

# OYDER Antalya Bölge Toplantısı gerçekleştirildi



**O**YDER Antalya Diyalog Toplantısı'nın açılış konuşmasını gerçekleştiren Yönetim Kurulu Başkanı H. Şükrü İlsal, Türkiye ve dünya ekonomisi hakkında bilgiler verdi. H. Şükrü İlsal, dünyada 2013 yılı büyüme tahmininin yüzde 2,3 olarak öngörüldüğünü hatırlatarak, "Dünya büyüme rakamlarının 2014 için yüzde 3,1, 2015 için ise yüzde 3,3 olarak gerçekleştirileceğinin tahmin edileceği söyleniyor. Aynı şekilde Türkiye'ye baktığımızda 2013 yılı için yüzde 3,6 büyüyeceği öngörülmüyor. ABD'de yüzde 1,9, Avrupa'da ise 0,3 olarak gerçekleşecektir" dedi.

Türkiye'nin ılımlı bir ekonomik toparlanma yaşadığını ifade eden İlsal: "Bu da 2012'de başarılı yenden dengelemenin ardından gelmiştir. Belki ekonomik büyüme istendiği kadar büyümedi ama içteki dengesizlikleri azaltmak ve büyüme için daha sürdürülebilir bir temel yaratmak adına buna ihtiyaç vardı. Şimdi ılımlı bir toparlanma gözlemliyoruz. uluslararası duruma baktığımızda, tüm gelişmekte olan ülkelere baktığımızda hala belirsizlikler ve zorluklar var. Bunun da birkaç temel nedeni var. Kısa bir

**OYDER'in geleneksel hale gelen diyalog toplantılarının 14'üncüsü Antalya'da gerçekleştirildi. Toplantıya TOFAŞ CEO'su Kamil Başaran, Basf Coatings Otomotiv Tamir Boyaları Müşteri Projeleri Müdürü Serdar Gürses, Koç Finans yöneticisi Serhat Kayra, Zer yöneticisi Müge Orlu, PDR Grup Yöneticisi Seçil Baydaş ve Acer Pro yöneticisi Fatih Acer konuşmacı olarak katıldılar.**

süre öncesine kadar dünyadaki ana piyasalar, ABD, Avrupa geçmişte, kriz öncesinde büyüdükleri kadar hızlı büyümüyorlardı. ABD hala toparlanmaya devam ediyor ama özellikle Türkiye'nin ticaretinin yüzde 40'ının gerçekleştiği Euro Bölgesi hala toparlanmaya başlamış değil. Son gözlemlere göre belki Euro Bölgesi de toparlanmaya başlamış olabilir ama yine de Türkiye'nin en temel ihrac pazarındaki bu sorun Türkiye içinde de sorun yaratıyor." diye konuştu.

Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüklüklerine de değinen H. Şükrü İlsal, Meksika'nın 1,23 trilyon dolar, Güney Kore'nin 1,21 trilyon dolar, Endonezyanın 908 milyar dolar, Türkiye'nin ise 876 milyar dolar büyüklüğünde olduğu bilgisini verdi.

Türkiye'nin demografik yapısına değinen İlsal, "Türkiye'nin demografik özellikleri perakende sektörünün büyümesi açısından oldukça yüksek bir potansiyel bulunduğunu göstermektedir. Çalışma çağındaki nüfus olarak tanımlanan 15-64 yaş nüfusun toplam nüfus içerisindeki payının 2020'de %68,6 ile en yüksek değerine ulaşması ve bu tarihten son-

ra tedricen azalması beklenmektedir. Nüfus artış hızı yavaşlarken, çalışma çağındaki nüfusun artmaya devam etmesi ekonomik gelişmenin hızlanmasına imkan vermek suretiyle Türkiye'ye bir 'demografik fırsat penceresi' sunmaktadır. Bu çerçevede, 2020-2025 yıllarına yaklaşıldıkça, Türkiye'de çalışabilir nüfusun toplam nüfus içerisindeki payının artmasının perakende ticaret sektörüne de olumlu yönde yansması beklenmektedir" dedi.

Türkiye'nin ihracat potansiyeline de değinen H. Şükrü İlşal, UİB ve OAİB verilerine göre 2013 yılı Ocak-Haziran döneminde otomotiv sanayinin toplam ihracatı, bir önceki yıla göre yüzde 5 oranında artarak 10,5 milyar dolar düzeyinde gerçekleştiğinin bilgisini verdi. Dünya otomotiv üretimi sonuçlarını aktaran H. Şükrü İlşal, "Toplam dünya üretimi sonuçlarına göre Çin 19,3 milyon adet üretimle ilk sırada yer aldı. Türkiye ise 2012 yılında toplam olarak 1.072.339 adet üretim gerçekleştirmiştir. Yine 2012 yılında dünya üretimi yüzde 5 artışla 84 milyon adede ulaştı. 2013 yılında ise toplam üretimin 87 milyon olarak gerçekleşmesi tahmin ediliyor" diye konuştu.

