



Perakende Endeksi by nielsen
.....

MAYIS 2010 SONUÇLARI

25 HAZİRAN 2010

Organize Perakende Ciroları

Mayıs 2010 itibariyle, perakende sektörü cirolarında aylık ve yıllık bazda bir artış gerçekleşmiştir.

Mayıs 2010 ciroları nisan 2010'a kıyasla %12 artarken, 2009 yılının mayıs ayına göre aylık değişim %5 seviyesinde olmuştur. Yılın ilk beş ayında sektör genelinde cirolar 2009 yılının aynı dönemine göre %6 büyümüştür.

2009 mayıs ayındaki yıllık artış 2008 mayıs ayına kıyasla %3 seviyesindeydi. 2010 mayıs ayındaki yıllık ciro artışı ise %9 düzeyinde olmuştur.

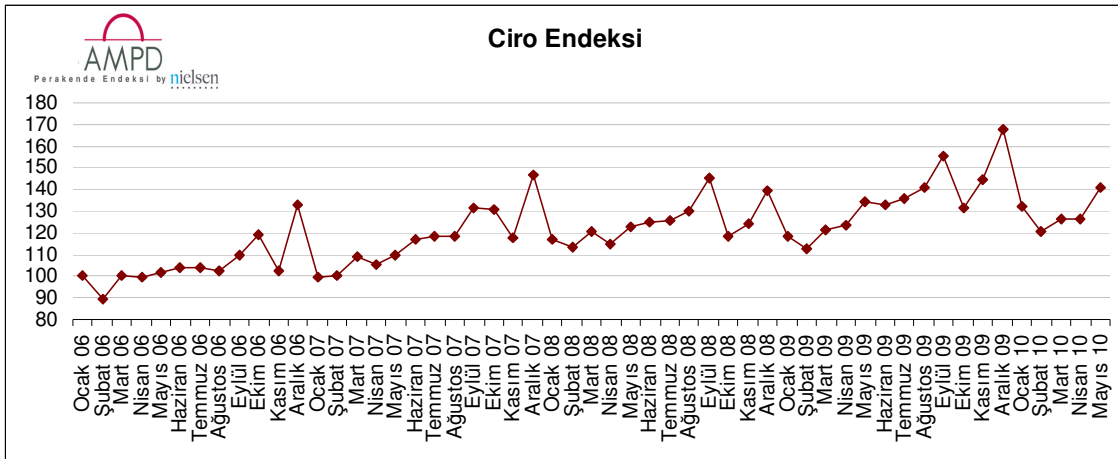
CNBC-e Tüketici Güven endeksi 2010 MAYIS ayında bir önceki aya göre 0.50 oranında bir düşüş göstererek 102.36 düzeyine geriledi.

CNBC-e Tüketim Endeksi MAYIS ayında bir önceki aya göre yüzde 0.73 oranında artış göstererek 169.38 düzeyine yükseldi.

Şubat ayından bu yana önemli oranda yükseliş gösteren endeksin Mayıs ayı sonuçları yükselişin durduğuna işaret ediyor.

Endeksin detaylarına bakıldığında, Mayıs ayında tüketicinin geleceğe ilişkin beklentilerinde kötüleşme izlenirken, tüketim eğiliminde kısmi bir artış gözlemliyoruz. Bu çerçevede, CNBC-e Tüketici Beklenti Endeksi bir önceki aya göre yüzde 3.39 oranında değer kaybedip 87.50 değerini alırken, CNBC-e Tüketim Eğilim Endeksi'nin yüzde 2.56 oranında bir artış ile 148.50 düzeyine çıktı. TCMB İktisadi Yönelim Anketi, Mayıs ayında üretime yönelik ekonomik aktivitede bir önceki aya göre yavaşlamaya işaret ediyordu.

Mevcut durum algısı ve geleceğe ilişkin beklentiler kötüleşirken, CNBC-e Tüketim Eğilimi Endeksi'nin Mayıs ayında artması mevsimsel bir talep artışına işaret ediyor.



