

HİPERMARKETLER VE MÜLKSÜZLEŞME

Aydınlık Dergisi, 7 Ocak 2001

Yıldırım Koç

27 Aralık 2000 tarihli Milliyet Gazetesi'nde TESK Genel Başkanı Derviş Günday'ın bir bayram ve yeni yıl mesajı yayınlandı. Bu mesajda şöyle deniyor: "Türk esnaf ve sanatkarı, ekonomik açıdan çok zor bir dönemi daha geride bıraktı... Esnaf ve sanatkarımız yeni yılda, başta hiper ve grosmarketler olmak üzere, her türlü haksız rekabete dur denilmesini bekliyor, ciddiye alınarak artık teşvik ve destek görmeyi hayal ediyor."

Ne yazık ki, 2001 yılı küçük esnaf ve sanatkar için daha da büyük zorluklarla geçecek. Türkiye'de küçük üreticiliğin tasfiye süreci 2001 yılında daha da hızlanacak. Bu süreçte süpermarketlerin ve hipermarketlerin önemli bir rolü olacak. 150 bin dolayındaki bakkalın önemli bir bölümü bu süreçte ya tasfiye olacak, ya da büyük mağaza zincirlerinin "sözleşmeli bakkalı" haline dönüşecek.

1985 yılında Türkiye'de yalnızca üç önemli süpermarket zinciri bulunuyordu. Koç'un Migros'unun 28 şubesi, Demirören Grubu'nun Ankara Pazarları'nın 16 şubesi, Toprak Holding'in Toprak Gıda Pazarları'nın da 3 şubesi vardı ¹. 1990 yılında Metro Grossmarket ile hipermarketler furyası başladı. Carrefour, Beğendik gibi çok büyük mağazalar açıldı. 1995 yılında kapalı alanı 2500 – 15.000 metrekare olan 40 hipermarket vardı. Süpermarket zincirlerinin satış mağazası sayısı da 900 dolaylarındaydı ².

Bu eğilim 1990'lı yılların ikinci yarısında daha da hızlanarak sürdü. Büyük sermaye perakende ticarete girdi. Yabancı sermayeli şirketler de Türkiye'de önemli yatırımlar yaptılar. Yabancı sermayeli şirketler, kendi ülkelerinin ürünlerini Türkiye'de tanıtmaya ve tutundurmaya süpermarketleri ve hipermarketleri etkili bir biçimde kullandılar ve kullanıyorlar. Ayrıca, alışveriş merkezleri ortaya çıktı. 1999 yılı sonlarında 33 alışveriş merkezi vardı. 41 merkezin yapımı da sürüyordu ³. Ayrıca, Şok (210 mağaza), Bim (440 mağaza), Endi (73 mağaza) ve Dia (19 mağaza) gibi yaygın indirim marketleri açıldı ⁴. 1999 yılı ortalarında Azizler (Bim), EGS (Nokta), Doğuş (Continent), Fiba (Gima), Sabancı (Carrefour), Hamoğlu (Maksi), İhlas (Bereket), İttifak (Adese), Koç (Migros) Metro (Metro), Kombassan (Afra), Tekfen (Makro-Götzen), Transteknik (Planet), Transtürk (Mr.Bricolage) ve Yimpaş (Yimpaş) sermaye grupları (parantez içinde belirtilen mağaza isimleriyle) faaliyet gösteriyordu ⁵.

Süpermarketler ve hipermarketler, bol çeşitle, tüketicinin malı seçme olanağıyla, düşük fiyatlarla, kredi kartıyla, özürülüler için özel düzenlemelerle, hediyelerle, elektronik ticaret olanağıyla, profesyonel hizmetle, insangücünün kapitalist anlayışla verimli bir biçimde kullanılmasıyla, farklı birçok malın aynı mağazada bulunmasıyla bakkallara tercih ediliyor. Bu mağazalar, büyük miktarda malı vadeli alıp peşin satarak, elde ettikleri nakiti repoda değerlendiriyor. ABD'de ve AB ülkelerinde küçük esnafı koruyan bazı düzenlemeler ülkemizde olmayınca, bakkalın tasfiye süreci hızlanıyor. Bakkalların birleşerek ayakta durma çabaları büyük ölçüde başarısız kaldı. Diğer taraftan, Migros'un "Bakkalım" projesi, kırsal kesimdeki sözleşmeli çiftçiliğe benziyor ve bakkalları düşük ücretli işçilere dönüştürüyor.

Küçük esnaf ve sanatkarın tasfiye süreci 2001 yılında devam edecek; geçmiş dönemlerde ekonomik olanaklara ve siyasi tercihlere bağlı olarak geciktirilen mülksüzleşme daha da hızlandırılacak.

¹ Cumhuriyet, 26.7.1985.

² Ekonomist, 19.11.1995.

³ TOBB, Alışveriş Merkezleri 99, Kasım 1999.

⁴ Ekonomist, 16.4.2000.

⁵ Hürriyet, 31.7.1999.