



Perakende Sektöründe
Pazar Tatili Etki Analizi Çalışması

TPF PAZAR GÜNÜ ZİNCİR MARKETLERİN KAPANIŞI

TÜKETİCİ VE
ÇALIŞAN ARAŞTIRMASI



HAFTASONU
PAZAR TATİLİ



TÜKETİCİ
GÖRÜŞLERİ



ÇALIŞAN
DENEYİMİ



MAYIS 2026



KAMUOYU VE
PAYDAŞLARA SUNULMAK ÜZERE





Perakende Sektöründe Pazar Tatili Etki Analizi Çalışması

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Bu araştırma, Türkiye Perakendeciler Federasyonu (TPF) tarafından perakende sektöründe hafta sonu çalışma düzenine ilişkin toplumsal algıyı ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Perakende sektörü, uzun yıllardır kesintisiz hizmet anlayışı ile faaliyet gösteren ve haftanın yedi günü aktif çalışan bir yapı üzerine kuruludur. Ancak bu modelin çalışan refahı, aile yaşamı ve sürdürülebilir istihdam açısından yeniden değerlendirilmesi gereken bir noktaya geldiği görülmektedir.

Araştırmanın temel amacı; Pazar günü marketlerin kapalı olması yönündeki olası bir düzenlemeye ilişkin hem tüketici hem de çalışan perspektifini analiz etmek, bu uygulamanın sosyal, ekonomik ve sektörel etkilerini çok boyutlu şekilde değerlendirmektir. Bu kapsamda yalnızca “kapatılsın mı?” sorusuna yanıt aranmakla kalınmamış, aynı zamanda bu talebin arkasındaki nedenler, davranış değişimleri ve potansiyel sonuçlar da analiz edilmiştir.

Çalışma, yalnızca bir tercih ölçümü değil; aynı zamanda perakende sektörünün gelecekteki çalışma modeline ilişkin stratejik bir veri seti oluşturmayı hedeflemektedir. Elde edilen bulgular, sektörün daha dengeli, sürdürülebilir ve insan odaklı bir yapıya evrilmesi için önemli bir referans niteliği taşımaktadır.

2. METODOLOJİ VE ÖRNEKLEM YAPISI

Araştırma iki ana hedef kitle üzerinde yürütülmüştür: tüketiciler ve sektör çalışanları. Bu iki grubun birlikte analiz edilmesi, konunun hem talep hem de arz tarafının eş zamanlı olarak değerlendirilmesini mümkün kılmıştır. Böylece elde edilen sonuçlar yalnızca teorik değil, aynı zamanda pratik ve uygulanabilir bir çerçeve sunmaktadır.

2.1 TÜKETİCİ ÖRNEKLEMİ

Araştırma kapsamında 1200 tüketici ile görüşülmüş olup, bu grubun yaş dağılımı dengeli bir şekilde kurgulanmıştır. 18–25 yaş aralığında 300 kişi, 25–40 yaş aralığında 400 kişi ve 40–60 yaş aralığında 500 kişi yer almıştır. Bu dağılım, farklı yaşam tarzlarına ve tüketim alışkanlıklarına sahip bireylerin görüşlerinin dengeli şekilde temsil edilmesini sağlamaktadır.

2.2 ÇALIŞAN ÖRNEKLEMİ

Sektör çalışanları tarafında ise toplam 900 kişilik bir örneklem oluşturulmuş, bu grubun 470'i kadın ve 430'u erkek çalışanlardan oluşmuştur. Bu dağılım, perakende sektöründeki gerçek istihdam yapısını yansıtacak şekilde planlanmıştır.

Örneklem yapısı, yaş ve cinsiyet dengesi açısından sektörün gerçek dağılımına yakın olacak şekilde oluşturulmuş olup, elde edilen bulguların genellenebilirliğini güçlendirmektedir.

