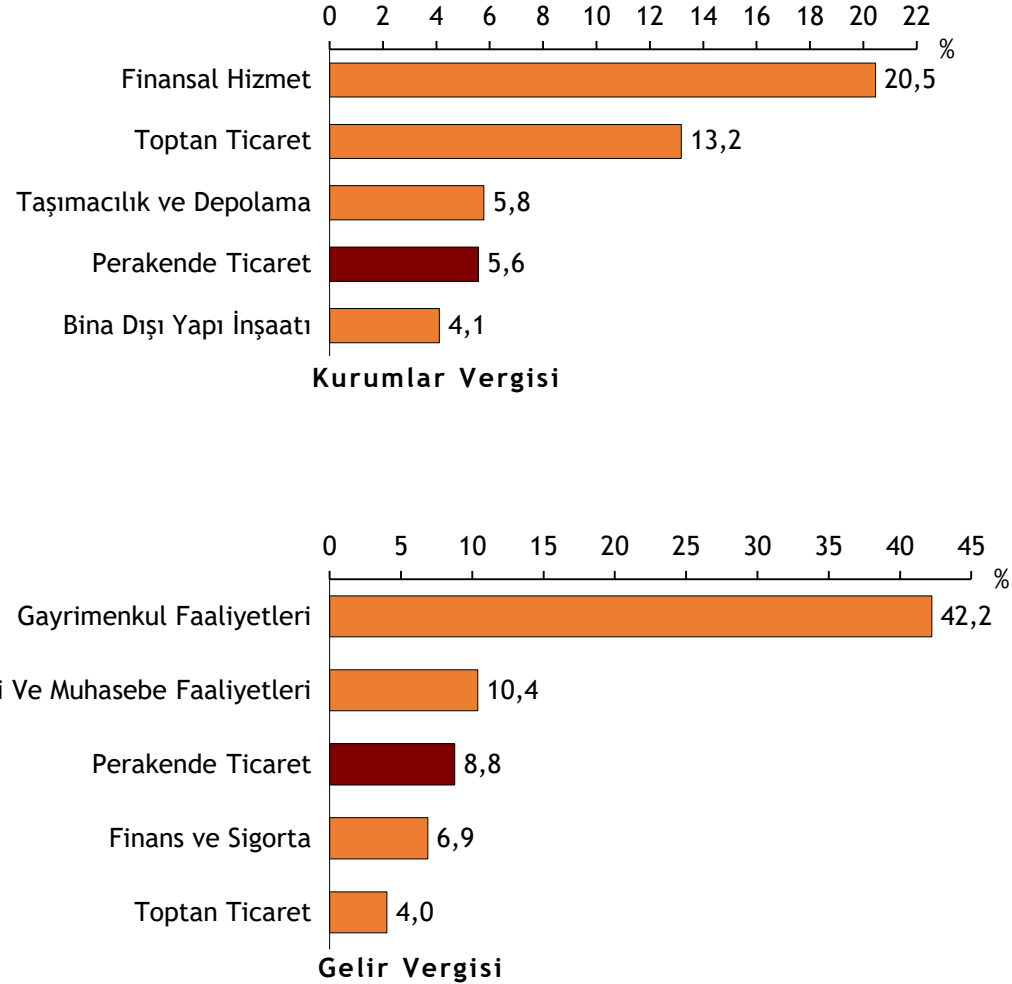
Perakende Sektörü Ciro Endeksi

Endeks, Mevsimsellikten Arındırılmış



— Perakende Ticaret — Gıda, içecek ve tütün — Gıda dışı

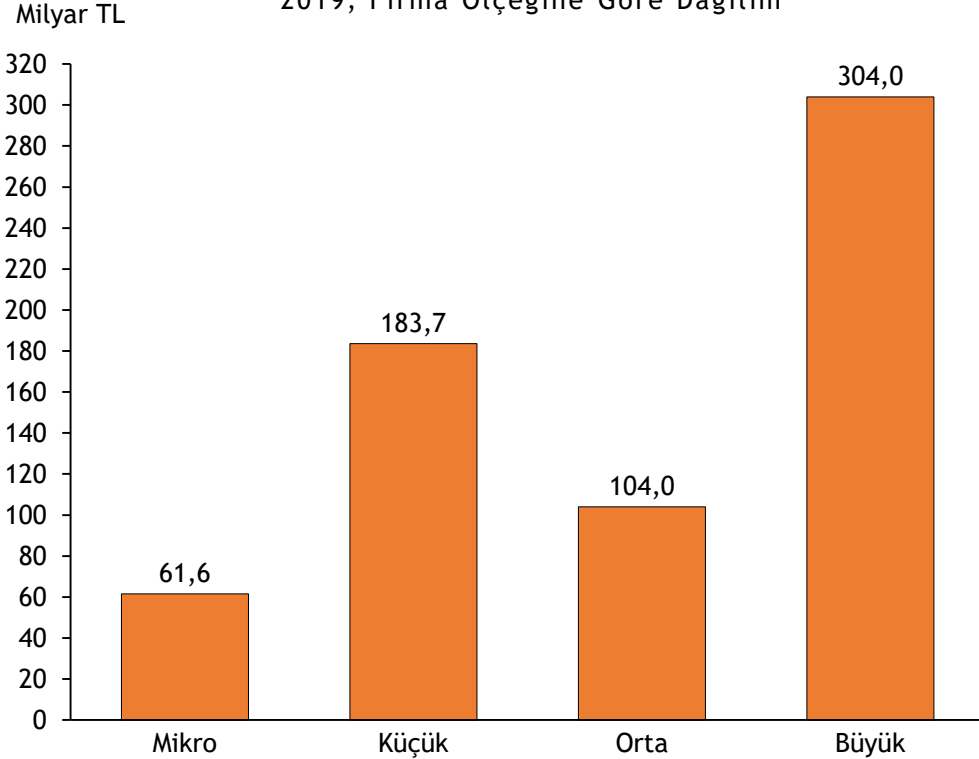
Vergi gelirlerinde önemli paya sahip olan perakende ticarete 2019'da 653 Milyar TL net satış gerçekleşti.



Büyük ölçekli firmaların net satışları, sektörün %46,5'ini oluştururken sektörün sağladığı 976 bin kişilik istihdamın yarısı büyük ölçekli firmalarda çalışıyor.