Mayıs ayında cirolarda aylık ve yıllık büyüme gerçekleşmiştir. Hazır giyim perakendesi %31lik yıllık büyüme ile ciro büyümesinde lider konumunu korumaktadır. Organize perakende sektörü, 2010 yılının mayıs ayında bir önceki yıla göre %9 ciro artışı göstermiştir. Tüketicinin mevcut durum algısı ve geleceğe ilişkin beklentiler kötüleşirken, CNBC-e Tüketim Eğilimi Endeksi'nin Mayıs ayında artması mevsimsel bir talep artışına işaret etmektedir. Ancak beklentide görülen olumsuz yönelim mutlaka perakendeciler tarafından dikkate alınmalıdır.

Gıda ve Gıda-Dışı Cirolar

Alt sektörler bazında ciroları incelediğimizde, gıda perakendesi cirosunda önceki aya göre %9 artış yaşandığını görüyoruz. Gıda dışında aylık ciro değişimi %17 artış olarak gerçekleşmiştir. Hazır giyim sektörü cirosu da aylık %15 artış kaydetmiştir.

Aylık bazda geçen yılın mayıs ayıyla kıyaslandığında, gıda perakendesi ciroları değişmezken, Gıda dışı perakende cirosu %14 ve hazır giyim ciroları %19 büyümüştür. Yılın ilk 5 ayını geçen yılın aynı dönemiyle kıyasladığımızda, gıda ciroları %2, gıdadışı %13 ve hazır giyim ciroları ise %24 artış kaydetmiştir.

Yıllık olarak baktığımızda ise gıda cirolarında %4, gıda dışında %18lik büyüme gözleniyor. 2009 mayıs ayından- 2010 mayısa yıllık %31 büyüme yaşayan hazır giyim sektörü yeni sezona damgasını vuruyor.

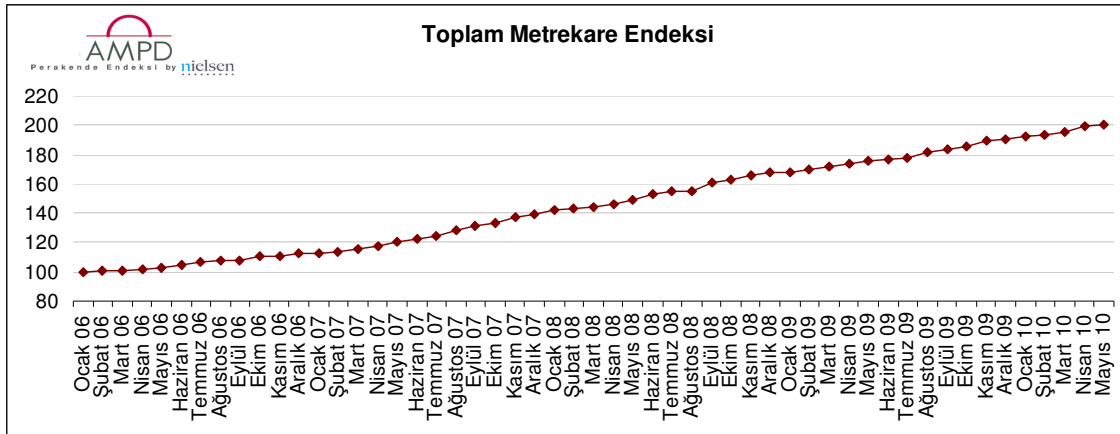
2010 yılı Mayıs ayında 2003=100 Temel Yıllı Tüketici Fiyatları Endeksi'nde bir önceki aya göre %0,36 düşüş, bir önceki yılın Aralık ayına göre %4,17, bir önceki yılın aynı ayına göre %9,10 ve on iki aylık ortalamalara göre %7,20 artış gerçekleşmiştir.

Alt sektörler bazında 2010 mayıs ayında, aylık ve yıllık ciro artışı yaşanmış, tüketimde bir önceki ayda yaşanan mevsimsel dönüş yerini artışa bırakmıştır. Gıdadışında yatırımların dönüşü alınmaktadır. Hazır giyim sektörü yıllık ciro büyümesinde önemli bir pay sahibidir. Yılın başında 236 olan AVM sayısı Mayıs sonu itibariyle 6 artış ile 242'ye çıkarken, özellikle hazır giyimde görülen ciro artışı artık metrekare artışları ile açıklanamayacak konuma gelmiştir. Bu konum hazır giyim perakendecilerinin yeni atılımları için sağlam bir zemin hazırlamaktadır. Tüketici gücündeki düşme eğilimi henüz alışverişte ifadesini bulmamıştır.