3. GENEL SONUÇLAR

3.1 TÜKETİCİ BULGULARI

Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin %85,7'si Pazar günü marketlerin kapalı olması gerektiğini düşünmektedir. Bu oran, tüketicilerin büyük çoğunluğunun bu uygulamayı yalnızca kabul etmekle kalmayıp aktif olarak desteklediğini göstermektedir. Geriye kalan %14,3'lük kesim ise karşı görüş bildirmiştir.

Bu sonuç, tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarının esnek olduğunu ve sosyal fayda söz konusu olduğunda kendi konforlarından belirli ölçüde feragat edebileceklerini ortaya koymaktadır.

3.2 ÇALIŞAN BULGULARI

Çalışan tarafında ise %93,1 gibi çok yüksek bir oranla Pazar günü kapanma uygulamasına destek verildiği görülmektedir. Bu oran, çalışanlar açısından bu konunun bir tercih değil, güçlü bir ihtiyaç olarak algılandığını göstermektedir. %6,9'luk kesim ise karşı görüş bildirmiştir. Bu sonuçlar, hem tüketici hem çalışan tarafında yüksek düzeyde bir toplumsal uzlaşa olduğunu göstermektedir.

Bu noktada dikkat çekici olan en önemli unsur, destek oranlarının yalnızca yüzdesel değil, mutlak sayılar açısından da son derece güçlü olmasıdır. Toplamda 1.200 tüketicinin 1.028'i ve 900 çalışanın 838'i Pazar günü kapanma uygulamasını desteklemektedir. Bu büyüklükte bir destek, uygulamanın toplumsal karşılığının son derece yüksek olduğunu açık biçimde ortaya koymaktadır.

4. YAŞ BAZLI ANALİZ (TÜKETİCİ)

4.1 18-25 YAŞ GRUBU

Genç tüketici grubu, Pazar günü kapanma modeline beklenenin üzerinde bir destek vermektedir. Bu grup genellikle hızlı tüketim alışkanlıklarına sahip olmasına rağmen, sosyal yaşam ve bireysel zaman kullanımı açısından bu uygulamayı olumlu değerlendirmektedir. Bu durum, genç tüketicilerin yalnızca erişim kolaylığını değil, aynı zamanda toplumsal faydayı da önemsediklerini göstermektedir.

4.2 25-40 YAŞ GRUBU

En yüksek destek oranı bu grupta gözlemlenmiştir. Bu kesim hem aktif çalışan hem de aile sorumluluğu taşıyan bireylerden oluşmaktadır. Bu nedenle zaman yönetimi, hafta sonu planlaması ve aile ile geçirilen zaman bu grup için kritik öneme sahiptir. Pazar günü kapanma uygulaması, bu dengeyi sağlama açısından güçlü bir çözüm olarak görülmektedir.

4.3 40-60 YAŞ GRUBU

Bu yaş grubunda da yüksek düzeyde bir destek söz konusudur. Özellikle yaşam kalitesinin artırılması, düzenli bir dinlenme günü olması ve toplumsal düzenin güçlenmesi gibi faktörler bu grupta belirleyici olmuştur. Bu durum, farklı yaş grupları arasında ortak bir beklenti oluştuğunu göstermektedir.



5. CİNSİYET BAZLI ANALİZ

5.1 TÜKETİCİ TARAFI

Kadın katılımcıların Pazar günü kapanmaya desteği erkeklere göre bir miktar daha yüksektir. Bu fark, özellikle hane içi alışveriş planlaması ve çocuklarla geçirilen zamanın artırılması isteği ile ilişkilidir. Kadın tüketiciler, bu uygulamayı aile yaşamını düzenleyen ve kolaylaştıran bir unsur olarak değerlendirmektedir.

5.2 ÇALIŞAN TARAFI

Kadın ve erkek çalışanlar arasında genel olarak benzer bir destek düzeyi görülmekle birlikte, kadın çalışanların desteği çok az bir farkla daha yüksektir. Bu durum, özellikle çocuk bakımı ve aile sorumlulukları ile doğrudan ilişkilidir. Kadın çalışanlar için düzenli bir hafta sonu tatili, yaşam kalitesi açısından daha kritik bir ihtiyaç olarak öne çıkmaktadır.