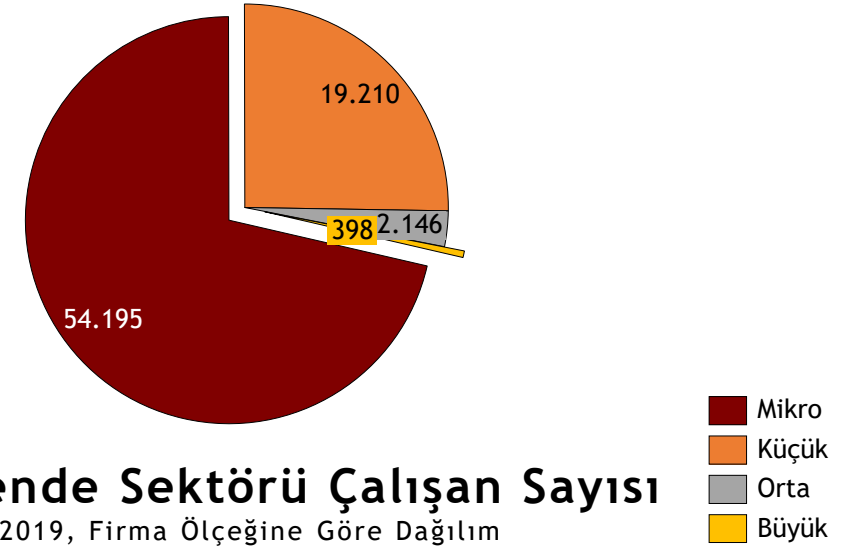
Perakende Ticaret Net Satışlar

2019, Firma Ölçeğine Göre Dağılım



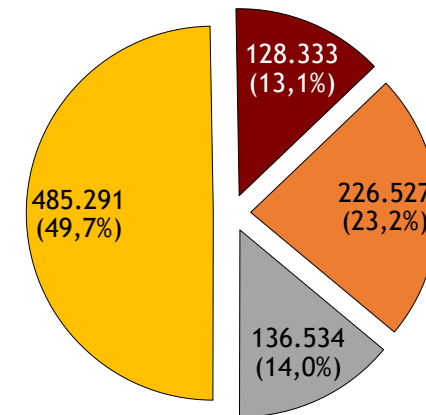
Perakende Sektörü Firma Sayısı

2019, Firma Ölçeğine Göre Dağılım



Perakende Sektörü Çalışan Sayısı

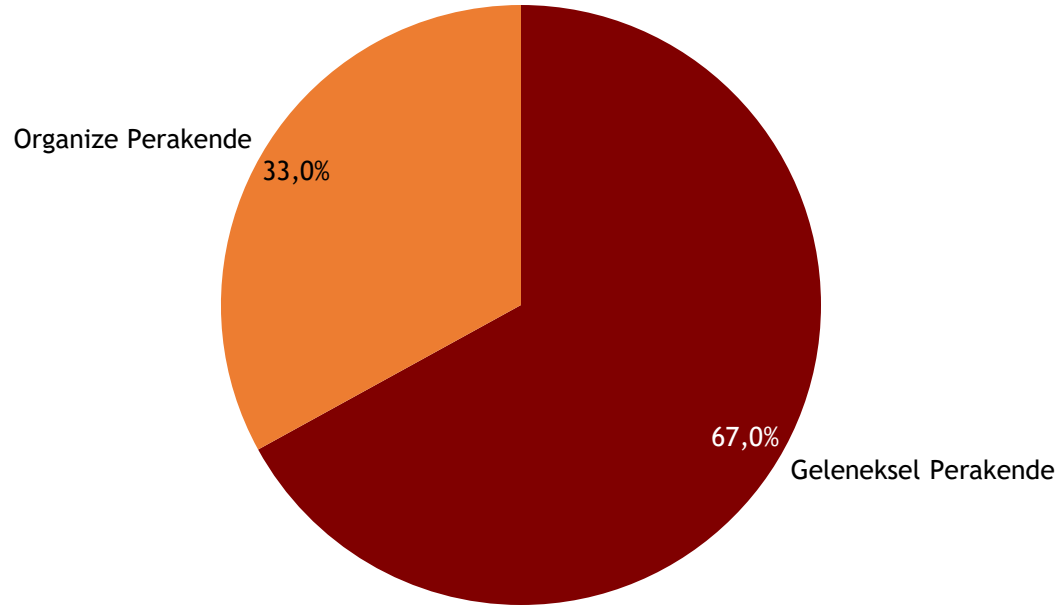
2019, Firma Ölçeğine Göre Dağılım



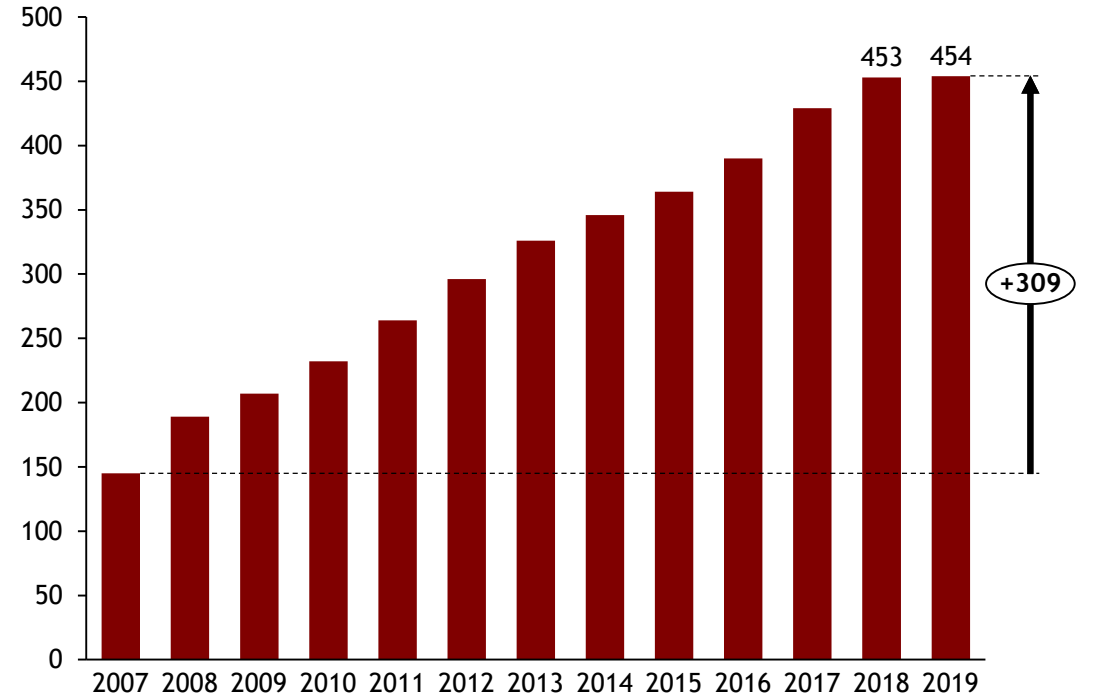
Perakende - Pazar Payları

Türkiye’de perakende sektörünün büyük kısmı geleneksel perakendecilikte. Son yıllarda AVM sayılarındaki artış hız kesmiş durumda.