Metrekare Endeksi

Metrekare endeksine baktığımızda, yıllık olarak %15 artış gözlemliyoruz. Öte yandan, 2009 mayıs ayındaki bir yıllık büyümeye baktığımızda %17 olarak gerçekleştiğini görüyoruz. 2010 yılında sektör genelindeki metrekare artışları 2009 yılına paralel seyretmektedir. Yılın ilk 5 ayında sektör genelinde %5 metrekare artış kaydedilmiştir.

Mağaza sayılarına baktığımızda ise, yıllık %20 artış yaşandığı görülmektedir; 2009'daki yıllık %17lik artış oranının önüne geçilmiştir. Aralık 2009 yıl sonuna kıyasla, mağaza sayıları %8 artarken, metrekareler ise %5 büyümüştür.



Sektör 2010 yılında da metrekare artışlarını sürdürmektedir. Mayıs ayı itibariyle mağaza artış hızı 2009'un aynı döneminin çok az da olsa önüne geçmiştir.

Özellikle, 2010 yılı ilk 5 ayındaki mağaza gelişiminin öncüsü gıda yatırımları olmuştur. Yıllık bazda metrekare gelişiminin öncüsü de %22 ile hazır giyim sektörüdür. Mağaza sayılarında da yıllık %27 büyüme oranı ile öncü yine gıda perakendesidir; gıdada son dönemde mağaza sayısındaki artış metrekare artışının önüne geçmiştir. Daha küçük m²'li mağaza artışları söz konusudur. Gıdadışında ise mağazalar daha büyük m²lerle açılmaktadır.

Gıda ve Gıda-Dışı Metrekareleri

Mayıs 2010'da yıllık metrekare artışı gıdada %14, gıda dışında %15 seviyesinde gerçekleşmiştir. Gıdada metrekare artış hızı 2009'un gerisinde kalmış olsa da gıdadışında aynı hızı yakalamıştır. Hazır giyimde mayıs 2010'da yıllık %22 metrekare artışı yaşanmıştır. Geçen sene hazır giyim metrekare alanında ise %21 büyüme gözlemlenmişti.

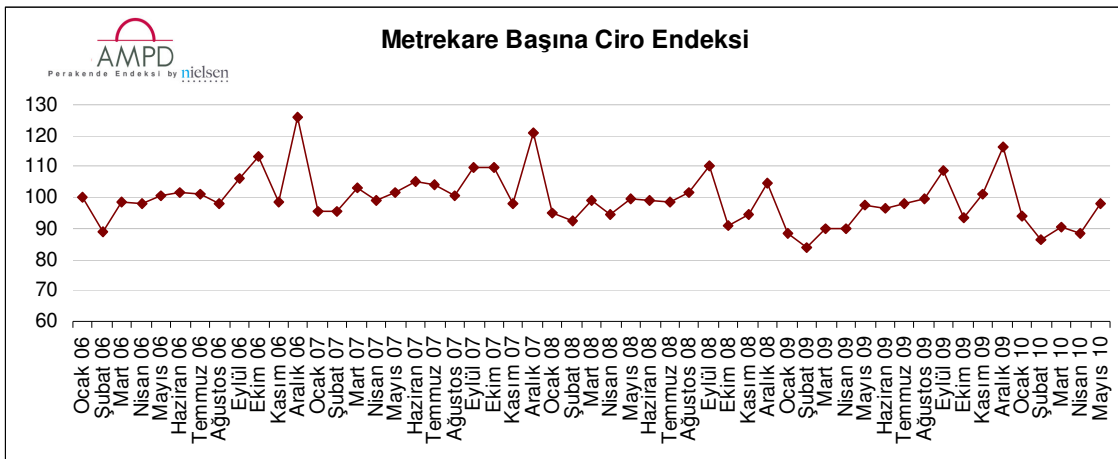
Geçen yılın mayıs ayına göre yıllık mağaza sayıları gelişimine baktığımızda ise, Gıdada %27 artış olurken, gıda dışında ise %12 artış olduğu görülmektedir. Hazır giyim sektöründe mağaza sayısı artışı %14 düzeyinde kalmıştır.

