

PERAKENDE SEKTÖRÜ VE GIDA MERKEZLİ ZİNCİR MARKETLER

Eskişehir Özelinde Yapısal Analiz ve Politika Önerileri



ESG 

ESKİŞEHİR STRATEJİ GELİŞTİRME OFİSİ

MAYIS 2026

ÖZET

Türkiye’de son yıllarda hızla büyüyen perakende sektörü, özellikle zincir marketlerin yaygınlaşmasıyla birlikte önemli bir yapısal dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşüm; fiyat oluşumu, rekabet dengesi, yerel ekonomi, vergi yapısı ve sosyal adalet açısından yeni tartışmaları beraberinde getirmiştir. Zincir marketlerin agresif ve kontrolsüz yayılımı, ürün çeşitliliği sınırlarının belirsizliği, yerel esnaf üzerindeki baskı ve vergi gelirlerinin merkezileşmesi gibi unsurlar, sektörü yalnızca ticari bir alan olmaktan çıkararak kamusal politika konusu haline getirmiştir.

Ticaret Bakanlığı tarafından yapılan denetimlerde zincir marketlerde haksız fiyat artışlarının sık sık tespit edilmesi ve konunun Haksız Fiyat Değerlendirme Kurulu’na taşınması, sorunun yalnızca yerel değil ulusal ölçekte de yapısal olduğunu göstermektedir. Buna rağmen, yıllardır Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde bekleyen perakende yasasının yürürlüğe girmemesi, düzenleyici çerçevenin eksikliğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışma; Türkiye genelinde perakende sektörünün yapısını, zincir marketlerin rolünü ve regülasyon eksikliklerini ele almakta; Eskişehir özelinde ise zincir market yoğunluğu, yerel ekonomi üzerindeki etkiler, vergi yapısı ve esnaf üzerindeki baskılar üzerinden kapsamlı bir analiz sunmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler, yerel kurum temsilcilerinin görüşleri, basın açıklamaları ve sayısal dağılımlar birlikte değerlendirilmiştir.

Elde edilen bulgular, Eskişehir’de zincir market sayısının yüksekliğine rağmen asıl sorunun yalnızca nicelik değil; piyasa yapısındaki dengesizlik, yerel ekonomiden kaynak transferi ve regülasyon eksikliği olduğunu göstermektedir. Raporun sonuç bölümünde, perakende yasasının çıkarılması, yerel ekonomiye katkı mekanizmalarının geliştirilmesi ve zincir marketlerin faaliyetlerinin yeniden düzenlenmesine yönelik politika önerileri sunulmaktadır.

1. GİRİŞ

Türkiye’de perakende sektörü, özellikle 2000’li yılların ikinci yarısından itibaren hızlı bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu dönüşümün en belirgin aktörü zincir marketler olmuş; düşük fiyat, yüksek erişilebilirlik ve geniş ürün yelpazesi ile kısa sürede ülke genelinde yaygınlaşmışlardır.

Ancak bu yaygınlaşma yalnızca tüketici davranışlarını değil; aynı zamanda üretim, dağıtım ve yerel ticaret yapısını da derinden etkilemiştir. Zincir marketlerin büyümesiyle birlikte; geleneksel esnafın piyasa içindeki payı daralmış, fiyat oluşum süreçleri merkezileşmiş, yerel ekonomilerin gelir yapısı dönüşmüştür.

Bu bağlamda perakende sektörü, yalnızca ekonomik bir alan değil; aynı zamanda sosyal ve mekânsal etkileri olan bir politika alanı haline gelmiştir.

Bu rapor, söz konusu dönüşümü Türkiye genel çerçevesinde ele almakta; Eskişehir özelinde somut veriler ve görüşler üzerinden detaylı bir inceleme sunmaktadır.

2. TÜRKİYE’DE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN GENEL GÖRÜNÜMÜ

2.1. Zincir Marketlerin Yükselişi ve Yapısal Dönüşüm

Türkiye’de perakende sektörü son 20 yılda büyük ölçüde zincirleşmiş; küçük ölçekli işletmelerin yerini ulusal ve bölgesel zincirler almaya başlamıştır. Bu süreçte; ölçek ekonomisi avantajı, merkezi satın alma sistemleri, lojistik üstünlük ve fiyat rekabeti zincir marketlerin büyümesini hızlandırmıştır. Ancak bu büyüme, piyasa yapısında yoğunlaşmaya ve rekabetin niteliğinin değişmesine yol açmıştır.