Toplam Perakendecilik



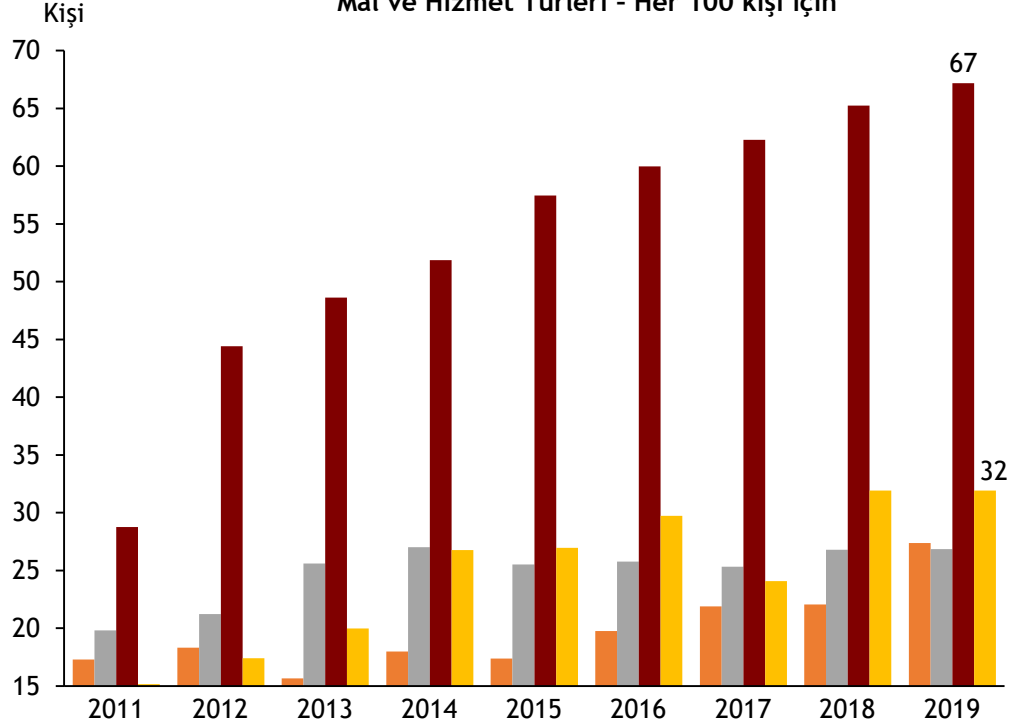
AVM Sayısı



Türkiye’de e-ticaretin payı ve insanların e-ticarete adaptasyonu hızlı bir şekilde artıyor.

İnternet Üzerinden Alışveriş

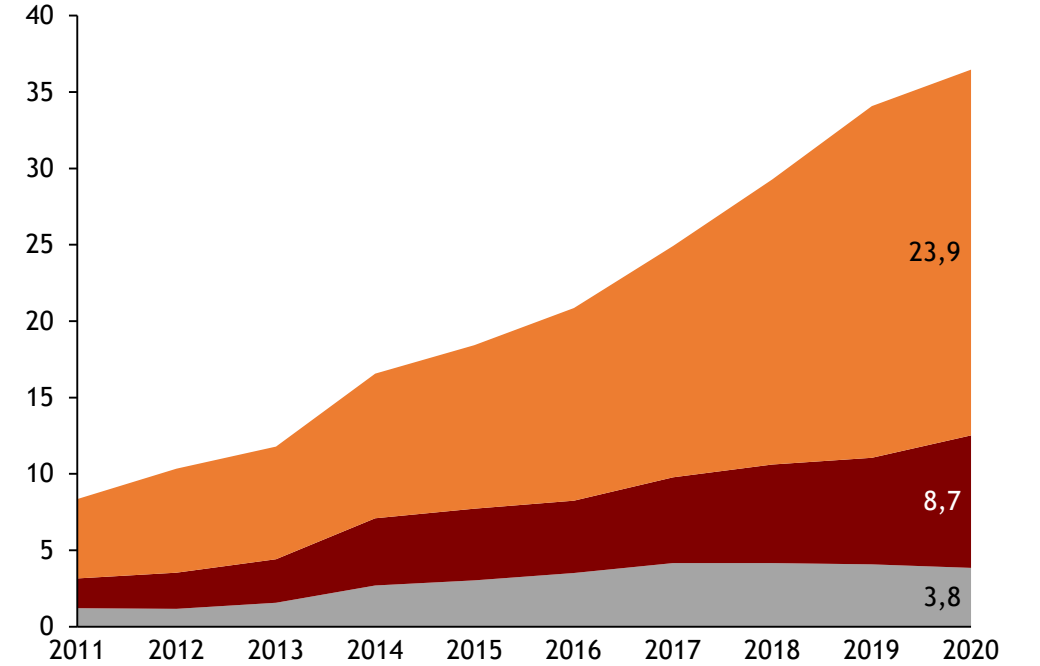
Mal ve Hizmet Türleri - Her 100 kişi için



Gıda Ev Eşyası Giyim Seyahat

İnternet Üzerinden Alışveriş

Her 100 kişi için % Pay

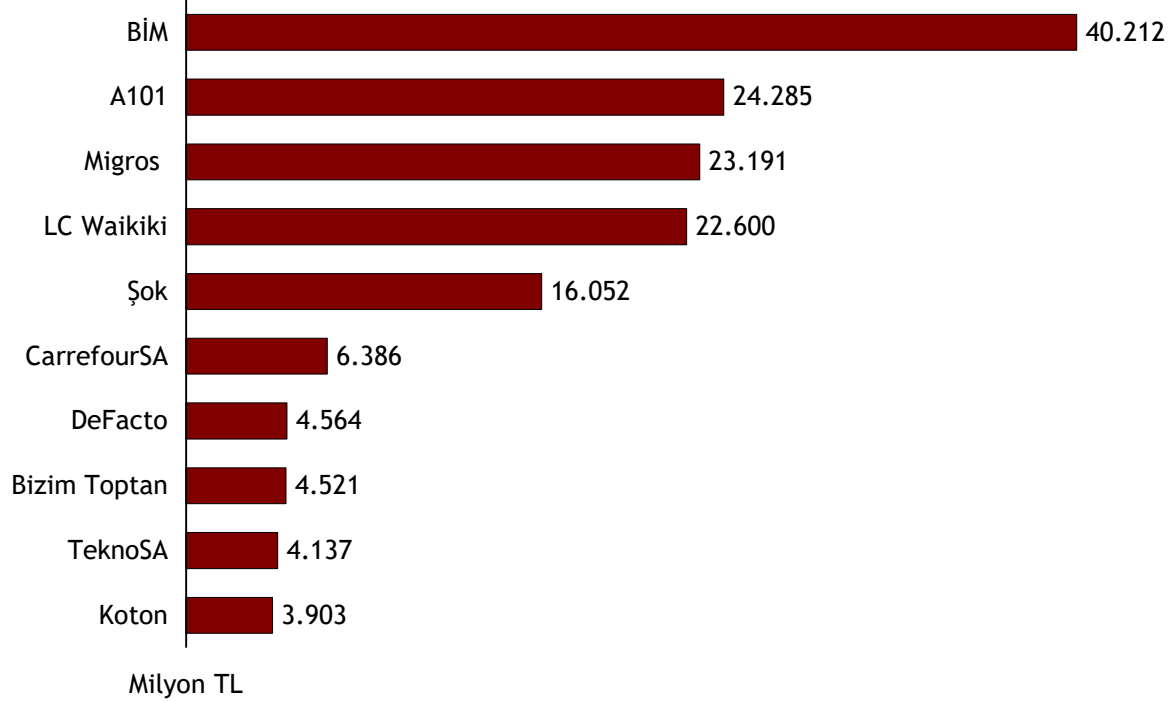


Son üç ay içinde Üç ay ile bir yıl arasında Bir yıldan önce

Yüksek indirim marketleri Türkiye perakende sektörünün en önemli oyuncularını.