6. BÖLGESEL VE DAVRANIŞSAL EĞİLİMLER

Büyükşehirlerde Pazar günü kapanma modeline verilen desteğin daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Yoğun iş temposu, trafik ve şehir hayatının getirdiği stres faktörleri, bu desteği artıran unsurlar arasında yer almaktadır. Orta ölçekli şehirlerde de benzer bir eğilim söz konusudur ve genel olarak tüm bölgelerde pozitif bir yaklaşım görülmektedir. Davranışsal açıdan değerlendirildiğinde, alışverişin özellikle hafta sonuna yoğunlaştığı, ancak bu yoğunluğun esnek olduğu ve farklı günlere kaydırılabileceği anlaşılmaktadır. Bu durum, kapanma modelinin uygulanabilirliğini güçlendiren önemli bir göstergedir.

7. ONLINE KANAL DAHİL KAPANMA MODELİ

Araştırma kapsamında değerlendirilen modelde yalnızca fiziksel mağazalar değil, online satış kanalları da Pazar günü kapalı olacak şekilde ele alınmıştır. Bu yaklaşım, sistemin bütünlüğünü sağlayarak farklı satış kanalları arasında oluşabilecek dengesizlikleri ortadan kaldırmaktadır. Online kanalın açık kalması durumunda iş yükünün dijital kanallara kayması ve çalışanlar üzerindeki baskının devam etmesi söz konusu olabilecektir. Bu nedenle tüm kanalların birlikte değerlendirilmesi, uygulamanın amacına ulaşması açısından kritik öneme sahiptir.

8. STRATEJİK DEĞERLENDİRME

Bu anket sonuçları, hafta sonu tatilinin yalnızca çalışan talebi değil, aynı zamanda tüketici tarafından da güçlü şekilde desteklenen bir dönüşüm olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. %85'in üzerindeki tüketici desteği ve %93 seviyesindeki çalışan desteği, bu uygulamanın sosyal meşruiyetinin son derece yüksek olduğunu göstermektedir.

Tüketici ve çalışan beklentilerinin aynı yönde birleşmesi, perakende sektörü açısından oldukça nadir görülen bir toplumsal uzlaşıdır. Bu durum, uygulamanın hayata geçirilmesi sürecinde karşılaşılabilecek direnç seviyesinin düşük olacağını ve geçiş sürecinin daha yönetilebilir olacağını göstermektedir.

Ayrıca Avrupa başta olmak üzere birçok gelişmiş ülkede perakende sektöründe Pazar günü kısıtlı veya tamamen kapalı çalışma modellerinin uygulandığı ve bu modellerin çalışan refahı ile sosyal denge açısından olumlu sonuçlar verdiği bilinmektedir. Bu durum, önerilen modelin yalnızca yerel değil, uluslararası ölçekte de karşılığı olan bir uygulama olduğunu göstermektedir.

9. DAVRANIŞSAL VE MOTİVASYONEL ANALİZ

9.1 KAPANMA TALEBİNİN NEDENLERİ

Katılımcıların büyük çoğunluğu Pazar günü kapanma modelini çalışanların dinlenmesi, aileleriyle zaman geçirebilmesi ve sosyal yaşam dengesinin sağlanması gibi nedenlerle desteklemektedir. Bu durum, tüketicilerin yalnızca kendi ihtiyaçlarını değil, çalışanların yaşam kalitesini de dikkate aldığını göstermektedir.

9.2 ETKİLENME SEVİYESİ

Katılımcıların önemli bir kısmı Pazar günü kapanmanın günlük yaşamlarını ciddi şekilde etkilemeyeceğini ifade etmiştir. Bu durum, uygulamanın düşük sosyal maliyetle hayata geçirilebileceğini ve tüketici tarafında ciddi bir memnuniyetsizlik yaratmayacağını göstermektedir.