Türkiye otomotiv sektörünün performansını ele alan H. Şükrü İlşal, "Türkiye otomotiv sektöründe 2012 yılının ilk çeyreğinde yüzde -25,39, ikinci çeyreğinde ise yüzde -14,6 oranında daralmıştır. İlk ve ikinci çeyrekte yaşanan daralmaya karşın otomobil ve hafif ticari araç pazarı üçüncü çeyrekte yüzde 4,68'lik bir artış gösterdi. Ancak yine 2012 yılının son çeyreğinde pazar yüzde 5,34 daralarak, bu yılı yüzde 10,03 oranında bir küçülme ile tamamladı.

2013 yılının ilk iki çeyreğinde ise ilk çeyreğinde yüzde 12,41 artış görülürken, ikinci çeyreğinde de %11,84 artış yaşandı" diye konuştu. H. Şükrü İlşal, LMC Automotive'in, 2013 yılı birinci çeyrek itiba-



riyle 2014 yılı dünya otomotiv pazarı tahminlerini yayınladığı raporun bazı sonuçları paylaştı. "Rapor göre birinci çeyrek sonuçları 2013 yılı dünya toplam otomotiv pazarı geçen yıla oranla yüzde 2,9 artışla, 86 milyon adet olarak tahmin ediliyor. 2014 yılında ise dünya otomotiv pazarının bir önceki yıla göre yüzde 6,9 artışla 92 milyon adete ulaşması bekleniyor" dedi.

Konuşmasında Türkiye'de otomotiv üzerindeki vergilere değinen H. Şükrü İlşal, "Avrupa ülkelerinde otomobil satışında ÖTV uygulaması söz konusu değil. Ancak bazı AB ülkelerinde belli CO2 değerleri üzerine caydırıcı vergiler uygulanıyor. Ülkemizde otomotiv sektörünün gelişmesini hızlandırmak otomobil fiyatlarının aşağı çekilmesiyle mümkündür. Araç talebi ancak bu şekilde artırılabilir" diye konuştu. 2011 yıl sonu itibarıyla toplam araç parkımızın 12 milyon düzeyinde olduğunu hatırlatan İlşal, "Bugün mevcut araç parkımızın %54,2'si 12 yaş üzeri araçlardan oluşuyor, 16 yaş üzeri olanların oranı ise %34'tür" dedi.

OYDER Başkanı H. Şükrü İlşal, 5 milyon metrekare alanda yetkili satıcıların 7 milyar dolarlık tesis yatırımını olduğunu dile getirerek, personel istihdam ettiklerini söyledi. 52 markayı temsil ettiklerini de belirten H. Şükrü İlşal yetkili satıcıların Hedef Baskısı ve Değişkenler, İnsan Kaynakları Tedariği, Rekabet / Haksız rekabet, SSH kanadındaki sorunlar, Kâr merkezlerinin etkin kullanılmaması, Genişlemeyle artan Finans ihtiyacı ve Teknolojiye uyum konularında zorluklar yaşadıklarını söyledi.

Türkiye'deki en legal sektörün otomotiv olduğunu hatırlatan OYDER Başkanı H. Şükrü ILİSAL, Türkiye'nin istihdam sağlayan önemli sivil toplum örgütlerinden biri olarak kriz ve risklere karşı aynı zamanda dünyanın en antrenmanlı otomobil yetkili satıcıları olduklarını vurguladı. <<<



**OTOMOTİV  
SEKTÖRÜNÜN  
BİRLEŐTİRİCİ GÜCÜ**



**TOFAŞ CEO'su  
Kamil Başaran**

**İç pazar mutlaka hak  
ettiği yere gelecektir**

**B**aşaran, otomotiv sektöründe hızla gelişen teknolojiye paralel olarak araçların ömrünün giderek azaldığını belirterek, “Yepyeni bir aracı piyasaya sürüyorsunuz, arkasından maksimum 4 sene içinde yüzünü değiştiriyorsunuz, teknolojik olarak günceliyorsunuz. Daha sonra o aracın yenisini çıkartıyorsunuz. Bir aracın yaklaşık 8 senelik bir ürün ömrü söz konusu” dedi.

Müşterilerin ihtiyaçları ve pazarın gelecekte alacağı pozisyona göre 2 yeni model üzerinde çalışıldığını dile getiren Başaran, “Otomotiv tarihine geçecek yepyeni 2 model üzerinde çalışıyoruz. Türkiye’de otomotiv konjonktürü kapsamında bugüne kadar alışlagelen şekildeki model lansmanları değil bunlar. Bu bir Doblo gibi kendi başına başarı hikayesi yaratmak üzere yola çıkacak araçlar. Bu ülkenin fikri ve sınai haklarını elinde tutacak araçlar” diye konuştu.