Gıda perakendesi yıllık %27 mağaza sayısı artışıyla yatırımlarda öncü konumdadır ve 2008-2009 dönemindeki eğilimini sürdürmektedir. 2009 yılı sonuna kıyasla gıda yatırımlarındaki %5'lik metrekare artışı kayda değerdir. Gıdadışı yatırım ivmesini yavaşlatmış olmasına rağmen, yıllık %15 artışı korumuştur. Hazır Giyim perakendesi yatırım atağıyla metrekaresini yıllık bazda %22 artırmıştır.

Organize perakende sektörü metrekareleri mayıs ayında hazır giyim perakendesi ağırlıklı bir büyüme yaşamıştır.

Metrekare Başına Cirolar

Mayıs 2010'da metrekare başına ciro endeksi nisan 2010'a göre %10 artarken, yıllık bazda %1 yükselme kaydedilmiştir.



Gıda ve Gıda-Dışı Metrekare Başına Cirolar

Alt sektörler baktığımızda; gıdada aylık %8 artış, mayıs 2009'a göre ise %4 düşüş yaşanmıştır. 2009 yılında 2008 yılı aynı dönemine göre ise %5 düşüş gerçekleştiği görülmektedir. Sektördeki verimlilik kaygısı, metrekare başına cirolardaki mevsimsel düşüşü azaltma yönünde gerçekleşmiştir.

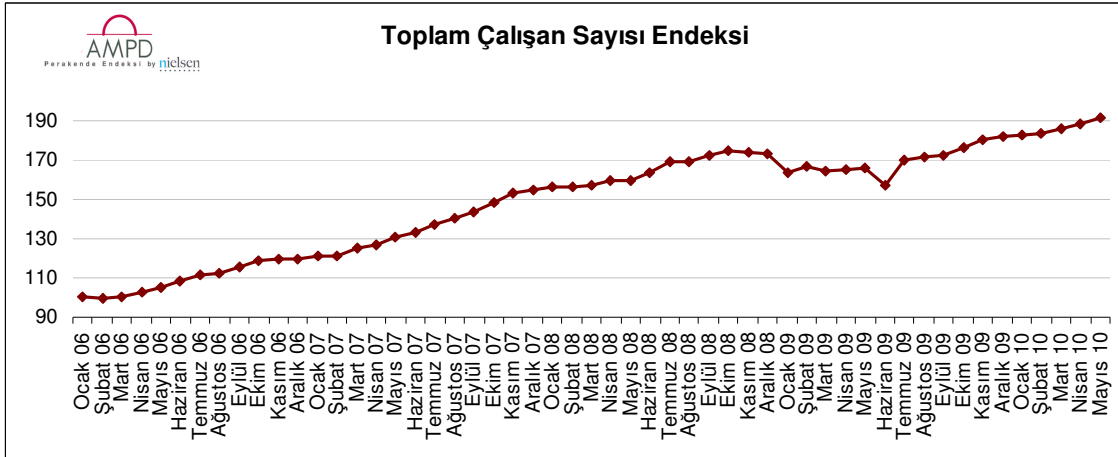
Gıda dışında ise aylık bazda %15 artış olurken, geçen yılın mayıs ayına göre ise %9 artış olduğu gözlenmektedir. Hazırgiyim sektörü ise, bir önceki aya göre %13, mayıs 2009'a göre ise %7 verimlilik artışı yakalamıştır. Hazır giyim sektöründe ciroların metrekarelerin ve mağaza sayısı artışının önünde büyümesi metrekare başına ciro verimliliğini geliştirmiştir.

Özellikle gıda dışında yıllık bazdaki metrekare artışından daha yüksek gerçekleşen ciro artışına bağlı olarak, metrekare başına cirolar yükselmiştir. Öte yandan, gıda yatırımlarının devam etmesi nedeni ile, gıda perakendeciliğinde yıllık bazda metrekare başına cirolarda %4 düşüş yaşansa da, aylık bazda %8 yükseliş yaşanmıştır.

Sektör İstihdamı

Sektör istihdamı aylık bazda %2, yıllık bazda ise %16 artmıştır. 2009 yılındaki %4'lük istihdam artışının önüne geçilmiştir. İlk 5 ayda istihdam %6 artmıştır.

Bilindiği gibi Türkiye genelindeki 2010 yılı mart ayı işsizlik oranı %13,7 olarak açıklanmıştır. Bu oran kentsel istihdamda %15,6, genç nüfus istihdamında ise %24,6 düzeyindedir. Bu durumda organize perakende, ender rastlanan bir istihdam yaratma başarısını yakalamış görünmektedir.