En Büyük 10 Perakende Şirketi

Türkiye, 2019 Ciroları ile



Dünyanın En Büyük 250 Perakende Şirketi

2018 Ciroları ile

BİM, 6,6 Milyar \$ ciro ile 156.sırada

A101, 4,13 Milyar \$ ciro ile 241. sırada

Dünyanın En Hızlı Büyüyen 50 Perakende Şirketi

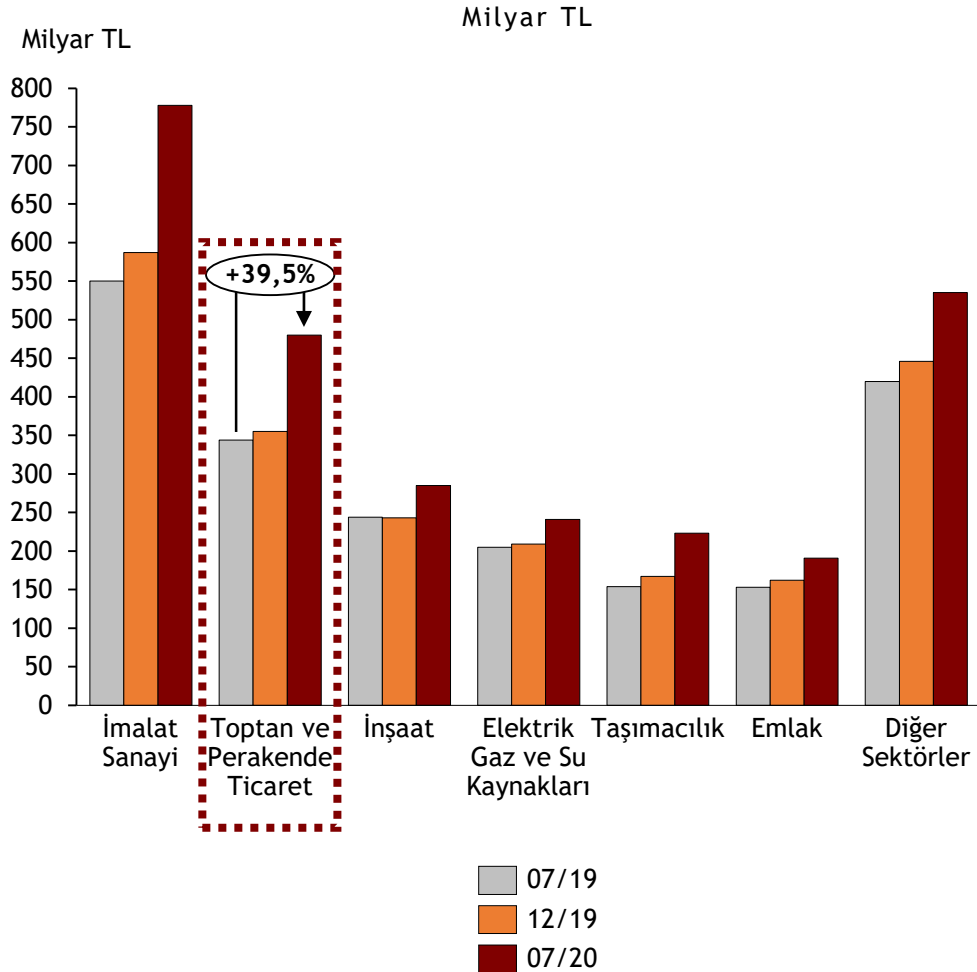
2013 - 2018 Yılları Arası

A101 %43,6'lık büyüme ile 5. sırada

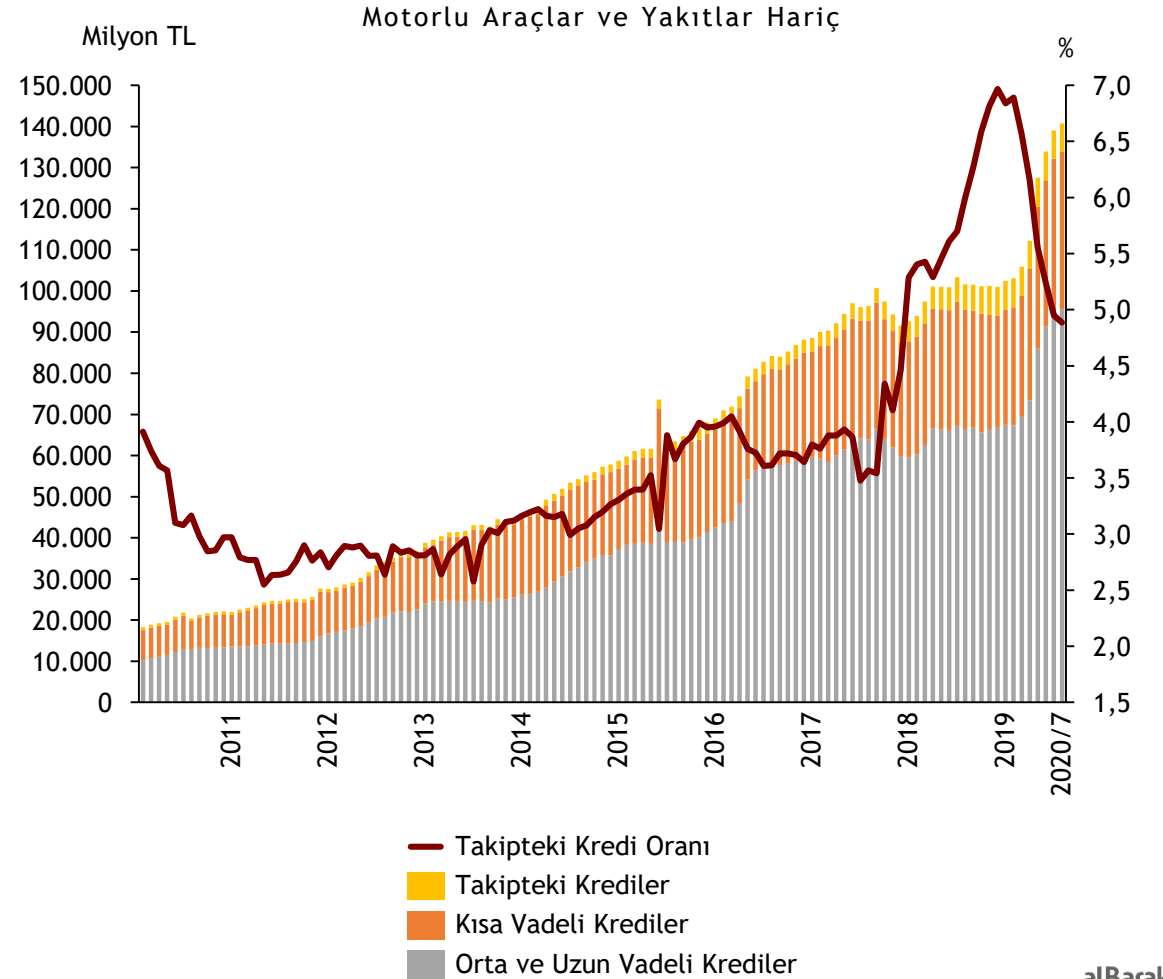
BİM %22,2'lik büyüme ile 14. sırada

Temmuz 2020 itibariyle perakende sektörü toplam nakdi kredileri 140 milyar TL düzeyinde gerçekleşti. Sektöre verilen nakdi kredilerin %27'si kısa vadeli.

