

# BİLECİK TURİZMDE TANITIM İSTİYOR

Bilecik Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Şükrü Keskin, "Zengin bir tarihi ve kültürel mirasa sahip olan şehrimiz turizm anlamında hakettiği yerde değil ve bu pastadan ekonomik anlamda yeterli pay alamıyor. İlimizin zengin tarihi ve kültürel mirasının geniş kitlelerce tanınması ve ilimize gelecek ziyaretçi sayısının artırılması için gerekli tanıtım hamlelerinin yapılması gerekiyor" dedi.





Fotoğraflar: Bilecik TSO



**B**ilecik Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Şükrü Keskin, "İlimiz Yatırım Teşvik Sistemi'nde 3. bölgede yer almaktadır. Yatırımcılar teşvik miktarlarının daha yüksek olduğu illere yatırım yapma eğilimindedir. İl bazlı teşvik sistemi yanında sektörel bazda bir teşvik sisteminin de hayata geçirilmesi bu soruna çözüm olabilir" diye konuştu. Bilecik Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Şükrü Keskin, sorularımızı şöyle yanıtladı:

#### **Bilecik'in ticari hayatını değerlendirebilir misiniz?**

Bilecik ekonomisine can veren üç ana sektör bulunmaktadır. Bunlar mermercilik, seramik sektörü ve metal mamuller imalatıdır. Özellikle ilimiz zengin mermer yatakları ile mermer ocakçılığı ve işlenmiş mermer üretiminde ülkemizde hatırı sayılır bir yere sahiptir. Bunların dışında porselen, cam mamuller, çimento, et ve et ürünleri, plastik mamuller, yapı malzemeleri, kimya sanayi, suni deri ve tekstil alanında üretim yapan önemli tesislere ev sahipliği yapmaktayız.

İlimiz genelinde faaliyetine devam eden altı organize sanayi bölgesi mevcuttur, Gölpazarı ilçemizde kurulması planlanan Gıda İhtisas OSB ve merkez ilçede kurulacak 3. OSB ile bu sayı sekize çıkacaktır.

Osmanlı Devleti'nin kuruluşuna ev sa-



**“İlimizin IPARD kapsamına alınması için gerekli lobi faaliyetlerimizi sürdürüyoruz.”**

hipliği yapan, Kurtuluş Savaşı'nın beşiği ilimizde son dönemde turizm anlamında bir canlanma gözlemlenmektedir. İlimiz zengin tarihi ve kültürel mirası sayesinde yerli turistlerin ilgi odağı haline gelmiştir ancak Bilecik olarak bacasız sanayi diye tabir edilen turizmde ekonomik anlamda yeterli payı alamamaktayız. Turizmdeki bu canlanmayı ekonomik değere dönüştürmek noktasında ilimizde çalışmalar devam etmekte olup Bilecik Ticaret ve Sanayi Odası olarak bizler de bu konuda yetki alanımız çerçevesinde üzerimize düşeni yapmaktayız.

#### **Bilecik'teki tarım ve hayvancılık sektörü ile ilgili bilgi verir misiniz?**

İklimi, su kaynakları ve topraklarının verimliliği ile tarım potansiyeli olan, sebze ve meyvenin birçok türünün yetiştiği, seracılık faaliyetlerinin bulunduğu ancak bu avantajları tam olarak değerlendiremeyen bir il konumundayız. Az nüfusa karşın gelişmiş bir sanayiye sahip ilimizde maalesef tarımsal faaliyet yapacak kişi sayısı oldukça azdır.

#### **“İşsizlik yok denecek kadar az”**

İşsizliğin yok denecek kadar az olduğu ilimizde gençlerimiz tarımsal faaliyette bulunmak yerine sanayi sektöründe iş sahibi olmayı tercih etmektedir. Bu durumun tersine çevrilmesi, gençlerimizin tarım ve hayvancılık sektöründe daha aktif roller üstlenmele-

rini istiyoruz, bu da genç çiftçileri ve genç hayvancıları desteklemekle mümkün olur diye düşünüyoruz. İlimiz IPARD kapsamında değildir. İlimizin IPARD kapsamına alınması için gerekli lobi faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz, ayrıca tarımsal teşvikler konusunda farkındalık yaratmak ve bu teşviklerin geniş kitlelerce bilinirliğini artırmak amacı ile ilgili kamu kurumları ile işbirliği halinde Odamızda bilgilendirme seminerleri düzenliyoruz.