2.2. Haksız Fiyat Artışı ve Denetim Süreçleri

Ticaret Bakanlığı, zincir marketlerin fiyat hareketlerinde yapılan incelemelerde haksız fiyat artışı uygulandığının sık sık tespit edildiğini duyurmaktadır. Gerekli idari yaptırımların uygulanması amacıyla konu Haksız Fiyat Değerlendirme Kurulu'na iletilmektedir. Bu durum, zincir marketlerin fiyatlama davranışlarının yalnızca rekabet koşullarıyla açıklanamayacağını; aynı zamanda koordinasyon, yasal boşluk ve piyasa gücü ile ilişkili olabileceğini göstermektedir.

2.3. Perakende Yasası ve Regülasyon Eksikliği

Türkiye’de uzun süredir tartışılan ancak yürürlüğe girmeyen bir ‘Perakende Yasa Taslağı’ bulunmaktadır. Bu yasa eksikliği nedeniyle; mağaza açılış yoğunluğu kontrol edilememekte, mağaza çalışma gün ve saatleri planlanamamakta, ürün çeşitliliği sınırlandırılmamakta, tedarikçiler ve perakendeciler arasındaki sözleşme şartları kontrol edilememekte, gıda atığı ve diğer atıklar hususunda sorumluluk getirilememekte, mağazaların kendi markalarına pazar kotası/sınırlaması uygulanamamakta ve yerel esnaf korunamamaktadır.

Bu durum, sektörde **agresif ve kontrolsüz yayılım** olarak tanımlanabilecek bir yapıyı ortaya çıkarmaktadır.

3. ESKİŞEHİR’DE ZİNCİR MARKET YAPISI (2026)

3.1. Sayısal Dağılım

Eskişehir’de zincir marketlerin sayısal dağılımı şu şekildedir:

- **Eskişehir’de konumlanıp vergi dairesi Eskişehir dışında olanlar**
**Market isimleri büyük harflerle temsil edilmektedir

A: 152

B: 128

C: 129

Ç: 47

D: 26

E: 7

F: 1

G: 11

Ğ: 54

H: 31

I: 1

İ: 1

J: 2

K: 1

L: 1

M: 3

TOPLAM: 595

- **Eskişehir’de konumlanıp vergi dairesi Eskişehir’de olanlar:**
**Market isimleri büyük harflerle temsil edilmektedir.