Sektör Bazında Nakdi Krediler

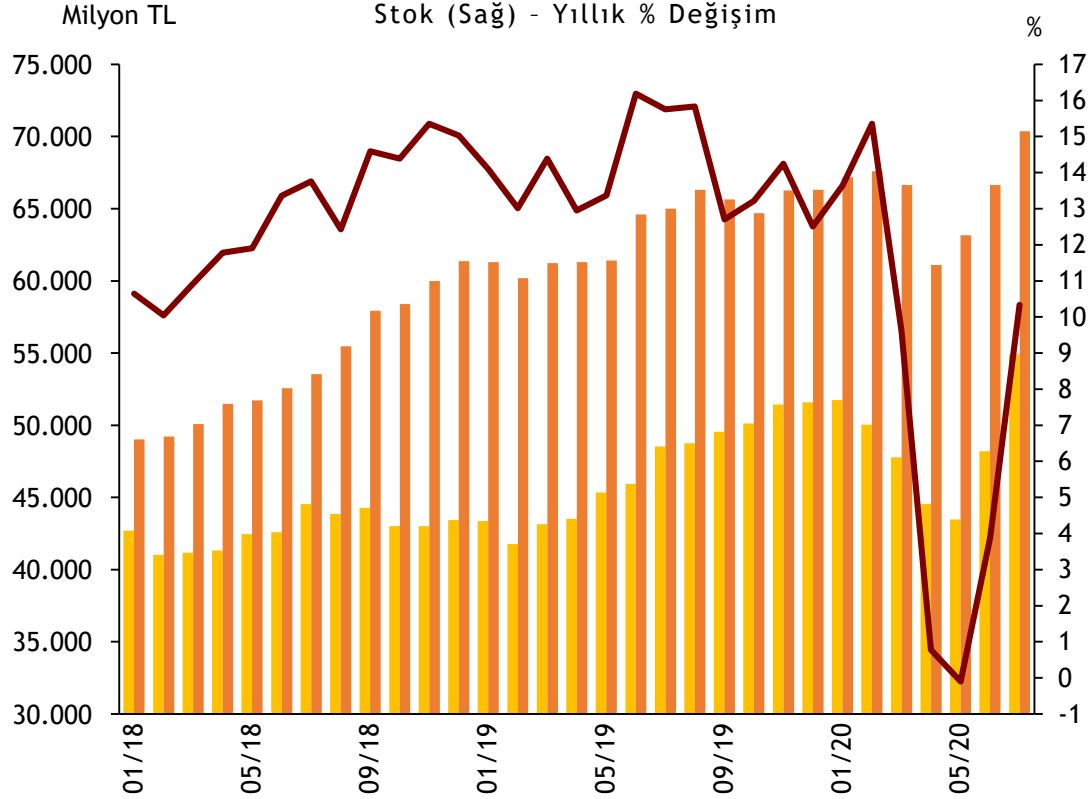


Perakende Sektörü Nakdi Kredi



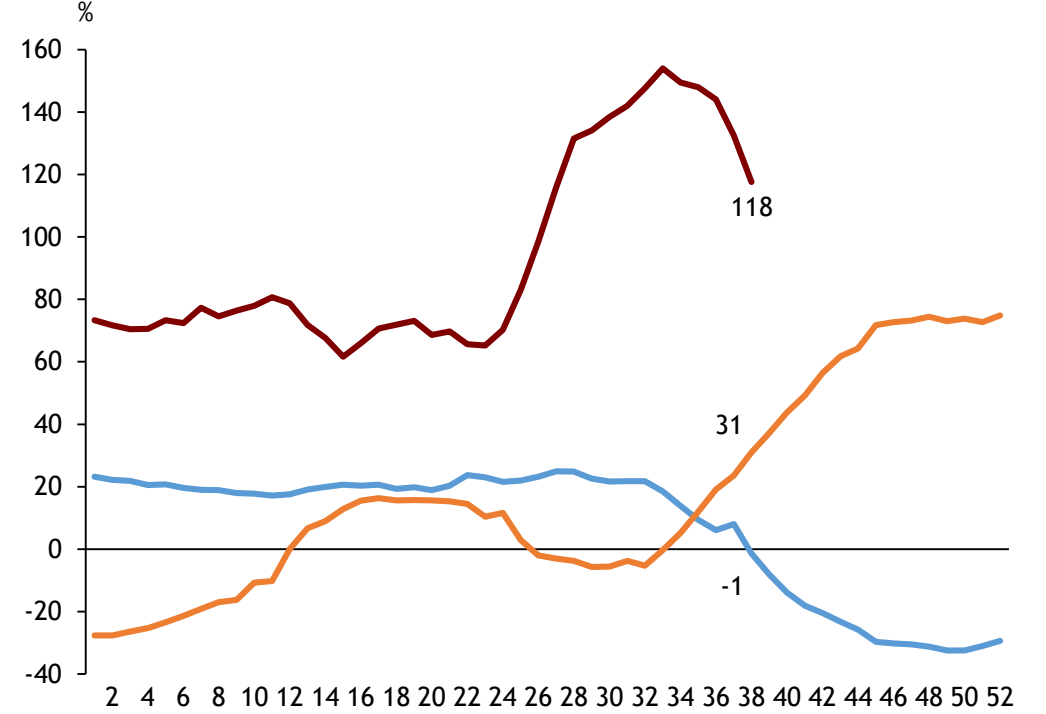
Ertelenmiş talebin de etkisiyle kredi kartlı harcamalar salgın öncesi seviyesini aşarken Mart başından bu yana tüketici kredileri yüzde 32 büyüdü.