### **Kentinizin öncelikli sorunlarını ve çözüm önerilerinizi belirtir misiniz?**

İlimiz Yatırım Teşvik Sistemi'nde 3. bölgede yer almaktadır. Yatırımcılar teşvik miktarlarının daha yüksek olduğu illere yatırım yapma eğilimindedir. İl bazlı teşvik sistemi yanında sektörel bazda bir teşvik sisteminin de hayata geçirilmesi bu soruna çözüm olabilir. Ayrıca il geneli yerine ilçe bazlı bir bölgesel teşvik sisteminin de uygun olacağını düşünüyoruz, zira bir ilçemizin gelişmişlik düzeyi ile diğer ilçemizin gelişmişlik düzeyi arasında ciddi farklar mevcut.

Gelişmiş sanayisine karşı nüfusun azlığı, sanayicilerimizin eleman temininde sıkıntılar yaşamasına sebep olmaktadır. Ayrıca ilimizin sosyal alt yapısının çevre illere nazaran az gelişmiş olması sebebi ile nitelikli işgücü bu illere kayma eğilimindedir. Bu anlamda ilimizin sosyal alt yapısının gelişmesi gerekmektedir.

Zengin bir tarihi ve kültürel mirasa sahip olan şehrimizin turizm anlamında hakettiği yerde olmaması ve bu pastadan ekonomik anlamda yeterli payı alamıyor oluşumuz bizleri üzmektedir. İlimizin zengin tarihi ve kültürel mirasının geniş kitlelerce tanınması ve ilimize gelecek ziyaretçi sayısının artırılması için gerekli tanıtım hamlelerinin yapılması gerekmektedir.



### **Bilecik'in marka kent olması için Oda olarak hangi çalışmaları yürütüyorsunuz?**

İlimizin tarihi ve kültürel mirasını ön plana çıkarma amacı ile ilimizin kültürel varlıklarının UNESCO kültürel mirası listesine dahil edilmesi sürecini takip ediyoruz. Bu sayede ilimizin kültürel mirasının tescil edilerek koruma altına alınması ve gelecek nesillere bozulmadan aktarılmasının önü açılacaktır ayrıca bu sayede ilimizin uluslararası platformlarda tanınırlığı da artacaktır. Bu da turizm potansiyelimize dolayısıyla ilimiz ekonomisine olumlu şekilde yansımacaktır. İlimiz sanayisinin gelişmesi ve büyümesi için yeni kurulacak OSB'lerin Müteşebbis Heyetleri'nde yer alıyor ve maddi destek sağlıyoruz.

İlimize özgü ürünlerin coğrafi işaret tescillerini alma noktasında başvuruda bulunuyor ve süreçleri takip ediyoruz. Bu kapsamda

“İlimize özgü ürünlerin coğrafi işaret tescillerini alma noktasında başvuruda bulunuyor ve süreçleri takip ediyoruz.”

ilimize özgü 10 adet ürünün coğrafi işaretini almak için başvurularımızı tamamlamış bulunuyoruz, bunlardan iki tanesini almayı başardık, geri kalanların tescili için gerekli çabayı sarf ediyoruz.

### **Marka kent olma yolunda Bilecik'in önceliği ne olmalıdır?**

Marka kent olma yolunda aslında bir şehirde olması gereken unsurların çoğuna sahibiz. Gelişmiş bir sanayi, eğitilmiş ve kalifiye bir nüfus, tarihi ve kültürel mirasın varlığı, ilimizin jeopolitik konumu, önemli ulaşım akslarının üzerinde yer alması, hızlı tren imkânı, limanlara ve havayollarına yakınlık gibi. Bizler ildeki tüm dinamikler ile ortak çalışarak Bilecik'i bulunduğu yerden daha yukarılara taşıma noktasında gerekli çabaları sarfediyoruz. Bundan sonraki süreçte önceliğimiz ilimizin turizm anlamında hakettiği yere gelmesi ve zaten mevcut olan sanayi kuruluşlarımıza ek olarak katma değeri yüksek ve ilimiz ekonomisine değer katacak yeni sanayi kuruluşlarını ilimize kazandırmak olacaktır.



