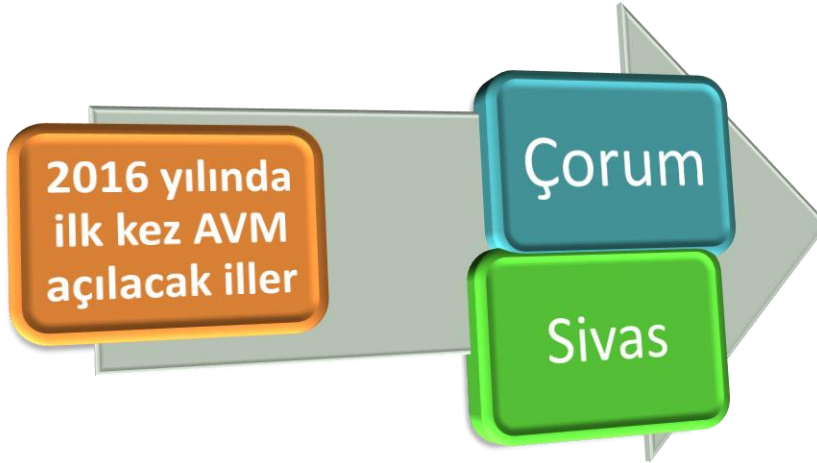


Perakende sektörü Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden bir tanesidir. Geçtiğimiz yıl itibarıyla dünya genelinde 16 trilyon dolarlık bir hacme sahip olan perakende sektörü aynı dönemde %11'lik bir büyüme göstermiştir. 2015 yılsonu itibarıyla 22 trilyon dolara ulaşması beklenen perakende sektörü, Türkiye'de ise her yıl ortalama %5,7 büyümektedir. 1.8 milyon kişiye iş sağlayan perakende sektör hacminin 2016 itibarıyla 420 milyar dolara ulaşması beklenmektedir.

Türkiye genelinde 2015'te AVM sayısının açılan 18 yeni AVM'yle birlikte 358'e ulaştığını düşündüğümüzde, perakendeciliğin Türkiye'de AVM odaklı büyüdüğünü söyleyebiliriz. Nüfus artış hızı, perakende sektöründeki tercihler ve mobil teknolojilerin gelişmesi uzun vadede AVM'ciliğin daha da büyüyeceğini göstermektedir. **Nitekim 2016 yılı için yeni 44 AVM açılışıyla birlikte toplam AVM sayısının 402'ye ulaşması beklenmektedir.** Bu veriyle il başına 5 AVM düşmektedir, fakat hala AVM olmayan 30'un üzerinde il bulunmaktadır. **Türkiye'de 2016 yılında Çorum ve Sivas'ta ilk kez AVM açılacak olması da şehirlerarası gelişmişlik farkını ortaya koymaktadır.** Elbetteki şehrin kalkınma projeksiyonu için AVM olup olmaması tek kriter değildir; ancak şehirde sosyal ortamların azlığı şehirdeki yaşam kalitesinin seviyesini de gözler önüne sermektedir.



2016 yılı için 100 ila 110 milyar TL ciro beklentisi olan sektörde 2016 yılsonu itibarıyla AVM'lere 2 milyar giriş olacağı tahmin edilmektedir. 2015 sonu itibarıyla GLA (Toplam Kiralanabilir Alan) ortalama 10,5 milyon metre kare iken, 2016 – 2017 yılları içinde eklenecek 2,3 milyon metre kare GLA'da yüzde 22'lik bir artış olması beklenmektedir.

2015 yılına baktığımızda **AVM sayısına** göre İstanbul listenin başını çekmektedir. 103 AVM ile 1. sırada olan İstanbul’da 100 kişiye 27,7 metrekare kiralanabilir alan düşmektedir. **Kişi başı kiralanabilir ortalama alan** konusunda Ankara 1.sırada yer alırken; Van bin kişiye 8 metre ile son sırada bulunmaktadır.

AVM Sayısına Göre Türkiye’den İlk 10 İl

Sıra	İl	GLA	AVM	Nüfus	1000 kişi başına düşen GLA
1	İstanbul	3.986.374	103	14.377.018	277
2	Ankara	1.462.648	37	5.150.072	284
3	İzmir	564.753	22	4.113.072	137
4	Antalya	329.249	16	2.222.562	148
5	Bursa	384.030	11	2.787.539	138
6	Muğla	156.685	11	894.509	175
7	Kocaeli	245.449	10	1.722.795	142
8	Aydın	134.142	8	1.041.979	129
9	Konya	224.251	8	2.108.808	106
10	Balıkesir	82.968	6	1.189.057	70

Kaynak: Perakende.org

2016 İLK ÇEYREKLE İLGİLİ İSTİHDAMA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA VE PERAKENDE SEKTÖRÜ’NÜN ANALİZİ

Türkiye’den işverenleri temsil eden 1.002 temsilciyle yapılan araştırmada geçtiğimiz yıl ve yıllara göre 2016’ya yönelik pozitif beklentiler göze çarpmaktadır. Türk işverenler, önümüzdeki çeyrekte işe alımla ilgili kayda değer planları olduğunu belirtmektedir. İşverenlerin %20’si istihdamda artış beklerken %9’u azalma öngörmekte ve %67’si de değişiklik olmayacağını tahmin etmektedir. Bunun sonucunda da Net İstihdam Görünümü +%11’i olarak karşımıza çıkmaktadır.