9.3 ALIŞVERİŞ DAVRANIŞI

Alışveriş talebinin ortadan kalkmadığı, yalnızca gün değiştirdiği görülmektedir. Tüketiciler alışverişlerini büyük ölçüde Cumartesi gününe kaydırmayı veya hafta içine yaymayı planlamaktadır. Bu durum, sektörde ekonomik kaybın yaşanmayacağını göstermektedir.

9.4 ŞARTLI KABUL

Kapanma modeline verilen destek, belirli koşullar altında daha da güçlenmektedir. Özellikle online kanalların da kapalı olması, turizm mevsimlerinde belirli bölgelerde sınırlı bir nöbetçi sistemin bulunması gibi unsurlar kabul oranını artırmaktadır.

9.5 ÇALIŞAN VERİMLİLİĞİ

Çalışanlar, düzenli bir hafta sonu tatilinin iş verimliliğini artıracığını, motivasyonu yükselteceğini ve iş bağlılığını güçlendireceğini ifade etmektedir. Bu durum, uygulamanın ekonomik açıdan da dolaylı faydalar sağlayabileceğini göstermektedir.

10. SÜRDÜRÜLEBİLİR İSTİHDAM VE SOSYAL ETKİ

10.1 MESLEK ALGISI

Perakende sektörü mevcut durumda çoğu çalışan tarafından geçici bir iş olarak görülmektedir. Pazar günü tatili ile birlikte sektörün daha düzenli ve öngörülebilir bir yapıya kavuşması, bu algının değişmesine katkı sağlayacaktır. Bu dönüşüm, sektörü kalıcı ve tercih edilebilir bir meslek alanı haline getirme potansiyeli taşımaktadır.

10.2 KADIN ÇALIŞANLAR VE AİLE DENGESİ

Kadın çalışanlar açısından Pazar günü tatili büyük önem taşımaktadır. Hafta içi çocukların okulda olduğu, hafta sonu ise annenin çalıştığı mevcut sistem aile içi dengeyi zayıflatmaktadır. Bu model ile birlikte kadın çalışanlar çocuklarıyla düzenli zaman geçirebilecek, aile içi bağlar güçlenecek ve sosyal denge daha sağlıklı bir yapıya kavuşacaktır.

10.3 İŞGÜCÜ SORUNU

Sektörde yaşanan personel bulma sorununun önemli ölçüde azalması beklenmektedir. Daha iyi çalışma koşulları, sektörü daha cazip hale getirecek ve çalışan bağlılığını artıracaktır. Bu durum aynı zamanda çalışan sirkülasyonunu azaltarak işletmelerin operasyonel sürdürülebilirliğini güçlendirecektir.

10.4 SÜRDÜRÜLEBİLİR İSTİHDAM

Bu model, uzun vadeli çalışan yapısını güçlendirerek hizmet kalitesini artıracak ve sektörün kurumsallaşmasına katkı sağlayacaktır. Deneyimli çalışanların sektörde kalma süresinin artması, müşteri memnuniyetine doğrudan olumlu yansıtacaktır.

11. GENEL STRATEJİK DEĞERLENDİRME

Bu sonuçlar, Pazar günü kapanma uygulamasının yalnızca bir çalışma düzenlemesi değil, aynı zamanda toplumsal bir dönüşüm olduğunu göstermektedir. Yüksek tüketici desteği, çok yüksek çalışan desteği ve ortak toplumsal fayda beklentisi, bu modeli güçlü bir politika seçeneği haline getirmektedir.

Bu araştırma, perakende sektöründe ilk kez tüketici ve çalışanların aynı yönde bu kadar güçlü ve net bir ortak talep ortaya koyduğunu göstermektedir. Bu durum, uygulamanın hayata geçirilmesi açısından son derece güçlü bir toplumsal zemin oluşturmaktadır.

12. GENEL SONUÇ VE ÖNERİLER

12.1 GENEL SONUÇ

Pazar günü marketlerin kapalı olması modeli, hem ekonomik hem sosyal açıdan uygulanabilir ve sürdürülebilir bir yapı sunmaktadır. Talep kayması nedeniyle ekonomik kayıp ortadan kaldırılırken, enerji tasarrufu ve sosyal fayda oldukça yüksek seviyededir.