# OTOMOTİV ÜRETİMİNE KORONAVİRÜS MOLASI!

Koronavirüs salgını dünya genelinde sektörlerin üretimlerini durdurmasına neden oldu. Bu sektörlerden biri olan otomotivde de zorunlu mola verildi. Avrupa'da üretim neredeyse yapılamaz hale gelirken, Türkiye'de ise bazı şirketler üretime iki hafta ara verdi bazıları da '1.5 metre sosyal mesafe' kuralı başlattı. Bu arada otomotiv sanayicileri, ihtiyaç halinde tıbbi malzeme üretmek için desteğe hazır olduklarını açıkladı.

**1.485****MİLYON ADET**

2019 yılında  
Türkiye otomotiv  
üretimi

**%9****DARALMA**

Türkiye otomotiv  
sanayi, 2018 yılına  
göre yüzde 9  
daraldı.

**%5****GERİLEME**

2019 yılında  
Türkiye otomotiv  
ihracatı adet  
bazında yüzde 5  
geriledi.

**983****BİN ADET**

2019'da üretilen  
araçların 983 bin  
adeti otomobil  
olurken, 479 bin  
adeti de ticari  
araçlardan oluştu





**K**oronavirüs salgını dünyada olduğu gibi Türkiye’de de birçok sektörün üretimlerini durdurmasına neden oldu. Otomotiv üreticileri de salgının yayıldığı diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de üretime zorunlu mola verdi. Bazı şirketler üretime iki hafta ara verirken, bazıları da ‘1.5 metre sosyal mesafe’ kuralı uyguluyor. Ana sanayinin ardından yan sanayi firmaları da geçici süre ile üretimi durdurmak için harekete geçti.

Türkiye’de 400’ü aşkın üyesi bulunan Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği (TAYSAD) Başkanı Alper Kanca, pazarın en önemli oyuncularının fabrikalarını kapatmalarına neden olan koronavirüs sal-

gınının, tedarik sanayisini de etkilediğini dile getirdi. Kanca, “Üyelerimizin yüzde 80’i bu ayın son haftasında üretimi azaltacak. Yüzde 15’i ise iki haftalığına işletmelerini kapatma kararı aldı” dedi.

Kanca, üyelerin yüzde 5’inin ise üretime devam eden ana sanayi firmalarına veya özellikle Uzakdoğu odaklı firmalara çalıştıkları için faaliyetlerine normal şekilde devam ettiğini aktardı.

#### Avrupa’da üretim durdu

AB’deki araç üreticilerinin neredeyse tamamının tüm fabrikalarında üretime ara verdiğini aktaran Kanca, “Bazıları ne zaman üretime başlayacaklarına dair net bir tarih

de vermedi” dedi. Kanca, “Krizin şu andaki görüntüsüne göre 2020 yılı ihracatımızın yaklaşık yüzde 20 azalma riski taşıdığını söylemek yanlış olmayacak” diye konuştu.

Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği (OYDER) Başkanı Murat Şahsuvaroğlu ise showroomların düzenli olarak dezenfekte edildiğini ve gerekli önlemlerin alındığını vurguladı.

Şahsuvaroğlu, “Showroom trafiği geriledi. Şubat’tan Mart’a çok yoğun bağlantılarla giderken, Mart’tan Nisan’a bu bağlantılar yok. Özellikle batıya doğru yaklaştıkça gerileme var. Ama doğruya ve güneydoğuya baktığımızda orada henüz bunu göremiyoruz” dedi.