Bireysel Kredi Kartları



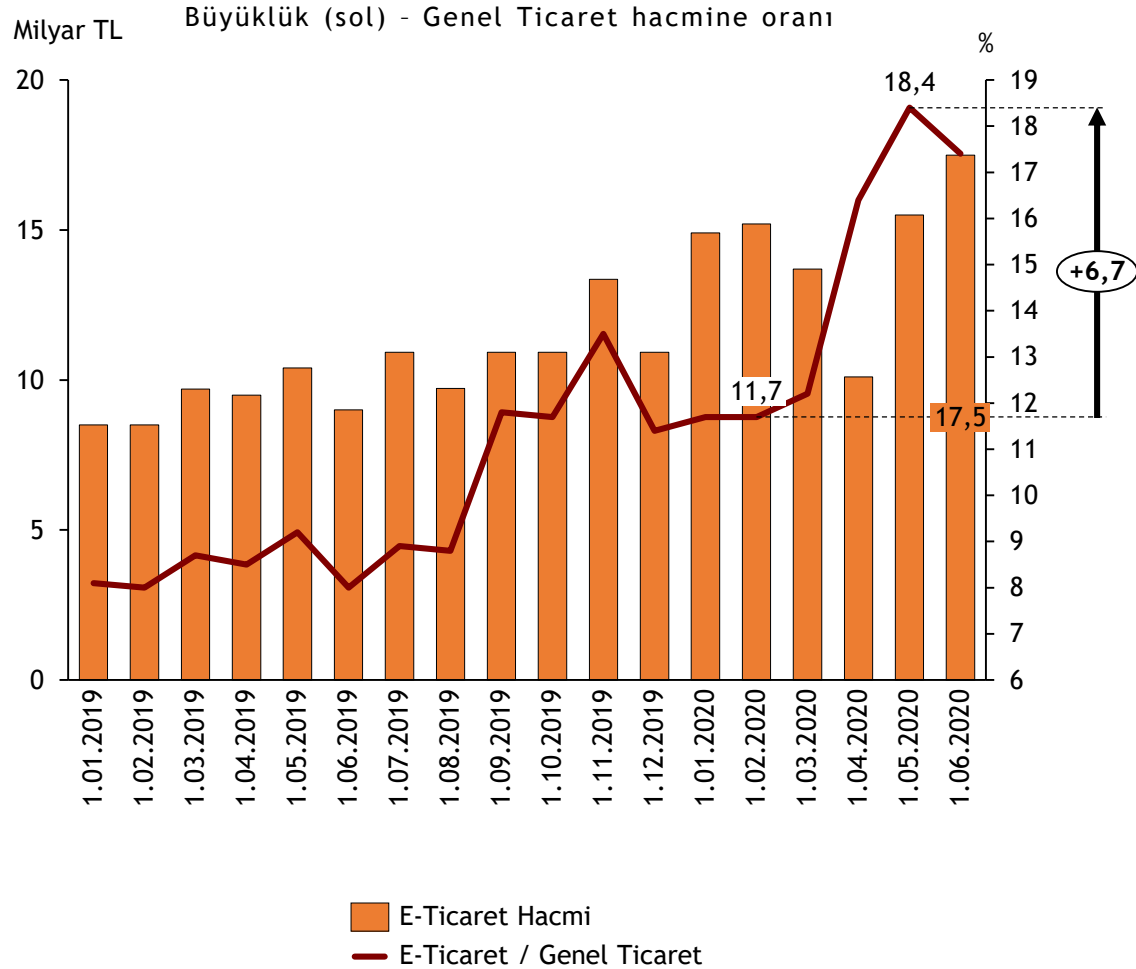
Tüketici Kredileri

13 Haftalık Hareketli Ortalama, Yıllık % Değişim



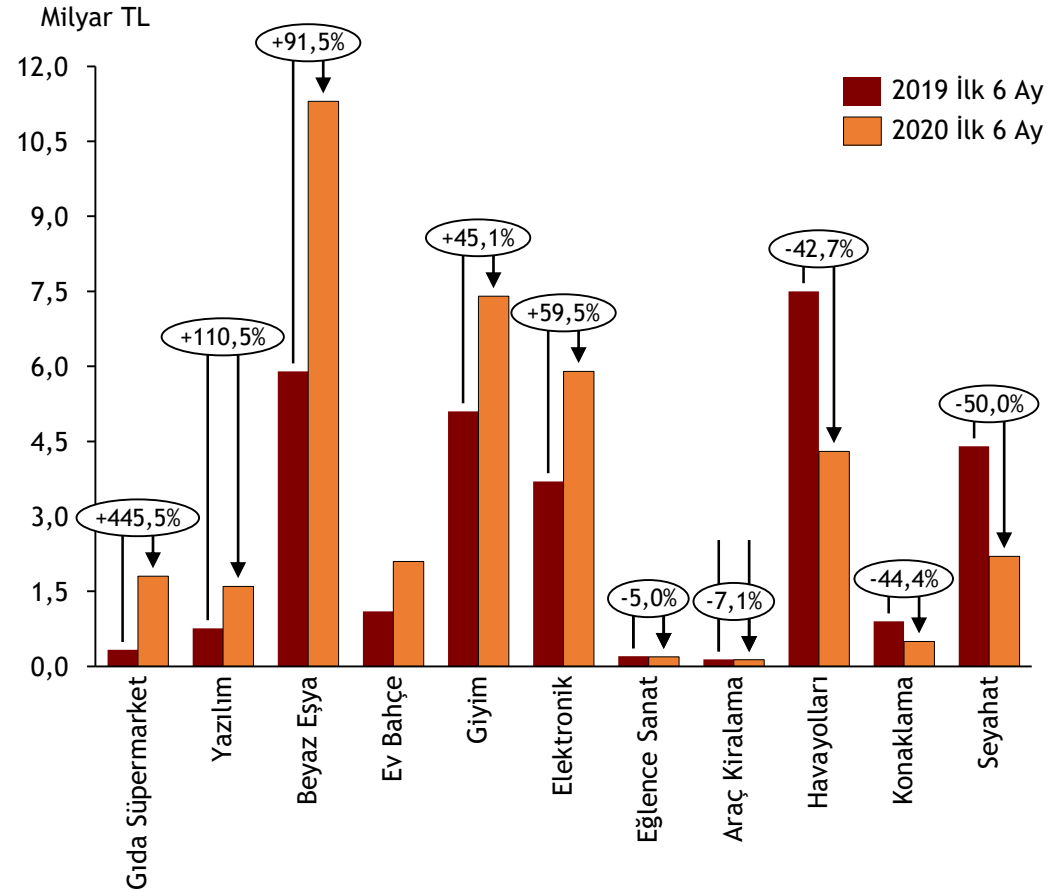
Pandemiyle birlikte internet üzerinden gerçekleştirilen harcamaların genel ticaretteki payı atağa geçti. Bu süreçte internet satışları en çok gıda, yazılım ve beyaz eşyada arttı.