12.2 ÖNERİLER

Uygulamanın başarılı olabilmesi için tüm satış kanallarının (online dahil) kapsama alınması, kademeli bir geçiş sürecinin planlanması, güçlü bir iletişim stratejisi yürütülmesi, belirli bölgelerde nöbetçi market ve küçük esnafın açık kalacağı bir sisteminin kontrollü şekilde uygulanması gerekmektedir.

Bu çerçevede Pazar günü kapanma modelinin hayata geçirilmesi, yalnızca bir tercih değil, aynı zamanda sektörün sürdürülebilirliği açısından stratejik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

13. GENİŞLETİLMİŞ MOTİVASYON VE ETKİ ANALİZİ

13.1 AİLE VE SOSYAL YAŞAM ETKİSİ

Pazar günü tatili, aile içi zaman paylaşımını artırarak toplumsal mutluluğa önemli katkı sağlayacaktır. Özellikle kadın çalışanların çocuklarıyla düzenli vakit geçirebilmesi, aile içi iletişimi güçlendirecek ve sosyal dengeyi daha sağlıklı bir yapıya kavuşturacaktır.

13.2 ÇALIŞAN MUTLULUĞU

Mutlu çalışanların daha verimli çalıştığı, işine daha bağlı olduğu ve daha kaliteli hizmet sunduğu bilinmektedir. Pazar günü tatili ile birlikte çalışanların psikolojik ve fiziksel olarak daha dengeli bir yapıya kavuşması, doğrudan hizmet kalitesine yansıyacaktır.

13.3 SEKTÖREL DÖNÜŞÜM

Perakende sektörü bu model ile birlikte geçici iş algısından çıkarak daha profesyonel ve kalıcı bir meslek alanına dönüşebilir. Bu dönüşüm, sektörün uzun vadede daha nitelikli bir iş gücüne sahip olmasını sağlayacaktır.

13.4 İŞGÜCÜ SORUNUNUN ÇÖZÜMÜ

Sektörün cazibesinin artmasıyla birlikte personel bulma sorununun büyük ölçüde azalması beklenmektedir. Daha dengeli çalışma koşulları, sektörü iş arayanlar için daha tercih edilebilir hale getirecektir.

SONUÇ



Bu araştırma, perakende sektörünün çalışma düzenine ilişkin uzun süredir tartışılan bir konunun artık yalnızca sektörel bir mesele olmaktan çıkıp, toplumsal bir beklenti haline geldiğini açık biçimde ortaya koymaktadır. Elde edilen veriler, Pazar günü marketlerin kapalı olması yönündeki talebin hem tüketici hem de çalışan tarafında güçlü, net ve istikrarlı bir şekilde desteklendiğini göstermektedir.

Toplamda 1.200 tüketicinin 1.028'inin ve 900 çalışanın 838'inin bu uygulamayı destekliyor olması, yalnızca yüksek oranlı bir eğilimi değil, aynı zamanda güçlü bir toplumsal mutabakatı ifade etmektedir. Bu düzeyde bir uzlaş, kamu politikaları açısından nadir görülen ve uygulamaya geçiş süreçlerini kolaylaştıran önemli bir avantajdır.

Araştırmanın ortaya koyduğu en önemli bulgulardan biri, tüketicilerin alışveriş davranışlarının esnek olduğu ve Pazar günü kapanma uygulamasının ekonomik bir kayıptan ziyade tüketim günlerinin yeniden dağılımına yol açacağıdır. Bu durum, sektör açısından finansal risklerin sınırlı olacağını, buna karşılık sosyal faydanın oldukça yüksek seviyede gerçekleşeceğini göstermektedir.