N: 2

O: 21

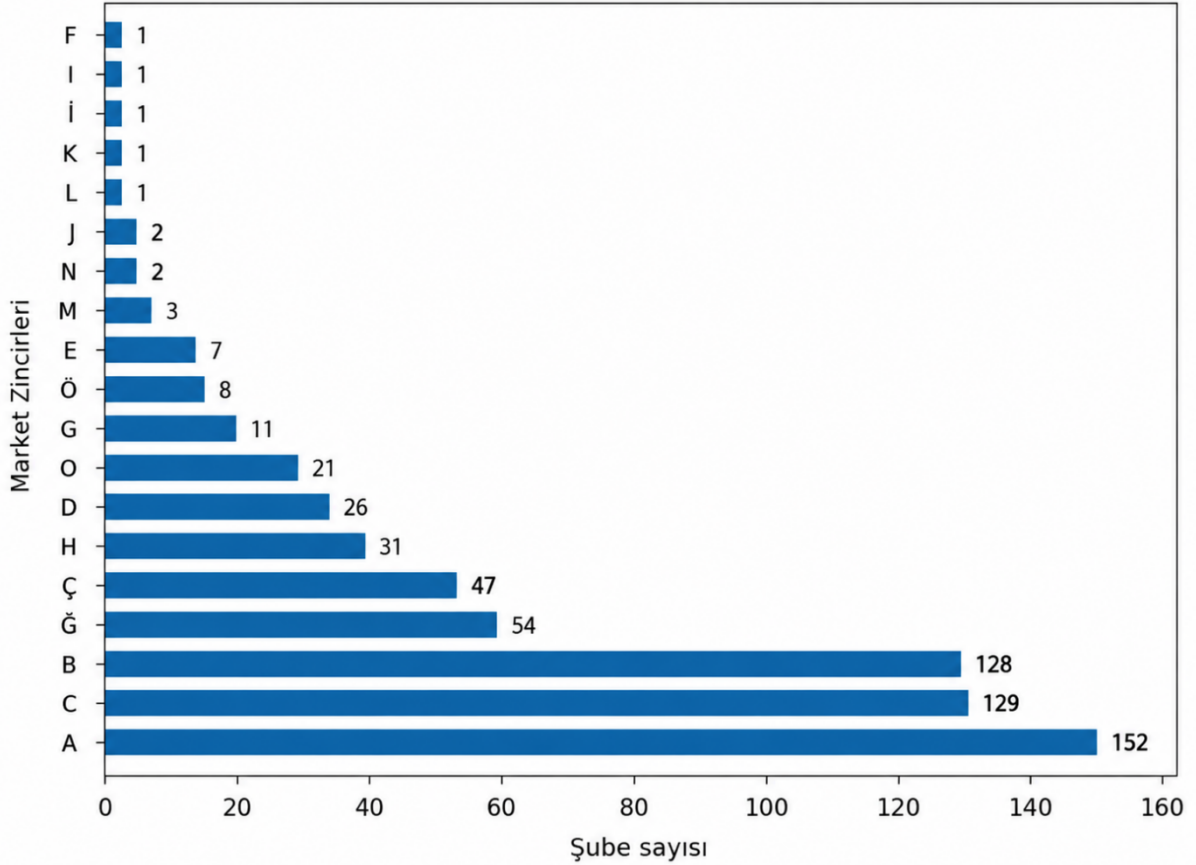
Ö: 8

TOPLAM: 31

Eskişehir’de konumlanıp vergi dairesi Eskişehir dışında olanlar ile Eskişehir’de konumlanıp vergi dairesi Eskişehir’de olan zincir market sayısı toplamı **626**’dır.

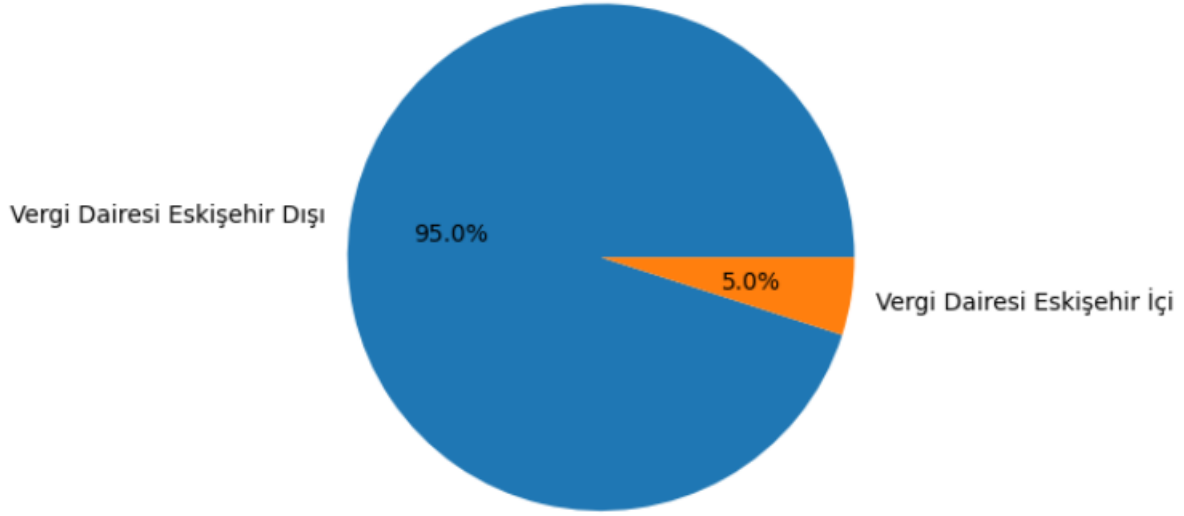
Kaynak: Eskişehir Strateji Geliştirme Ofisi, Eskişehir Ticaret Odası

Eskişehir’de Zincir Market Dağılımı (2026) - Artan Sıralı



Yukarıdaki veriler Eskişehir’de perakende sektörünün büyük ölçüde; ulusal zincirler tarafından domine edildiğini, yerel sermayenin çok sınırlı kaldığını, vergi merkezinin şehir dışında yoğunlaştığını açık biçimde göstermektedir.