E-Ticaret Pazar Hacmi

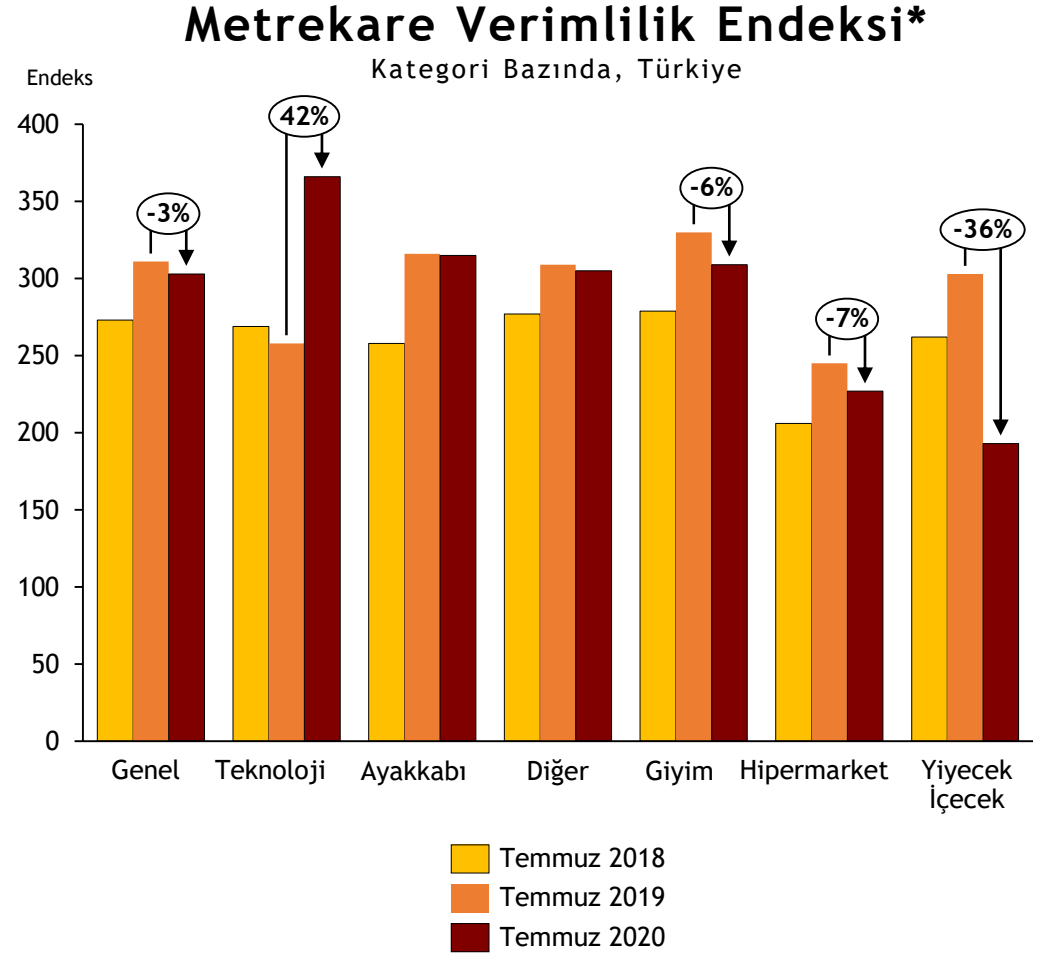
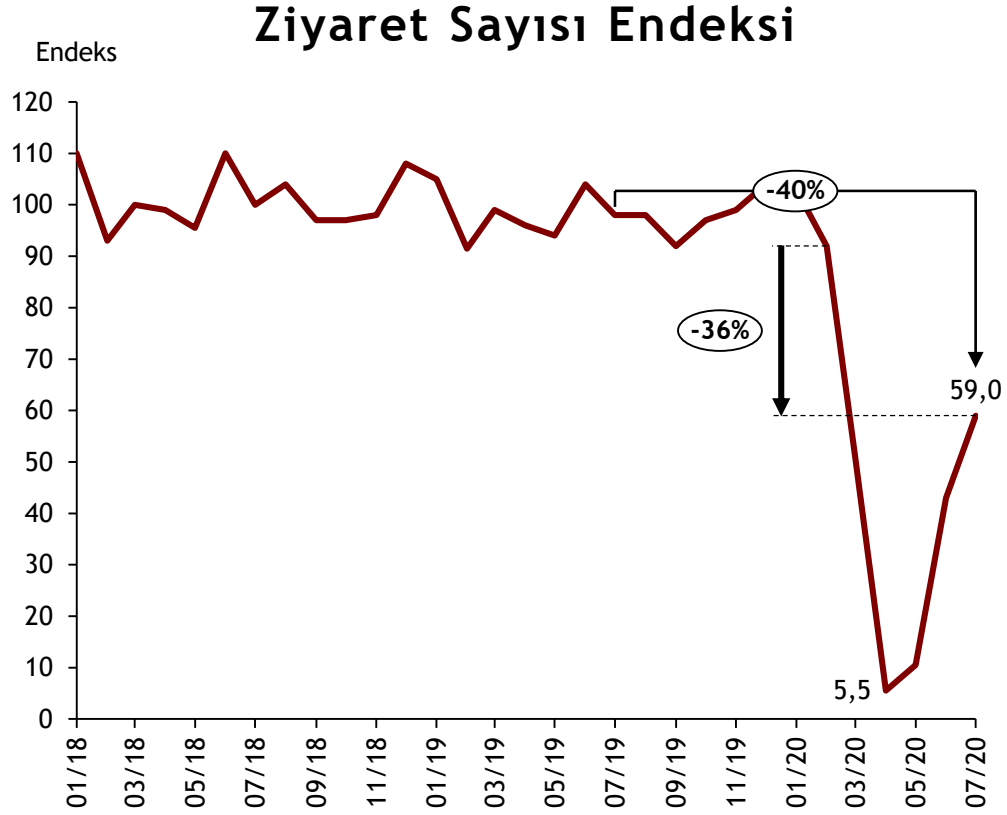


E-Ticaret Pazar Hacmi

En çok artış/azalış gösteren sektörler



Doluluk oranı salgın öncesinin altında kalan AVM'lerde, metrekare verimliliğinde tüm kategorilerde gerileme yaşanırken teknolojiadaki %42'lik artış öne çıkıyor.

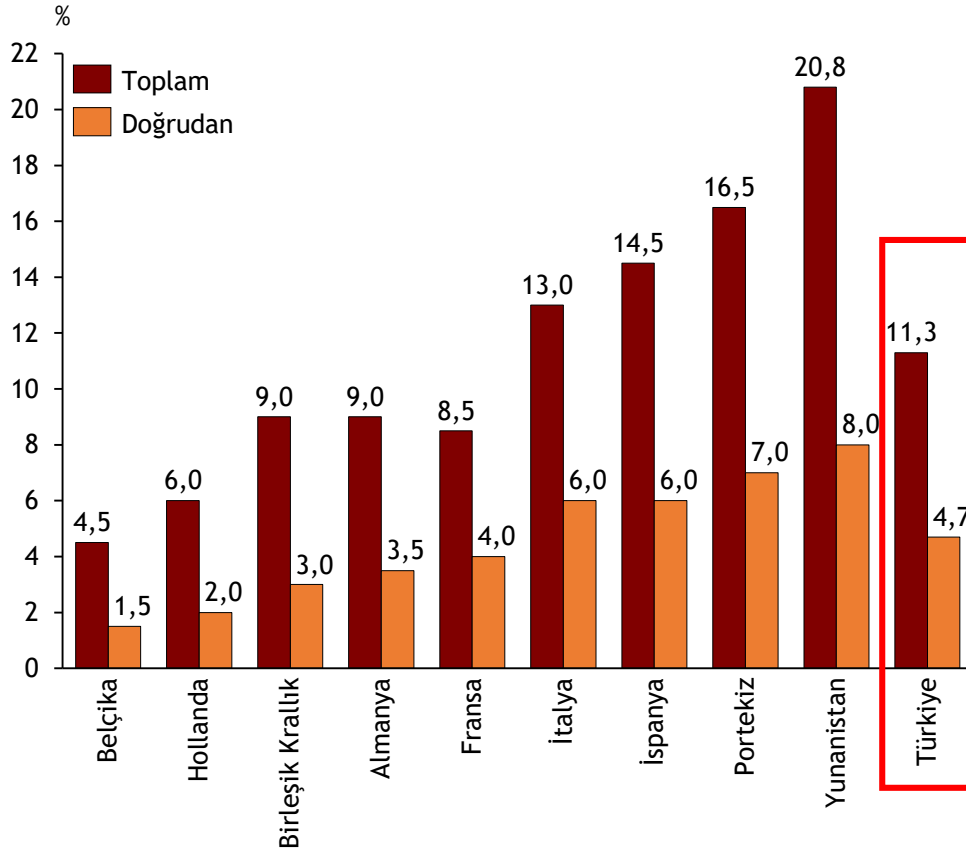


*Sektöre ait ciro endeksi, Anadolu ve İstanbul'un kiralanabilir alan büyüklükleri ağırlıklandırarak hesaplanmıştır.

Perakende başta olmak üzere bir çok sektör gelirini etkileyen turizm rakamları henüz toparlanabilmiş değil.