#### 2018 / 2019 Yılları Üretim

| Araç Tipleri                 | 12 / 2018      | 12 / 2019      | 12 % Değişim | 1-12 / 2018      | 1-12 / 2019      | 1-12 % Değişim |
|------------------------------|----------------|----------------|--------------|------------------|------------------|----------------|
| OTOMOBİL                     | 82.210         | 94.991         | 15,5         | 1.026.571        | 982.642          | -4,3           |
| <b>OTOMOBİL Toplam</b>       | <b>82.210</b>  | <b>94.991</b>  | <b>15,5</b>  | <b>1.026.571</b> | <b>982.642</b>   | <b>-4,3</b>    |
| B.KAMYON                     | 1.182          | 960            | -18,8        | 22.883           | 17.604           | -23,1          |
| K.KAMYON                     | 295            | 396            | 34,2         | 2.654            | 1.399            | -47,3          |
| KAMYONET                     | 32.835         | 32.526         | -0,9         | 429.361          | 386.245          | -10,0          |
| OTOBÜS                       | 777            | 579            | -25,5        | 8.541            | 9.199            | 7,7            |
| MİNİBÜS                      | 5.574          | 6.038          | 8,3          | 56.934           | 61.629           | 8,2            |
| MİDİBÜS                      | 173            | 285            | 64,7         | 3.316            | 2.526            | -23,8          |
| <b>TİCARİ ARAÇLAR Toplam</b> | <b>40.836</b>  | <b>40.784</b>  | <b>-0,1</b>  | <b>523.689</b>   | <b>478.602</b>   | <b>-8,6</b>    |
| <b>TAŞIT ARAÇLARI Toplam</b> | <b>123.046</b> | <b>135.775</b> | <b>10,3</b>  | <b>1.550.260</b> | <b>1.461.244</b> | <b>-5,7</b>    |
| TRAKTÖR                      | 1.440          | 1.997          | 38,7         | 37.686           | 23.899           | -36,6          |
| <b>TRAKTÖR Toplam</b>        | <b>1.440</b>   | <b>1.997</b>   | <b>38,7</b>  | <b>37.686</b>    | <b>23.899</b>    | <b>-36,6</b>   |
| <b>GENEL TOPLAM</b>          | <b>124.486</b> | <b>137.772</b> | <b>10,7</b>  | <b>1.587.946</b> | <b>1.485.143</b> | <b>-6,5</b>    |

## Otomotiv Sanayii 2018 / 2019 Üretimi

| TIPLER   | YILLAR | OCAK    | ŞUBAT   | MART    | NISAN   | MAYIS   | HAZİRAN | TEMMUZ  | AĞUSTOS | EYLÜL   | EKİM    | KASIM   | ARALIK  | TOPLAM    |
|----------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| OTOMOBİL | 2019   | 71.397  | 80.077  | 87.348  | 83.459  | 96.345  | 74.074  | 86.235  | 31.287  | 90.359  | 93.575  | 93.495  | 94.991  | 982.642   |
| OTOMOBİL | 2018   | 85.368  | 94.117  | 105.687 | 90.805  | 95.680  | 85.635  | 96.511  | 29.289  | 86.395  | 89.151  | 85.723  | 82.210  | 1.026.571 |
| B.KAMYON | 2019   | 1.394   | 1.660   | 1.768   | 979     | 1.347   | 1.688   | 2.284   | 1.706   | 1.724   | 989     | 1.105   | 960     | 17.604    |
| B.KAMYON | 2018   | 1.871   | 2.137   | 2.350   | 2.270   | 2.421   | 2.260   | 2.075   | 1.276   | 1.993   | 1.732   | 1.316   | 1.182   | 22.883    |
| K.KAMYON | 2019   | -       | 30      | 59      | 190     | 64      | 7       | 63      | 50      | 170     | 134     | 236     | 396     | 1.399     |
| K.KAMYON | 2018   | 268     | 424     | 222     | 232     | 156     | 280     | 393     | 88      | 151     | 61      | 84      | 295     | 2.654     |
| KAMYONET | 2019   | 31.118  | 31.524  | 36.491  | 37.200  | 33.727  | 29.074  | 37.533  | 15.989  | 36.540  | 30.152  | 34.371  | 32.526  | 386.245   |
| KAMYONET | 2018   | 32.222  | 39.738  | 45.190  | 38.848  | 43.690  | 37.064  | 38.482  | 14.325  | 38.197  | 33.698  | 35.072  | 32.835  | 429.361   |
| OTOBÜS   | 2019   | 749     | 677     | 812     | 886     | 902     | 700     | 881     | 464     | 691     | 989     | 869     | 579     | 9.199     |
| OTOBÜS   | 2018   | 619     | 657     | 833     | 754     | 834     | 668     | 696     | 509     | 631     | 747     | 816     | 777     | 8.541     |
| MİNİBÜS  | 2019   | 5.062   | 5.370   | 5.505   | 5.025   | 3.880   | 3.399   | 6.635   | 2.537   | 6.531   | 6.025   | 5.622   | 6.038   | 61.629    |
| MİNİBÜS  | 2018   | 3.703   | 3.962   | 4.831   | 5.296   | 5.059   | 5.059   | 5.235   | 1.552   | 5.315   | 5.624   | 5.724   | 5.574   | 56.934    |
| MİDİBÜS  | 2019   | 134     | 135     | 206     | 174     | 248     | 174     | 251     | 170     | 221     | 291     | 237     | 285     | 2.526     |
| MİDİBÜS  | 2018   | 296     | 349     | 351     | 315     | 467     | 228     | 337     | 136     | 249     | 218     | 197     | 173     | 3.316     |
| TRAKTÖR  | 2019   | 1.061   | 1.635   | 2.048   | 2.192   | 2.046   | 1.588   | 2.042   | 1.198   | 2.668   | 2.656   | 2.768   | 1.997   | 23.899    |
| TRAKTÖR  | 2018   | 4.564   | 4.508   | 5.122   | 4.188   | 4.229   | 3.238   | 3.419   | 1.563   | 1.845   | 1.768   | 1.802   | 1.440   | 37.686    |
| TOPLAM   | 2019   | 110.915 | 121.108 | 134.237 | 130.105 | 138.559 | 110.704 | 135.924 | 53.401  | 138.904 | 134.811 | 138.703 | 137.772 | 1.485.143 |
| TOPLAM   | 2018   | 128.911 | 145.892 | 164.586 | 142.708 | 152.536 | 134.432 | 147.148 | 48.738  | 134.776 | 132.999 | 130.734 | 124.486 | 1.587.946 |