Vergi Dairesine Göre Market Dağılımı



4. ESKİŞEHİR'DE ZİNCİR MARKETLER VE YEREL EKONOMİ

4.1. Yerel Görüşler ve Eleştiriler

Aşağıdaki görüşler, sahadaki algıyı ve sorunları doğrudan yansıtmaktadır:

- Eskişehir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği Başkanı **Ekrem Birsen**:

“...Zincir marketler her türlü emtiayı satabilirken, esnafımıza sadece ruhsatında yazan işleri yapabilirsiniz denilerek haksız rekabet körüklenmektedir. Bu durum piyasa ekonomisini bozmakta ve tekelleşmeyi hızlandırmaktadır. Tekelleşmenin önüne geçebilmek için perakende sektör yasasının yeniden düzenlenmesi, zincir marketlerin de satacağı ürünlerin ruhsata tabi tutulması ve şartların eşitlenmesi gerekmektedir. Ancak bugüne kadar TBMM’ye sunduğumuz teklifler kadük oldu, sesimizi duyuramadık...” (19.08.2025, 2Eylul.com.tr)

- Eskişehir Ticaret Odası Başkanı **Metin Güler**:

“...Hazırladığımız dosyaların haddi hesabı yok. Ortada haksız bir kazanç ve haksız bir yapı var. Bu zincir marketler konusu anlaşılır hale getirilmeli. Eskişehir’de bildiğim kadarıyla 800 hatta 900’a yakın zincir market şubesi var. Kimileri de bin adet diyor. Odaya kayıt yaptırmayanlar bile var. 5174 sayılı kanuna göre bize zorunlu olarak kaydolmaları gerekiyor. Biz bunları tespit ettikçe dava açıyoruz. Ortada bir dengesizlik var. Bir standart getirilmeli. Metrekaresi, alanı, mesafesi belirlenmeli. Yüzlerce sektörü etkiler hale geldiler. Kurbanlık, beyaz eşya, züccaciye satıyorlar...”

“...Tüccarlar bu konuda çok dertli. Üstesinden gelemesek biz esnaflar çok büyük sorunlar yaşamaya devam ederiz. Bu zincir marketler kazandıkları paraları Eskişehir’de harcamıyorlar. Topladıkları paraları neresi işlerine gelirse orada harcıyorlar. Bu konuda ne yapmamız gerekiyorsa yapmaya devam edeceğiz...” (25.03.2026, Sadi Seda, esyenigun.com)

- Eskişehir Bakkal ve Bayiler Esnaf Odası Başkanı **İsmail Hakkı Ördek**:

“...Zincir marketlerin bin bir türlü oyunlarını, sürekli olarak halkın cebine ve sofrasına göz dikmesini, vatandaşımızı kampanyalarla kandırma girişimlerini daha önce defalarca dile

getirmiştir. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın talimatı ile başlatılan ve yaklaşık 1 yıldır sürdürülen soruşturmada elde edilen bulgular, market zincirleri ve bazı tedarikçilerin, 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerini gözler önüne serdi. Marketlerin incelenen e-mail ve WhatsApp yazışmaları ifşa edilerek oynanan oyun gözler önüne serildi. Fiyat artışlarını koordine ettikleri, rakiplerle eş zamanlı fiyat ayarlamalarına gittikleri, fiyat artış tarihleri, dönemsel kampanyalar ve indirimler gibi rekabete hassas bilgileri birbiriyle paylaşan marketlerin maskeleri düşmüştür. Halkımız nazarında güveni zedelenen zincir marketlerin gerçek yüzleri gözükümüştür..”

“...Vatandaşımızı türlü oyunlarla kandırdıkları belgelerle ifşa edilen zincir marketler için daha kalıcı adımlar ivedilikle atılmalıdır. Bunun için şehirlerimizin ve sokaklarımızın simgesi olan başta bakkal esnafımızın korunarak güçlendirilmesi, zincir marketlere sınırlama getirilmesi, açılış-kapanış saatlerinin düzenlenmesi, haksız rekabet ortamının son bulması ve fiyat artışlarının önüne geçilmesine engel olacak Perakende Yasasının bir an önce çıkarılması gerekmektedir..”
(03.11.2021, eskisehirekspres.net)