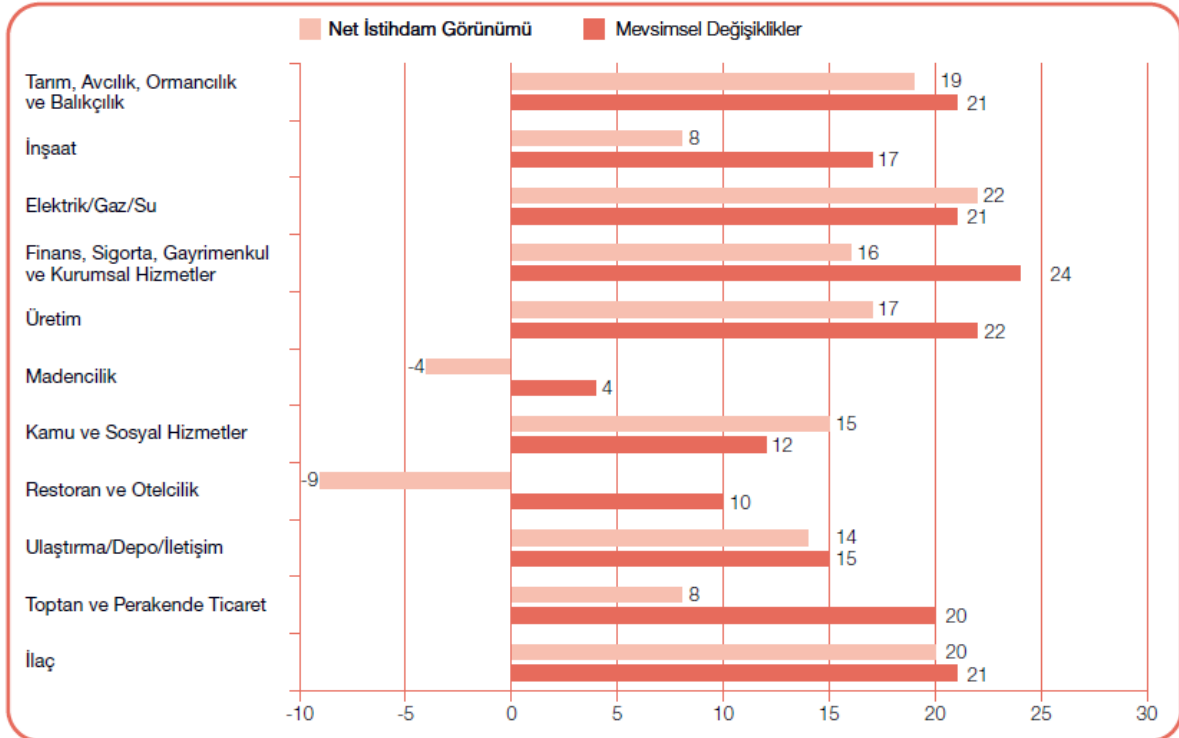
PERAKENDE SEKTÖRÜ

“2015 Değerlendirmesi, 2016 Beklentileri”

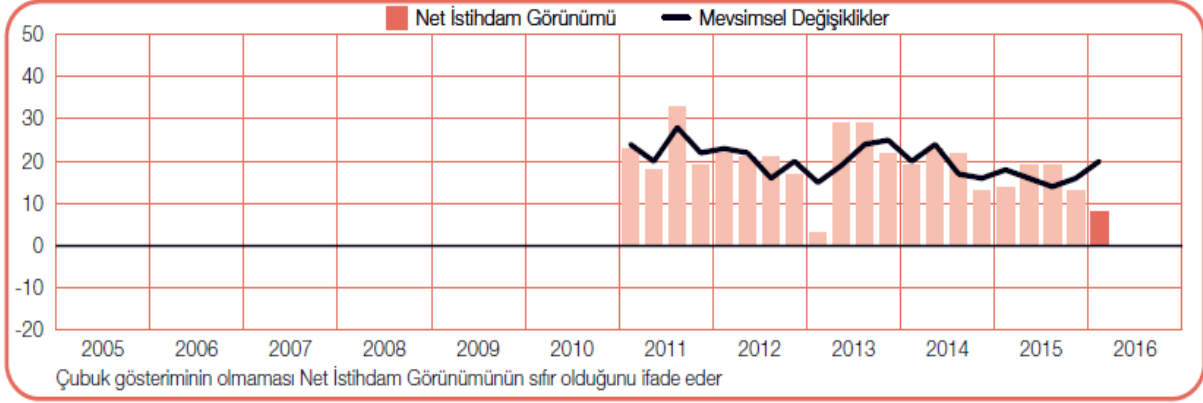
EMRE YILMAZ

	Artış	Düşüş	Değişiklik Yok	Bilmiyorum	Net İstihdam Görünümü	Mevsimsel Değişiklikler
	%	%	%	%	%	%
2016 1. çeyrek	20	9	67	4	+11	+19
2015 4. çeyrek	23	12	62	3	+11	+15
2015 3. çeyrek	26	7	63	4	+19	+15
2015 2. çeyrek	27	6	64	3	+21	+16
2015 1. çeyrek	25	11	62	2	+14	+19