#### “Pazar performansımızı tanımladık”

Türkiye, Amerika ve Avrupa’daki müşterilerin beğenisinden yola çıkarak önümüzdeki dönem için pazar performanslarını tanımladıklarını anlatan Başaran, pazar performansı için de hem hafif ticari araç hem de binek segmentinde ne yapacaklarını belirlediklerini bildirdi.

#### Dünyada ve Türkiye’de sektör nereye gidiyor?

Otomotiv sektörünün tüm oyuncularının önümüzdeki dönemde çok kritik rolleri olduğunu söyleyebilirim. Gelecek, bugünden daha farklı bir hale gelecek. Hepimiz çok iyi biliyoruz ki müşterilerimiz çok hızlı değişiyor. Bunun yanı sıra otomotiv sektörünün insan kaynağının anlayışları da değişiyor. Artık, eski jenerasyon olarak, yeni nesil yöneticilerimize çalışanlarımıza ve hatta müşterilerimize de, eskinin alışkanlıkları ve mentalitesiyle bakamayız. Geleceğe hazırlanmak için önce bunları kabul ederek işe koyulmak gerekiyor.

Otomotiv gün geçtikçe gelişen, farklılaşan ve ülke ekonomisi için giderek kritikleşen bir sektör olma yolunda ilerliyor. Aynı zamanda da dünyanın en büyük yatırımlarının gerçekleştiği sektörlerden biri halindedir. Sektörün yaklaşık 2 trilyon dolarlık bir ci-

Tofaş CEO'su Kamil Başaran, otomotiv sektöründe müşteri beğenisinin dünyadaki değişime paralel bir gelişme gösterdiğini söyledi.

Başaran, Türkiye’de doğum oranları bir miktar azalsa bile hala Avrupa’ya göre genç bir nesil bulunduğunu, kadınların toplumda daha aktif olmaya başladığını, iş hayatına girdiğini ve ekonomik bağımsızlıklarını elde ettiğini söyledi. Kadının kendi sosyal yapısını oluşturmasıyla otomotiv sektörü için bir müşteri haline geldiğini kaydeden Başaran, “Artık otomobil satın alırken kadınla erkeğin oyu eşit. Bir kere araçları geliştirirken mutlaka kadınların beğenisini almamız lazım. Onların aklına girmemiz lazım” diye konuştu.

Kamil Başaran, “Bunun ilk örneği olarak hafif ticari araçta Fiat Doblo projesi kendini gösterdi zaten. Doblo’yu hem içerideki müşterilerimiz hem de 80 ülkeye ihraç ettiğimiz pazarlardaki ihtiyaçlara göre yeniden tanımladık. Çok daha fazla müşterinin beğenisini kazanacak boyuta getirdik diye düşünüyorum” dedi.

Bursadan çıkacak Doblo’ların 2014 sonundan itibaren Amerika’ya ihraç edilmeye başlanacağına dikkati çeken Başaran, söz konusu projenin Türkiye ekonomisine büyük katkı sağlayacağına inandıklarını kaydetti. Başaran, şöyle devam etti:

“Doblo Amerika projesi kapsamında, 2014-2021 yıllarında yaklaşık 175 bin aracın ihraç edilmesi öngörülüyor. Çok sevinerek söylüyorum ki Kuzey Amerika’daki pazarın büyümesi dolayısıyla ihracatımızı iki katına çıkartabileceğiz. Doblo projesinin ömrü, ilk aşamada 2018’den 2021’e kadar uzatılmış olacak. Böylece bir taşla iki kuş vurmuş olacağız.”

Hafif ticari araçlarda Fiat Doblo ve Minicargo’nun segmentlerinde en iyi satan araçlar olduğunu ifade eden Başaran, “Önümüzdeki dönem Doblo gibi Minicargo da gözden geçirilecek ve müşteri beğenisine göre yapılacak modifikasyonlardan sonra pazara sunulacak” diye konuştu.

#### Amerika ve İngiltere cazip pazar, hedef Japonya’ya ihracat

Amerika’daki ekonomik krizin toparlanmaya başlamasından sonra bölgenin kendileri için çok cazip bir pazar haline geldiğini kaydeden Başaran, Avrupa pazarının belli bir noktada küçüldüğünü, buna karşın BRIC ülkeleri (Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin) ile Asya pazarlarının büyüdüğünü söyledi.