- **Gazeteci Murat Taşkın:**

“...Belediyeler zincir market mağazalarının her gün çıkarttığı çöpleri topluyor, kaldırımlarını yapıyor, çevresini süpürüyor. Hatta... Bu zincir market mağazalarının raflarında ne Eskişehirli firmaların ürünleri ne de Eskişehir çiftçisinin yetiştirdiği sebze-meyveler yer alıyor. Kısacası... Eskişehir'de para kazanan ama Eskişehir ve Eskişehirliyle gram faydası olmayan bu zincir marketlerin hiç olmazsa şehre bir katkısı olması konusunda başta Ticaret Odası olmak üzere hiçbir kurum kafa yormuyor!..” **(24.12.2024, sakaryagazetesi.com.tr)**

- **Gazeteci Soner Yüksel:**

“...Bu zincir marketlerin hiçbiri vergisini Eskişehir'e ödemiyor. İstanbul, Ankara merkezli olan bu marketlerin vergisi şehre hizmet adına bir katma değere dönüşmüyor. Ancak bu marketlerin tüm ihtiyaçları Eskişehir kurumları tarafından karşılanıyor. Çöp, geri dönüşüm, lojistik için trafikte oluşan sıkıntı, ruhsat işlemleri gibi nice hizmeti Eskişehir verirken işin katkısını başka şehirler yaşıyor. İşin bir de şehir esnafı boyutu var. Çünkü bu marketler sadece gıda ürünü satmıyor. Beyaz eşya, mobilya, elektronik, züccaciye, kasap, manav, hırdavat akla ne gelirse bulabileceğiniz kadar sınırsız bir ürün gamı ile hizmet veriyor. Haliyle aynı caddede 3 şubesi olan bu marketlerle yerel esnafın mücadele etmesi imkânsız..”

“...Normalde bu şehre vergisini ödeyen esnafın faaliyetini sonlandırmasıyla mevcut vergi hacmini de düşürüyor. Ne yazık ki yerel yönetimlerin, bu genel merkez üzerinden resmi işlemleri yapılan zincir marketlere ‘sen buraya şube açamazsın’ deme lüksleri yok. Yani herhangi bir yaptırım uygulamak, şehre bir katma değer sağlamak için yönetmelik, hukuk, mevzuat ile yapılabilecekler sınırlı. Gönül ister ki tamamen olmasa bile bu marketlerin bolca kazandıkları şehirlere de bir katkısı olsun. En azından vergilerinin bir kısmını faaliyette oldukları şehre yansıtınsınlar. Ya da kamuya fayda anlamında kazanç sağladıkları şehirlere bir takım özel yatırımlar yapmak zorunda kalsınlar..” **(21.01.2025 – eskisehirhaberajansi.com)**

- **Gazeteci Deniz Çağlar Fırat:**

“...Zincir marketlerin bulunduğu kente ekonomik katkısının vergi mükellefiyeti açısından yetersiz kalması, bir dizi sorunu da beraberinde getiriyor. Eğer bu zincir marketler faaliyet gösterdikleri ilde vergi mükellefi olsa vergilerini o ile ödeyecekler ve böylece Hazine'den Eskişehir'in aldığı pay artacak. Böylece başta alt yapı, üst yapı ve temizlik gibi hizmetlere yatırımlar da o oranda artış

gösterecek. Ancak mevcut durumda yerel bütçenin zayıflığı, altyapı projelerinin finansmanında sıkıntılar yaratıyor, temiz su, yol ve ulaşım gibi temel hizmetlerin kalitesini olumsuz etkiliyor...”

“...Zincir marketlerin Eskişehir'e katkıları, sadece istihdam ile sınırlı kalmamalıdır. Bu marketler Eskişehir'den kazanıyorsa kazandığını bir şekilde de Eskişehir'e yansıtmalıdır. Marketlerin yarattığı dışsal maliyetlerin yani çöpten karbon salımına kadar bedelini yerel yönetimler ve Eskişehirli ödüyor. Bir de yerel üretici ve yerel esnafa yansıyan sorunlar cabası...”