Aşağıdaki grafikte de görüleceği gibi, 2016'nın 1. çeyreğinde 11 sektörün tamamında istihdam artışı öngörülmektedir. Üretim sektöründeki işverenler +%22'lik bir görünüm ile sağlıklı bir istihdam artışı beklerken, **en güçlü işe alım hızı Net İstihdam Görünümü +%24 olan Finans, Sigorta, Gayrimenkul ve Kurumsal Hizmetler sektörlerinde** beklenmektedir. **Toptan ve Perakende Ticaret sektörü +%20'lik bir görünümde kalırken;** üç sektördeki işverenler (**Tarım, Avcılık, Ormancılık ve Balıkçılık sektörü, Elektrik, Gaz ve Su sektörü ve İlaç sektörü**) +%21'lik bir işgücü büyümesi öngörmektedir.



Perakende sektörüne baktığımızda ise genel olarak %20'lik bir artışın olacağı ön görülmektedir. Bunda açılacak olan yeni AVM'lerin ve tüketim sektöründe artan çeşitliliklerin ve ihtiyaçların olduğunu söylemek mümkün.



PERAKENDE SEKTÖRÜ TRENDLERİ

Dünyanın en büyük 250 perakende şirketinin gelirleri **2015 yılsonu itibarıyla 4,4 trilyon** dolara ulaşırken, listenin tek Türk temsilcisi BİM olmuştur. **BİM, 2014 yılında 6,6 milyar dolarla dünyanın en büyük 153. perakendecisi olurken 2009-2014 yılları arasında toplamda %22'lik bir büyüme yakalamıştır.**

Travel retailing

High-spending travelers are keen to acquire **foreign and luxury brands** abroad, and retailers are catering to them.



Seyahat Perakendeciliği: Küresel jeopolitik ve ekonomik sıkıntılara rağmen uluslararası turizm, beklentilerin ötesinde büyümeye devam etmektedir. Havaalanları perakendeciler için önemli bir destinasyon haline dönüşmekte ve havaalanı perakende tasarımı diye bir kavram oluşmaktadır.



Mobile retailing

83% of internet usage will be through handheld devices in 2015

Mobil Perakendecilik: Önümüzdeki dönem mobil perakendeciliğin agresif büyümeye devam etmesi beklenmektedir. **2015 yılında dünya nüfusunun %65'i akıllı-mobil telefon kullanacak ve internet kullanımının %83'ü bu mobil cihazlarla** olacak. Perakendecilerin bu duruma, mağaza içinde ücretsiz Wi-Fi sunarak ve mobil dostu web sitelerini optimize ederek cevap vermeleri beklenmektedir.



Daha Hızlı Perakende: Hız, perakende önemli bir trend olarak önemini korumaktadır. **Modanın hızlı değişimi**, sadece belirli bir süre için satışta olan ürünler ve **sürpriz indirimler**, ürünlere ve hizmetlere hızlı bir şekilde ulaşılmasını sağlayacak **pop-up satış noktaları**, **self-servis kioskularla** ödeme sırası beklemenin önlenmesi, aynı gün teslimat ve bilgiye anında erişim gibi uygulamalar bu kapsamda karşılaştığımız trendlerden sadece birkaçı...



Deneyim perakendeciliği: Perakende artık sadece ürün değil, aynı zamanda **deneyim ile de doğrudan alakalı**. Perakendeciler müşterileri için **sosyal medya kampanyaları**, **müzik festivalleri**, **moda gösterileri** ve **interaktif ekranlar** gibi satın alma tecrübesini geliştiren **yenilikçi çözümler** sunmaya devam edecek. Müşteriler ise ister mağazada, ister online, ister evde ister sokakta, **tüm kanallarda kesintisiz ve tutarlı bir müşteri deneyimi** beklemekteler.



Yenilikçi perakendecilik: 2015 yılında perakende sektörü, yeni teknolojiler ve yenilikçi rakipler ile değişmeye devam edecek. **3 boyutlu baskı, nesnelerin interneti** vb. yeni uygulamaların hayatımıza girmesi ile perakendecilerin pazar verisini de kullanarak yeniliklere hızlıca cevap vermesi ve üründe, müşteri deneyiminde, iş modelinde kendi yeni uygulamalarını bulması gerekiyor.