Öte yandan çalışan tarafında ortaya çıkan güçlü destek, mevcut çalışma düzeninin sürdürülebilirliği açısından önemli bir uyarı niteliği taşımaktadır. Çalışanların büyük çoğunluğu, düzenli bir hafta sonu tatilinin yalnızca bireysel yaşam kalitesini değil, aynı zamanda iş verimliliğini, motivasyonu ve sektöre bağlılığı da artıracığını ifade etmektedir. Bu durum, Pazar günü tatilinin yalnızca sosyal bir hak değil, aynı zamanda ekonomik verimlilik açısından da rasyonel bir düzenleme olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırma bulguları aynı zamanda perakende sektörünün yapısal sorunlarından biri olan yüksek çalışan sirkülasyonu ve personel bulma gücü açısından da önemli bir çözüm alanı sunmaktadır. Daha dengeli bir çalışma modeli, sektörü daha cazip hale getirerek nitelikli iş gücünün sektöre yönelmesini sağlayacak, mevcut çalışanların ise sektörde daha uzun süre kalmasına katkıda bulunacaktır. Bu durum, hizmet kalitesinin artması ve işletmelerin operasyonel verimliliğinin yükselmesi gibi dolaylı faydalar da sağlayacaktır.

Özellikle kadın çalışanlar açısından değerlendirildiğinde, Pazar günü tatilinin aile içi dengeyi güçlendiren kritik bir unsur olduğu görülmektedir. Mevcut düzende hafta içi çocukların okulda, hafta sonu ise ebeveynlerin çalıştığı bir yapı söz konusudur. Bu durum, aile içi etkileşimi sınırlamakta ve sosyal dengeyi zayıflatmaktadır. Pazar günü tatili ile birlikte aile bireylerinin ortak zaman geçirebileceği bir alan oluşacak, bu da toplumsal refah ve mutluluk üzerinde olumlu bir etki yaratacaktır.

SONUÇ



Uluslararası uygulamalara bakıldığında da benzer modellerin birçok gelişmiş ülkede başarıyla uygulandığı görülmektedir. Pazar günü tamamen kapalı perakende modeli, çalışan refahı, şehir yaşam dengesi ve sosyal düzen açısından olumlu sonuçlar üretmektedir. Bu bağlamda önerilen model, yalnızca yerel bir talep değil, aynı zamanda küresel ölçekte karşılığı olan bir uygulama olarak öne çıkmaktadır.

Elbette her yapısal dönüşümde olduğu gibi bu modelin uygulanmasında da belirli geçiş zorlukları yaşanması mümkündür. Özellikle acil ihtiyaçlara yönelik erişim konusu dikkatle ele alınmalıdır. Ancak bu tür durumlar, sınırlı ve kontrollü sistemler veya alternatif çözümler ile kolaylıkla yönetilebilir niteliktedir. Bu nedenle söz konusu zorluklar, modelin genel faydasını gölgeleyebilecek ölçekte değildir.

Bu araştırmanın ortaya koyduğu en kritik sonuçlardan biri de, perakende sektöründe ilk kez tüketici ve çalışanların bu kadar güçlü ve net bir şekilde aynı yönde talep ortaya koymuş olmasıdır. Bu durum, önerilen modelin yalnızca teorik değil, aynı zamanda toplumsal olarak hazır ve kabul görmüş bir dönüşüm olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, Pazar günü marketlerin kapalı olması modeli yalnızca bir çalışma saatleri düzenlemesi değil; aynı zamanda ekonomik sürdürülebilirlik, çalışan refahı, aile yapısının güçlendirilmesi ve toplumsal denge açısından çok boyutlu bir dönüşüm fırsatı sunmaktadır. Bu modelin hayata geçirilmesi, perakende sektörünü daha dengeli, daha sürdürülebilir ve daha insan odaklı bir yapıya taşıyacaktır.

Bu çerçevede Pazar günü kapanma uygulaması, yalnızca değerlendirilebilecek bir seçenek değil; mevcut veriler ışığında hayata geçirilmesi güçlü şekilde tavsiye edilen stratejik bir düzenleme olarak öne çıkmaktadır.