“...Zincir marketlerin Eskişehir'e daha fazla katkı sağlaması adına bazı önerilerde bulunmak istiyorum:

1. ESKİŞEHİRSPOR'A DESTEK

Zincir marketler, kentin önde gelen simgelerinden biri olan Eskişehirspor'a sponsor olma fırsatını değerlendirebilirler. Spor kulübü, şehirdeki sosyal hayatın can damarıdır; bu nedenle, sponsorluklar hem marketlerin marka imajını güçlendirmekte hem de Eskişehirspor'un finansal sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Ayrıca, çeşitli etkinlikler ve sosyal medya kampanyaları aracılığıyla kulübün daha geniş bir kitleye ulaşması sağlanabilir. Bu tür bir destek, sporun yaygınlaşması ve gençlere sağlanan imkanlarla şehirdeki sosyal dayanışmanın güçlenmesine yardımcı olabilir.

2. YEREL ÜRETİCİLERE DESTEK

Zincir marketler, yerel üreticilerle iş birliği yaparak ürün çeşitliliklerini artırabilir ve yerel gıda güvenliğine katkı sağlayabilirler. Marketler, bölgedeki çiftçilerden veya yerel işletmelerden tedarik ettikleri ürünlerle raflarını zenginleştirebilir. Bu hem yerel ekonomiyi canlandıracak hem de tüketicilere daha taze ve sağlıklı alternatifler sunma fırsatı taniyacaktır. Ayrıca, marka sahipleri yerel ürünlerin tanıtımını yaparak daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşabilirler, bu da yerel üreticilerin ekonomik yaşamlarını destekleyecektir.

3. SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİ GELİŞTİRMEK

Zincir marketlerin, Eskişehir'in sosyal sorunlarına yönelik sosyal sorumluluk projeleri geliştirmesi büyük önem taşımaktadır. Eğitimden sağlığa, çevresel sorunlardan kültürel etkinliklere kadar birçok alanda projeler geliştirilebilir. Örneğin, marketler yerel okullara eğitim materyalleri sağlamak, genç girişimcilere mentorluk yapmak veya çevre temizliği etkinlikleri düzenlemek gibi projelerde yer alabilirler. Böylelikle, yerel halkla kurulan bağ güçlenirken, toplumun ihtiyaçlarına karşı da duyarlılık gösterilmiş olur.

4. VERGİ BİLİNÇLENDİRMESİ VE İŞ BİRLİĞİ

Zincir marketlerin vergi mükellefiyeti genellikle genel merkezlere bağlı olsa da yerel yönetimlerle iş birliği yaparak uygulamada değişiklikler sağlanabilir. Yerel yönetimler sayesinde markaların buldukları şehirlerdeki toplumsal katkıları daha iyi anlaşılabilir. Kamu ve özel sektör arasında diyaloglar kurularak, vergi sisteminin daha adil hale getirilmesi konusunda bir çalışma başlatılabilir. Aynı zamanda, sosyal sorumluluk projelerine yönlendirmek üzere vergi teşvikleri de değerlendirilebilir.

5. YEREL FESTİVALLER DÜZENLENEBİLİR

Zincir marketler, düzenleyecekleri topluluk etkinlikleri aracılığıyla da yerel halkla etkileşimlerini artırabilirler. Farklı temalarda düzenlenecek festivaller, yerel sanatçıların ve zanaatkarların eserlerinin sergilendiği etkinlikler, yerel müzisyenlerin konserleri gibi aktiviteler organizasyonları,

hem yerel kültürün tanıtımına katkıda bulunacak hem de marketlerin marka bilinirliğini artıracaktır. Bu tür etkinlikler, yerel halkın marketlerle olan bağına güçlendirirken, aynı zamanda ziyaretçi sayısını artırarak ekonomik canlılık sağlayacaktır.

6. ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE FARKINDALIK

Zincir marketlerin, çevresel sürdürülebilirlik konusunda aktif bir rol üstlenmesi de oldukça önemlidir. Yerel çevre organizasyonları ile iş birlikleri oluşturarak, geri dönüşüm projeleri geliştirebilir, enerji verimliliği sağlayan uygulamalar hayata geçirebilirler. Bu, doğal kaynakların korunmasına katkı sağlarken, markaların çevre dostu imajını da güçlendirecektir. Ayrıca, inovasyon süreçlerine daha fazla yer vermek, marketlerin hizmet ve ürün yelpazesini genişletecek ve kaliteyi artıracaktır.