Avrupa'da pazarı optimize etmek, daha sonra Avrupa dışına doğru açılmayı tercih ettiklerini vurgulayan Başaran, şunları kaydetti:

“Şu anda İngiltere bizim için büyüyen bir pazar. Eurozone'nin dışında olan İngiltere'ye ihracatımız ciddi düzeyde arttı. Avrupa dışına baktığımızda irili ufaklı tüm ülkelere saldırıyoruz. Latin Amerika ülkeleri ciddi pazar ama sevinerek söylüyorum ki İngiltere tek başına şu anda Latin Amerika'yı yakaladı. Bunun dışında Singapur'a ihracatımız var. Japonya'ya otomobil ihraç etmek için her türlü girişimin içindeyiz. Ümit ediyorum önümüzdeki günlerde sembolik dahi olsa Türk işçisinin, Türk mühendisinin ürü-

“Kadınların daha fazla üzerinde durduğu şey; ilk olarak dokundukları ortamın beklentilerini karşılaması. İkincisi güven. Kullandıkları aracın sağlamlığı kadınlar için önemli. Otomatik vites de kadınların vazgeçemediği konu. Erkekler ise biraz daha farklı tarafa doğru gidiyor. Onlar araç üzerindeki donanım, aracın kas yapısı, yakıt tüketimine bakıyor. Dizel motor konusunda da erkekler daha fazla talepkar.”

**İç pazar mutlaka hak ettiği yere gelecektir. İç politikada sağlanacak istikrar, AB sürecinin gelişimiyle oluşacak olan öz güvenle sektörün hızlı bir ivme kazanacağını düşünüyoruz. Ama bunlar tek başına yeterli değildir. Tüketicilerin harcama eğilimi sektörümüz için çok önemlidir. Kadınlar ekonominin bir parçası haline geliyor. Çok önemli oranda bir kadın nüfusu ekonomi içinde yer alıyor. İşte bunların oluşturduğu dinamikle beraber de tüketici eğilimlerinde biraz daha farklı değişimlerin yaşanacağına inanıyoruz.**

nünü Japonya'ya ihraç edebildiğini müjdeleyeceğim. Sembolik dahi olsa Japonya'ya otomobil ihracatı yapmak anlamlı.”

İhracat yapmak için iç pazardan mutlaka güç almak gerektiğine işaret eden Başaran, iç pazar müşterisinin beğenisi yakalanırsa dışarıda da etkileşimin kurulabileceğini söyledi. İç pazarda 55 markanın rekabet ettiğini dile getiren Başaran, “Türkiye'nin bu ekonomik koşullarında ürettiğimiz araçlardan birini içeriye satıyorsak, bir tanesi de mutlaka ve mutlaka ihraç etmek zorundayız ancak bu şekilde hem ülkenin şu anki otomotiv sektörünün geldiği teknolojik ortamında katma değer yaratacak hem de dış ticaret açığını azaltacak vaziyete katkı vermiş oluruz” diye konuştu.

#### 2023'de hedef 4 milyon araç

Yurt dışındaki ekonomik krizin sürdüğünü, Avrupa'daki ekonomik bunalım yüzünden pazarın daraldığını ifade eden Başaran, Ortadoğu'da da güvenli bir ortam oluşturulursa pazar imkanlarının burada da doğabileceğini açıkladı. Başaran, “Nereye bakıyoruz o zaman. Avrupa'nın ötesi noktalara bakıyoruz. Buralar neresi? Türkiye'nin etrafındaki bölge. Afrika, Amerika veya Avro Bölgesi'nin dışında kalan alanlar. Irak ve İran, belki bu konularda Suriye ile ilgili sorunların belli noktada çözülmesi, bizim ticaret yapabilir ve sınırımızdaki ticaretin kolaylaşması takdirinde tabii ki buralar bizim için çok önemli fırsat. Afrika dahil olmak üzere buralar bizim için önemli fırsat noktaları olabilir. 2023 hedeflerinde Türkiye'nin 4 milyon araç üretiyor olması gerekiyor. Bunun da yaklaşık 3 milyonunu da ihraç eder olması gerek. O yola giden her şeyin doğru adımlar olduğunu görüyoruz. Ümit ediyorum ki Avrupa'daki kriz bir an evvel köklü ve sürdürülebilir şekilde çözülür, Türkiye'nin iç pazarının da ihracata nefes ve cesaret verecek kadar büyümesi sağlanırsa biz bu neticele-ri bu yolda alırız. Türkiye 2023 yılı hedeflerine ilerler” dedi. <<<







**Basf Coatings Otomotiv Tamir Boyaları Müşteri Projeleri Müdürü Serdar Gürses**



**Koç Finans yöneticisi Serhat Kayra**



**ZER yöneticisi Müge Orlu**



**PDR Grup İK Genel Müdürü Seçil Baydaş**



**PDR Grup yöneticisi Cem Benson**



**Acer Pro Genel Müdürü Fatih Acer**