



FRANCHISING DERNEĞİ
TURKISH FRANCHISE ASSOCIATION

**TÜSİAD PERAKENDE PAZARININ GELECEĞİ VE KÜRESEL TRENDLER
RAPORU TANITIM TOPLANTISI**

Tarih:

11 Temmuz 2025, Cuma

Yer:

TÜSİAD Merkezi, Tepebaşı / İstanbul

Katılımcılar (UFRAD):

- Osman Faik Bilge – UFRAD Başkan Yardımcısı
- M. Nezif Emek – UFRAD Yönetim Kurulu Üyesi

PROGRAM

10.00	Açılış Konuşmaları	İzzet Özilhan , TÜSİAD Yönetim Kurulu Üyesi ve Tarım, Gıda, Hizmetler Yuvarlak Masa Başkanı
10.20	“Perakende Pazarının Geleceği ve Küresel Trendler” Raporu Sunumu”	Yusuf Bulut , EY-Parthenon Türkiye Şirket Ortağı
10.40	“Perakendenin Küresel Rotası: Uluslararası Dinamikler ve Yerel Yansımaları” Paneli	Moderatör: Atilla Yerlikaya , TÜSİAD Perakende Çalışma Grubu Başkanı Alp Önder Özpamukçu, GPD (Gıda Perakendecileri Derneği) Yönetim Kurulu Başkanı Burak Kaplan, Ticaret Bakanlığı Perakende Ticaret Dairesi Başkanı Sinan Cem Şahin, Trendyol Grubu Başkan Yardımcısı Yusuf Bulut, EY-Parthenon Türkiye Şirket Ortağı
11.40-12:00	Soru & Cevap	

ETKİNLİK RAPORU

1. Genel Bilgilendirme

TÜSİAD tarafından düzenlenen bu önemli etkinlikte, EY-Parthenon iş birliğiyle hazırlanan ve perakende sektörünü küresel ölçekte etkileyen trendleri konu alan kapsamlı bir araştırma raporu tanıtıldı.

Çalışma, üç ana aşamadan oluşacak şekilde tasarlanmış olup, toplantı ilk aşamayı temsil etmektedir. Bu ilk aşamada küresel eğilimler değerlendirilmiş, ilerleyen süreçte Türkiye perakende sektörüne özgü analizlerin paylaşılacağı belirtilmiştir.

2. Raporun Ana Başlıkları

EY-Parthenon tarafından hazırlanan raporda öne çıkan 6 küresel trend şu şekilde sıralanmıştır:

- Yeni Nesil Tüketiciler ve Beklentileri:** Yeni nesil tüketiciler, yalnızca fiyat odaklı değil; sağlıklı, sürdürülebilir ve değer odaklı ürünlere yönelmektedir.
 - Özel markalı (private label) ürünlere olan ilgi artmakta,
 - Sektörler arası yaratıcı iş birlikleri (örneğin: perakende + sağlık, perakende + finans) dikkat çekmektedir.
 - Fiyat/performans dengesi ile sosyal sorumluluk değeri taşıyan markalar öne çıkmaktadır.
- Kanallar Arasındaki Sınırların Kalkması:** Fiziksel mağaza ve dijital satış kanalları arasındaki çizgiler silinmiş durumdadır.
 - Tüketici, alışveriş deneyimini çok kanallı (omnichannel) yapılarla sürdürmeyi tercih etmektedir.
 - Deneyim odaklı iş modelleri geliştiren markalar fark yaratmaktadır (örneğin: mağazada deneyimleyip dijitalden satın alma).
 - Satış sonrası destek, teslimat ve iade süreçlerinde kanallar arası kusursuz geçiş beklentisi artmaktadır.
- Teknolojinin Hızlanan Entegrasyonu:** Yeni teknolojiler, özellikle yapay zekâ ve otomasyon uygulamaları, perakende süreçlerine hızla entegre olmaktadır.
 - Müşteri deneyimi kişiselleştirilmektedir (örneğin: öneri motorları, chatbot'lar).
 - Operasyonel verimlilik artarken, stok yönetimi, fiyat optimizasyonu ve tahminleme gibi alanlarda veri analitiği ön plandadır.
 - Gömülü ödeme sistemleri gibi dijital çözümler, müşteri sadakatini artıran yeni etkileşim alanları sunmaktadır.
- Sürdürülebilirlik Odaklı Şeffaf Perakende:** Çevresel ve sosyal etkiler, markaların temel sorumluluk alanlarına dönüşmektedir.
 - Tüketiciler, çevre dostu ürünler, etik tedarik zinciri ve şeffaf süreçler talep etmektedir.

- Düzenleyici kurumlar, karbon ayak izini azaltan uygulamaları önceliklendirmekte ve raporlamayı zorunlu hale getirmektedir.
 - Markalar, bu dönüşümü kurumsal kimliklerinin bir parçası haline getirmeye başlamıştır.
5. **Tedarik Zincirinde Esneklik ve Dayanıklılık:** Küresel krizler ve belirsizlikler karşısında, tedarik zincirlerinin dirençli olması artık kritik önemdedir.
- Esneklik, bölgesel tedarik ve alternatif kaynaklara yönelme ile sağlanmaktadır.
 - Son kilometre teslimat çözümleri (last mile logistics) gelişmekte; zamanlama, hız ve sürdürülebilirlik birlikte ele alınmaktadır.
 - Çevreci lojistik ve karbon salımı düşük dağıtım yöntemleri yaygınlaşmaktadır.
6. **Yeni Nesil İş Gücü Uygulamaları:** Dijital dönüşümle birlikte iş gücüne yönelik yaklaşımlar da hızla değişmektedir.
- Esnek ve güvence temelli çalışma modelleri, çalışan verimliliğini ve memnuniyetini artırmaktadır.
 - Dijitalleşme, uzaktan çalışma, eğitim ve ölçme-değerlendirme sistemleriyle desteklenmektedir.
 - Kadın istihdamını artırmaya yönelik politikalar ve eşitlikçi uygulamalar hâlâ önemini korumakta, kapsayıcı iş ortamları teşvik edilmektedir.

Bu başlıklar, perakende sektörünün yakın gelecekteki dönüşüm alanlarını ve yönelimlerini kapsamaktadır.

3. Görüşmeler ve Temaslar

Etkinlik sonrasında UFRAD Yönetim Kurulu Heyeti aşağıdaki önemli sektör temsilcileriyle birebir görüşmeler gerçekleştirmiştir:

- **İzzet Özilhan** – Gıda Perakende ve Tarım Grup Başkanı
- **Murat Yerlikaya** – Perakende Başkanı

Bu görüşmelerde:

- UFRAD'ın misyonu ve çalışmaları tanıtıldı,
- Franchising sisteminin sektörel katkıları vurgulandı,
- Raporun ilerleyen aşamalarında franchise modeline özel bölümler oluşturulması tavsiye edildi.

Katılımcılar, UFRAD ile olası iş birliklerine açık bir yaklaşım sergilemiş, temaslar olumlu bir havada gerçekleşmiştir.

4. Genel Değerlendirme

Etkinlik, UFRAD açısından hem sektörel temsiliyetin güçlendirilmesi hem de stratejik iş birliklerinin geliştirilmesi açısından oldukça verimli geçmiştir.

Derneğimiz, perakende sektörüne yönelik yapılacak detaylı analizlerde:

- Franchising modelinin güçlü yönlerini aktarmaya,
- Sektöre özgü çözüm önerileri geliştirmeye,
- Türkiye'nin perakende vizyonuna katkı sunmaya hazır olduğunu ilgili tüm paydaşlara iletmiştir.