Kaynak: OSD

### Otomotivciler tıbbi malzeme üretimi için desteğe hazır

Koronavirüs salgınının ardından otomotiv üreticileri solunum cihazı ihtiyacının karşılanmasına destek sunmak için harekete geçti. Ford ve GM'nin ardından Porsche, Skoda ve BMW solunum cihazı üretimine katkı sağlayabileceklerini duyurdu. Volkswagen, 3D yazıcılarla medikal malzeme üreteceklerini bildirirken, Tesla CEO'su Elon Musk, koronavirüs salgınıyla mücadele için suni solunum cihazı üretmeye hazır olduğunu açıkladı. OSD Başkanı Haydar Yenigün, ihtiyaç halinde Türk otomotiv sanayisinin de tıbbi malzeme üretimi için Ar-Ge ve üretim tesislerini devreye sokabileceğini söyledi.

TAYSAD Başkanı Alper Kanca da konuyla ilgili olarak "Otomotiv tedarik sanayinin elinde böyle bir krizde kullanılacak iki önemli değer var. Birincisi yetkinlik ikincisi kapasite. Bunları anlamlarıyla açacak olursak; yetkinlik yani çok geniş bir yelpaze de farklı üretim süreçlerine hakim olmak bu süreçlerde istenilen her türlü üretim işlemini yapabilmek anlamına geliyor. Kapasite ise bu işlemlerle ilgili yeterince alet, cihaza sahip olmak demektir. Biz Türk otomotiv tedarik sanayi olarak bu işe sarılarak hiç tartışmasız bir an bile tereddüt etmeden hem yetkinlik hem kapasitemizi kullanmaya / kullandırmaya hazırız. Yalnız burada bir şeye dikkat etmek gerekiyor. Özellikle sosyal medyada 'hadi gelin solunum cihazı





Otomotiv Sanayii Kapasite Kullanımı 2019

| ARAÇ TİPİ     | 12 / 2019 KAPASİTE | 12 / 2019 ÜRETİM | 12 / 2019 KAPASİTE KULLANIM % | 1 - 12 / 2019 KAPASİTE | 1 - 12 / 2019 ÜRETİM | 1 - 12 / 2019 KAPASİTE KULLANIM % |
|---------------|--------------------|------------------|-------------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------------|
| HAFİF ARAÇLAR | 162.633            | 133.555          | 82,1                          | 1.951.596              | 1.430.516            | 73,3                              |
| KAMYON        | 3.845              | 1.356            | 35,3                          | 46.140                 | 19.003               | 41,2                              |
| OTOBÜS        | 948                | 579              | 61,1                          | 11.376                 | 9.199                | 80,9                              |
| MİDİBÜS       | 813                | 285              | 35,1                          | 9.756                  | 2.526                | 25,9                              |
| TRAKTÖR       | 6.250              | 1.997            | 32,0                          | 75.000                 | 23.899               | 31,9                              |
| <b>TOPLAM</b> | <b>174.489</b>     | <b>137.772</b>   | <b>79,0</b>                   | <b>2.093.868</b>       | <b>1.485.143</b>     | <b>70,9</b>                       |

Kaynak: OSD

üretelim' veya 'şöyle bir alet imal edelim' türü yaklaşımlar var. Bunlar çok gerçekçi değil. Çünkü bu tür tıbbi cihazların üretimi ciddi derecede yüksek bir uzmanlık gerektiriyor. Sonuçta insan yaşamı söz konusu. Bir otomotiv tedarikçisinin birkaç gün içerisinde solunum cihazı üretmesi mümkün değil. Ama bizler ihtiyaç olan tekil parçaları üretir, bu cihazları üretme becerisine sahip olanlara destek verebiliriz. Ya da makine-lerimizi, tesislerimizi, en önemlisi mühendislerimizi, çalışanlarımızı, kendimizi bu cihazları üretmeyi bilen profesyonellerin kullanımına sunarız" dedi.