Gıda ve Gıda-Dışı Perakendede İstihdam

Alt sektörlerde istihdam artışı sürmektedir. Gıdada yıllık bazda %16 istihdam artışı yaşanmıştır.

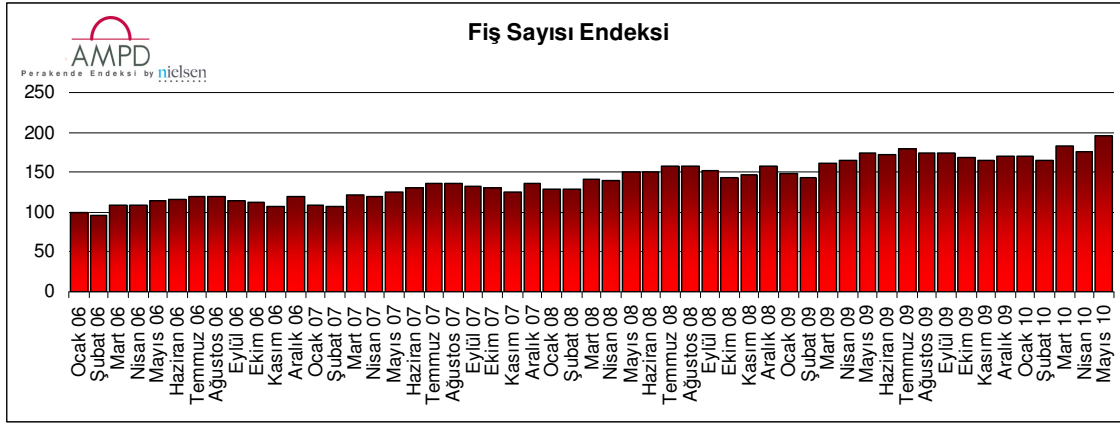
Gıdadışında yıllık %15 artış olurken, hazır giyimde ise %26 istihdam gelişimi gözlenmektedir. 2010 yılının ilk 5 ayında gıda %8, gıdadışı %6 ve hazır giyim sektörleri %10 istihdam artışı yaratmıştır.

Sektör, işsizliğin %13,7'ye ulaştığı dönemde istihdam yaratma gücünü tüm olumsuzluklara rağmen yıllık %16 artışa ulaştırmıştır. Organize perakende sektörünün alt sektörler bazında

yıllık %26'ya kadar yükselen oranlarda yarattığı bu kayıtlı istihdam, organize perakendenin Türkiye ekonomisinin temel kaldıraçlarından biri olduğuna tekrar işaret etmektedir.

Fiş Sayıları

2010 nisan ayına göre organize perakende fiş sayıları mayıs 2010'da %11 artmıştır. Bunda Mayıs ayında yaşanan mevsimsel artış etkili olmuştur. Mayıs 2009'a kıyasla aylık ve yıllık bazda %13 artış olmuştur. 2010'un ilk 5 ayı 2009'un ilk 5 ayı ile karşılaştırıldığında, fiş sayılarında %12 artış kaydedilmektedir.



Gıda ve Gıda Dışı Fiş Sayısı

Aylık bazda tüm sektörlerde ve özellikle hazır giyimde artış gerçekleşmiştir. Gıdada fiş sayısı yıllık %11 artarken, gıdadışında bu oran %19 olmuştur. hazır giyimde aylık %20, yıllık bazda ise %34 artış gerçekleşmiştir.

1 yılda toplam fiş sayısında %13lük artış tutarlı bir seyre girildiğine işaret etmektedir. Geçen yıl bu oran %15 olmuştur. Tüketici uzun bir zamandan bu yana sık ama az alışveriş temposuna alışmıştır; 2009da öne çıkan bu alışkanlık ilk kez bir önceki aya göre farklılık göstermiştir. Fiş sayısı artış oranı ciro artışının çok az da olsa önüne geçmiştir. Fiş sayılarının artış oranı ciro artış oranlarının çok üzerinde seyretmiştir.

Mayıs ayında nisan ayına göre gıdada ve gıdadışında hem fiş sayısı hem de ciroda artış yaşanmıştır.