7. YEREL YÖNETİMLER İLE İŞ BİRLİĞİ

Tüm bu önerilerin hayata geçirilebilmesi adına, zincir marketlerin yerel yönetimlerle iş birliği içinde çalışmalarını da kritik öneme sahiptir. Yerel yönetimler, marketlerin toplumsal sorunlara yönelik projelerini destekleyebilir, ortak etkinlikler düzenlenebilir ve hatta yerel pazarda yer alan diğer işletmeler ile entegre ettikleri kampanyalar oluşturabilirler. Bu iş birliği, yerel ekonomik dinamikleri canlandırmak adına önemli bir adım olacaktır.

8. YEREL BASINA DESTEK

Zincir marketler, yerel basına destek vererek, Eskişehir'deki medya kuruluşlarının sürdürülebilirliğine katkıda bulunabilirler. Yerel gazeteler, radyo istasyonları ve internet tabanlı medya platformları, siyasi, sosyal ve ekonomik gelişmeleri toplumla buluşturarak, halkın bilinçlenmesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle, zincir marketler yerel basınla iş birliği yaparak, reklam ve sponsorluklar aracılığıyla yayın organlarının mali durumlarını güçlendirebilirler..."

(07.02.2025, sonhaber.com.tr)

4.2. Eskişehir Özelinde Değerlendirme

Sektör temsilcileri ile gazetecilerin görüşleri birlikte ele alındığında;

- Zincir marketlerin **ürün çeşitliliği sınırı olmaksızın faaliyet göstermesi**,
- Yerel esnafın **regülasyon açısından dezavantajlı olması**,
- Vergi gelirlerinin **şehir dışına aktarılması**,
- Yerel yönetimlerin **yük üstlenmesine rağmen gelir elde edememesi** gibi yapısal sorunlar ortaya çıkmaktadır.

5. GENEL DEĞERLENDİRME

Bu çalışma kapsamında elde edilen bulgular şöyle özetlenebilir:

1. Zincir marketler Türkiye'de perakende sektörünü dönüştürmüştü; ancak bu dönüşüm **dengesiz bir yapı üretmiştir**.
2. Haksız fiyat artışı denetimleri, sorunun yalnızca yerel değil **ulusal ölçekte yapısal** bir sorun olduğunu göstermektedir.
3. Perakende yasasının yokluğu, sektörde **kontROLSÜZ büyümeye** neden olmaktadır.

4. Eskişehir’de zincir market yoğunluğu yüksek olmakla birlikte, temel sorun sadece **sayı değil; ekonomik ve kurumsal yapıdaki dengesizliktir.**
5. Yerel ekonomi açısından en kritik sorun; **verginin dışa çıkışı, yerel esnafın zayıflaması ve kamusal maliyet yükünün yalnızca yerelde kalmasıdır.**

6. POLİTİKA ÖNERİLERİ

1. Perakende yasası ivedilikle çıkarılmalıdır.
2. Zincir marketlerin ürün çeşitliliği düzenlenmelidir.
3. Mağaza yoğunluğu ve mesafe kriterleri ile çalışma saatleri belirlenmelidir.
4. Haksız fiyat denetimleri kalıcı mekanizmalara dönüştürülmelidir.
5. Vergi gelirlerinin yerelleşmesine yönelik modeller geliştirilmelidir.
6. Yerel esnafı koruyacak düzenlemeler yapılmalıdır.
7. Zincir marketlerin sosyal sorumluluk yükümlülükleri artırılmalıdır.
8. Yerel üretici–zincir market entegrasyonu teşvik edilmelidir.
9. Belediyelerin yükünü dengeleyecek katkı mekanizmaları oluşturulmalıdır.

7. SONUÇ

Bu çalışma, Türkiye’de perakende sektöründe yaşanan dönüşümün yalnızca ticari bir gelişim olmadığını; ekonomik, mekânsal ve sosyal boyutları olan yapısal bir dönüşüm olduğunu açık biçimde ortaya koymaktadır. Zincir marketlerin yaygınlaşması, kısa vadede tüketici lehine fiyat avantajı ve erişilebilirlik sağlasa da, **uzun vadede piyasa dengesi, rekabet yapısı ve yerel ekonomi üzerinde önemli sorunlar üretmektedir.**