Turizm Gelirlerinin GSYH'ye Katkısı

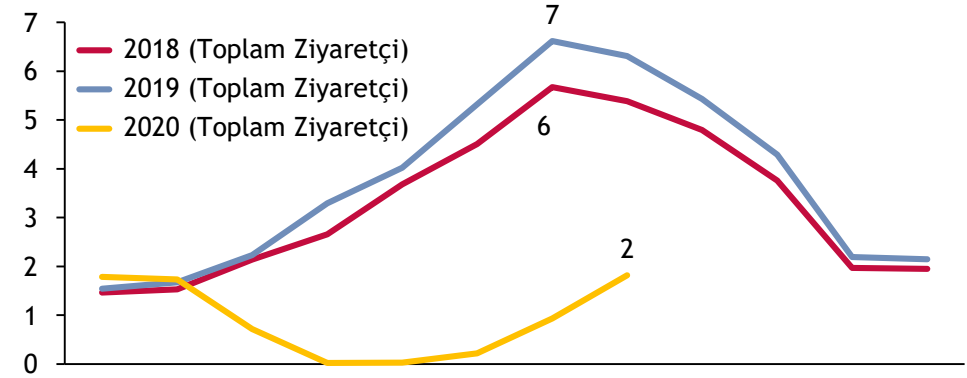
2019 GSYH, %



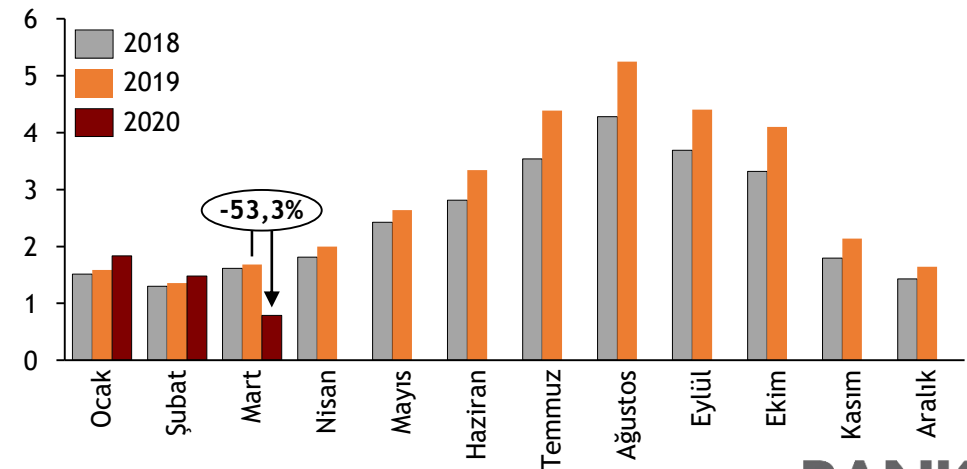
Turizm İstatistikleri

Toplam ziyaretçi (üst) - Turizm Gelirleri(alt)

Milyon Kişi



Milyar \$



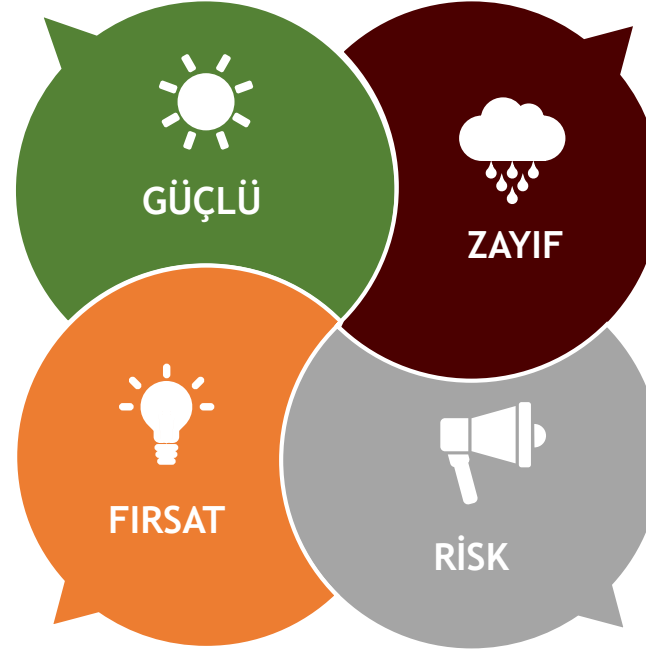
2020'de tüm sektörlerde olduğu gibi perakende de gerileme yaşanmasına karşın organize pazardan e-ticarete geçiş yeni büyüme alanları yaratıyor.

GÜÇLÜ

Büyük iç pazar ve dirençli talep
Yüksek genç nüfus
Organize perakende potansiyeli
E-Ticaret büyüme hızı

FIRSAT

Yurt dışı pazarların varlığı
Küresel yatırım iştahı
Alışveriş turizmi



ZAYIF

Satın alma gücündeki düşüş
Maliyetlerdeki artış
İndirim marketlerinin yerel marketlere baskı oluşturması

RİSK

Jeopolitik gerilimler
Krizin harcama kapasitesini düşürmesi
Turizm ve AVM'lerdeki düşüşün devam etmesi

Perakende sektörü, pazar payı ve büyüme potansiyeli ile gelecek vaat ediyor.

Sonuç ve Beklentiler

Pazar Payı

- ❑ Büyük iç pazar ve yüksek genç nüfus, perakende sektörü için büyük potansiyel oluşturuyor.

Covid-19

- ❑ 2020'de mağazaların kapanması ve sosyal mesafe tedbirleri neticesinde hasar gören perakendenin toparlanma hızında kriz sonrası dönemde zorunlu olmayan harcamalardaki düşüşün kalıcılığı etkili olacak.

Organize Perakende

- ❑ Organize perakendenin gelenekselden pazar payı kazanmasıyla sektörde verimlilik artışı yaşanacaktır.

E- Ticaret

- ❑ Salgınla birlikte gıda alışverişi gibi dirençli alanlarda da yaygınlık kazan e-ticaret hacminin yakaladığı ivmeyi artırarak devam ettirmesi ve harcama kanallarında yapısal dönüşümlerin yaşanması ön görülüyor.

Turizm

- ❑ Türkiye'de giderek yaygınlaşan alışveriş turizminin ekonomik büyümeye katkısı, önemli bir fırsat olarak öne çıkıyor.

İstanbul Havaalanı

- ❑ Tüm dünyada hızla büyüyen havaalanı perakendeciliğinde, geniş perakende alanıyla İstanbul Havalimanı'nın önemli katkı sağlaması bekleniyor.



Teşekkürler..

ekonomikarastirmalar@albarakaturk.com.tr

Burada belirtilen bilgiler güvenilirliğine ve doğruluğuna inanılan kaynaklardan, okuyucuyu bilgilendirmek amacıyla derlenmiştir. Resmi kaynaklardan alınan bilgilere dayalı yapılan yorumlar ve tahminler, o tarihteki kanımızı yansıtmaktaysa da bu bilgiler, hiçbir şekilde yatırım danışmanlığı faaliyeti olarak değerlendirilemeyecektir. Söz konusu kaynaklardaki hata ve eksikliklerden ve bu bilgilerin kullanılmasından doğabilecek zararlardan dolayı, Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. hiçbir sorumluluk kabul etmez. İşbu rapor içerisindeki bilgilere ait telif hakkı Bankamıza ait olup, üçüncü kişilerce izinsiz kullanılamaz, çoğaltılamaz veya kopyalanamaz.