'Sektörel Bakış 2020' raporu

Diğer yandan geçtiğimiz yılın değerlendirildiği, 2020'ye ilişkin beklentilerin sıralan-

dığı 'Sektörel Bakış 2020' serisinin otomotiv sektörünü ele alan raporu, sektörün içine girdiği 'teknolojik yıkım' sürecinin izini sürüyor. KPMG'nin hazırladığı Sektörel Bakış 2020 – Otomotiv Raporu'na göre otomobil dört tekerlektan oluşan 150 yıllık algısının ötesine geçip ulaşım aracı olmaktan çıkıyor, teknolojik ve akıllı bir araca dönüşüyor. 2020'den 2030'a kadar geçecek 10 yılda küresel sektör geçmiş 50 yıldan çok daha

**AB'deki araç üreticilerinin neredeyse tamamı tüm fabrikalarında üretime ara verdi.**

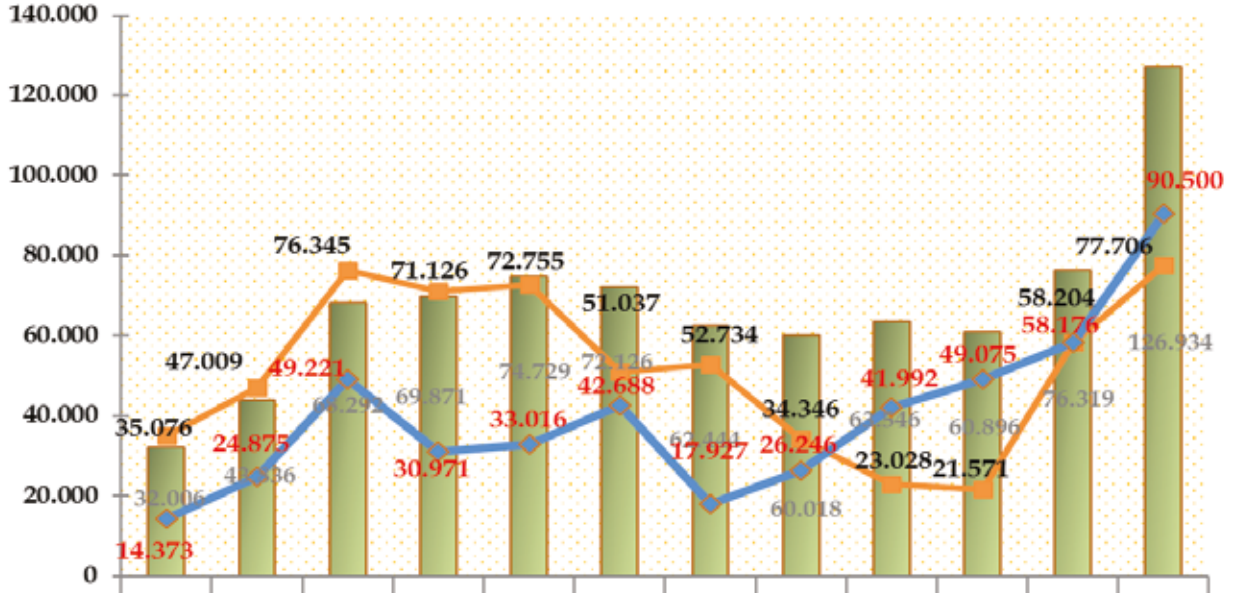
etkili değişimler yaşayacak. Otomotiv Raporu'nda sektörün dönüşümünü yansıtan başlıklar şöyle:

● Rakamsal bazda yaşanan değişim, otomotivin bir dönüşüm dönemine girdiğini gösteriyor. Geçen yıl dönüşümle ilgili adımlar atıldı, yatırımlar yapıldı. Otomobil sadece bir ulaşım aracı, basitleştirilmiş bir endüstriyel meta olmaktan çıkıyor, farklı teknolojilerle konsolide oluyor, teknolojik ve akıllı bir cihaza dönüşüyor. Teknoloji fuarlarında teknoloji şirketlerinin ürettiği konsept otomobillerin konuşulması bunun kanıtı. Yeni ve tarihi bir döneme giriliyor. 2028-2030 yıllarına kadar sürmesi beklenen çok ciddi bir dönüşüm süreci söz konusu. Sektör, maliyeti ve rekabeti yüksek, tek doğrunun olmadığı, biraz da karanlık ve zorlu bir



(x000 adet)

### Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı



|                | Ocak   | Şubat  | Mart   | Nisan  | Mayıs  | Haz.   | Tem.   | Ağus   | Eylül  | Ekim   | Kasım  | Aralık  |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 10 Yıllık Ort. | 32.006 | 43.836 | 68.292 | 69.871 | 74.729 | 72.126 | 62.444 | 60.018 | 63.546 | 60.896 | 76.319 | 126.934 |
| 2018           | 35.076 | 47.009 | 76.345 | 71.126 | 72.755 | 51.037 | 52.734 | 34.346 | 23.028 | 21.571 | 58.204 | 77.706  |
| 2019           | 14.373 | 24.875 | 49.221 | 30.971 | 33.016 | 42.688 | 17.927 | 26.246 | 41.992 | 49.075 | 58.176 | 90.500  |

Kaynak: ODD

tünele giriyor. Küresel otomotiv sektörünün geleceğini otonom sürüş, bağlanabilirlik, elektrifikasyon, mobilite ve araç paylaşımı gibi "Mega trendler" şekillendirecek.

#### Taksi ve akaryakıt gelirleri yüzde 38 düşecek

● Otomotiv sektöründeki gelişmeler gelecek 10 yılda bundan önceki 50 yıldan çok daha etkili olacak. 2015 yılında 5.5 trilyon dolarlık otomotiv sektörü gelirleri içinde 0.1 trilyon dolar olan yeni iş alanlarının payının, 2030'da 7.7 trilyon dolarlık gelirler içinde 4.3 trilyon dolara çıkacağı öngörülüyor. Taksiler, sürücülü araçlar ve akaryakıt satışları gibi geleneksel iş alanlarındaki gelirlerin yüzde 38 düşeceği tahmin ediliyor.

● Büyük dönüşüm elektrikli araçları işaret ediyor ve geçiş sürecinde hibrit araçlar öncü görev üstleniyor ancak hibritle ilgili tanımın netleşmesi gerekiyor.

● Dizel araç satışları 2017 ve sonrasında hızla geriliyor. JATO verilerine göre Avrupa'da 2019 yılında 2018 yılına göre 1 milyon adet daha az dizel araç satıldı.

● Tahminlere göre AB ülkelerinde

2019'da 319 bin olan elektrikli araç satışları 2020'de 540 bine yükselecek.

● Halen Avrupa'da satılan elektrikli ve hibrit araç model sayısı 100 adetlerde. Bu sayı 2020 yılında 175'e, 2025 yılında ise 330 farklı modelin üzerine çıkacak.

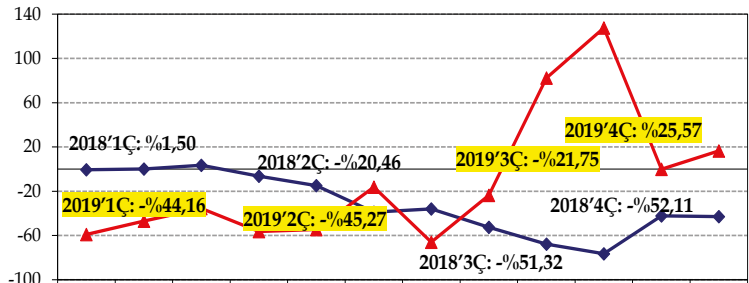
#### Türkiye, 2019 yılında çalkantının içinde kaldı

● Türkiye ekonomisinin lokomotif sek-

törü olan otomotiv, 2019 yılında en kötüden en iyiye geniş bir çalkantının içinde kaldı. 2017 yılındaki 1 milyon adetlik iç satışlar, 2018 yılında yüzde 35'lik küçülmenin ardından; 2019 yılında her türlü desteğe rağmen, yüzde 23 oranıyla bir kez daha küçüldü. İki yıl önce 1 milyon adete yaklaşan iç pazar, iki yıl gibi kısa bir sürede 500 bin adetin altına indi.