Türkiye genelinde yapılan değerlendirmeler, zincir marketlerin büyüme sürecinin büyük ölçüde regülasyonsuz ve yönlendirilmemiş bir genişleme karakteri taşıdığını göstermektedir. Ticaret Bakanlığı denetimlerinde haksız fiyat artışlarının sık sık tespit edilmesi, bu yapının yalnızca rekabetçi piyasa dinamikleriyle açıklanamayacağını; aksine piyasa gücü yoğunlaşması ve koordinasyon sorunları içerdiğini ortaya koymaktadır. **Ancak mevcut müdahaleler büyük ölçüde olay sonrası cezalandırma düzeyinde kalmakta; sektörü yapısal olarak düzenleyecek kalıcı bir mekanizma eksikliği devam etmektedir.**

Bu noktada en kritik eksiklik, uzun süredir gündemde olmasına rağmen yürürlüğe girmeyen **perakende yasasıdır.** Bu yasal boşluk; zincir marketlerin ürün çeşitliliğinden mağaza yoğunluğuna kadar pek çok alanda sınırsız hareket etmesine olanak tanımakta ve fiilen asimetrik bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Yerel esnafın daha dar faaliyet alanlarıyla sınırlandırıldığı bir sistemde, zincir marketlerin çok sektörlü yapısı rekabeti bozmakta ve piyasa dengelerini tek taraflı biçimde değiştirmektedir.

Eskişehir özelinde yapılan analizler ise bu yapısal sorunun yerelde nasıl somutlaştığını çarpıcı biçimde ortaya koymaktadır. 2026 yılı itibarıyla kentte 626 zincir marketin faaliyet göstermesi, tek başına bir sorun göstergesi değildir. **Asıl mesele; bu marketlerin büyük bölümünün vergi merkezinin şehir dışında olması, yerel ekonomik döngüye sınırlı katkı sağlaması ve buna karşın kentin altyapı, temizlik ve hizmet yükünü artırmasıdır.** Bu durum, Eskişehir’de gelirin yerelde üretildiği ancak yerel ekonomiye geri dönmediği bir ekonomik yapı yaratmaktadır.

Yerel aktörlerin görüşleri, bu yapının yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda sosyal sonuçlar da doğurduğunu göstermektedir. Küçük esnafın piyasa dışına itilmesi, kentsel ticari çeşitliliğin azalması ve mahalle ölçeğinde ekonomik canlılığın zayıflaması, zincir marketleşmenin doğrudan etkileri arasında yer almaktadır. Bununla birlikte zincir marketlerin sınırsız ürün çeşitliliği, aynı bölgede yoğun şubeleşme stratejisi ve ölçek avantajına dayalı fiyat baskısı, **piyasada tekelleşmeye doğru evrilen bir yapı riskini güçlendirmektedir.**

Bu çerçevede Eskişehir örneği, Türkiye genelinde perakende sektörünün temel sorununu net biçimde ortaya koymaktadır:

Sorun, zincir marketlerin varlığı değil; bu varlığın kuralsız, dengesiz ve yerel ekonomiyi zayıflatacak biçimde büyümesidir.

Dolayısıyla çözüm, zincir marketleri tamamen sınırlamak ya da ortadan kaldırmak değil; adil, dengeli ve sürdürülebilir bir perakende sisteminin yeniden inşa edilmesidir.

Bugün gelinen noktada zincir marketler, yalnızca alışveriş yapılan mekânlar değil; şehir ekonomisini, esnaf yapısını ve kamusal hizmetlerin finansmanını etkileyen güçlü aktörler haline gelmiştir. Bu nedenle; hukuki düzenleme yapılmadan ve yerel ekonomi ile dengeli ilişki kurulmadan, rekabet koşulları eşitlenmeden mevcut yapının sürdürülebilir olması mümkün değildir.

Aksi halde kısa vadede tüketici lehine görünen bu model, uzun vadede; tekelleşmiş bir piyasa yapısı, zayıflamış yerel ekonomi, azalmış rekabet ortamı ve daha kırılğan bir ekonomik düzen üretecektir.

Sonuç olarak mesele, yalnızca zincir marketlerin sayısı değil; nasıl bir ekonomik düzen ve nasıl bir şehir ekonomisinin inşa edilmek istendiği meselesidir. Ve bu soru, Türkiye'nin tamamı için kritik bir eşik niteliği taşımaktadır.



PERAKENDE SEKTÖRÜ VE GIDA MERKEZLİ ZİNCİR MARKETLER

Eskişehir Özelinde Yapısal Analiz
ve Politika Önerileri



ESKİŞEHİR STRATEJİ GELİŞTİRME OFİSİ

MAYIS 2026