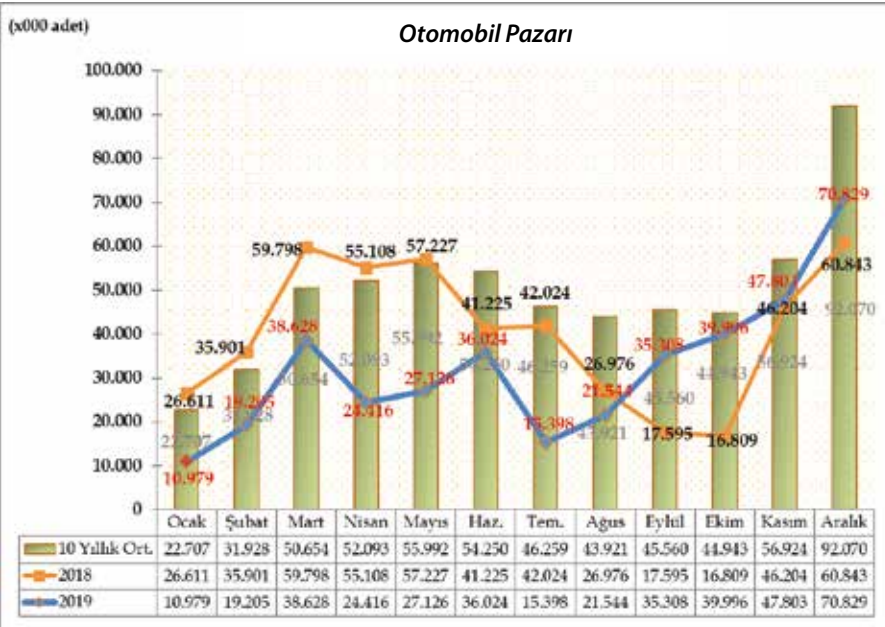
● 2019'da Türkiye'de satılan binek oto-

#### Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı Aylık ve Çeyrekler Gelişimi (%)



|               | Ocak   | Şubat  | Mart   | Nisan  | Mayıs  | Haz.   | Tem.   | Ağus.  | Eylül  | Ekim   | Kas.   | Aral.  |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 2018/2017 (%) | -0,70  | 0,09   | 3,45   | -6,40  | -14,83 | -38,99 | -35,92 | -52,65 | -67,73 | -76,49 | -42,29 | -42,96 |
| 2019/2018 (%) | -59,02 | -47,08 | -35,53 | -56,46 | -54,62 | -16,36 | -66,00 | -23,58 | 82,35  | 127,50 | -0,05  | 16,46  |

Kaynak: ODD



mobil, hafif ticari araç, ağır ticari araç sayısı OSD verilerine göre 492 bin adet olarak gerçekleşti. Bu rakamın 479 bin 60 adetini otomobil ve hafif ticari araç satışları oluşturdu.

● 2019 yılına damgasını vuran gelişme, yılın ilk dokuz ayı ile son üç ayı arasındaki büyük dalgalanma oldu. Yılın ilk dokuz ayına bakarak, yıl sonu için düşük tahminler yapan otomotiv sektörü, son üç ayda talebe yetişemedi. Bu büyüme trendinin 2020'de devam etmesi öngörülüyor.

● OSD verilerine göre 2019 yılında Türkiye otomotiv üretimi 1 milyon 485 bin adete geriledi. Kurulu kapasitesi, her yıl artarak 2 milyon adetlere çıkan Türkiye otomotiv sanayi, 2018 yılına göre yüzde 9 daraldı.

● 2019 yılında üretilen araçların 983 bin adeti otomobil olurken, 479 bin adeti de ticari araçlardan oluştu. 2018 yılında bu sayılar 1 milyon 27 bin adet otomobil ve 524 bin ticari araç şeklindeydi.

● 2019 yılında Türkiye otomotiv ihracatı adet bazında yüzde 5 geriledi. Türkiye otomotiv ihracatı 31.2 milyar dolar oldu. 1 milyon 256 bin aracın ihracatı gerçekleşti. 31.2 milyar dolarlık ihracat, 2018 yılına göre dolar bazında yüzde 3.1 azaldı.

### 300 civarında otomotiv satış noktası kapandı

● Ana ve yan sanayi ile etkiledikleri dikkate alındığında sektör 500 bin kişiye

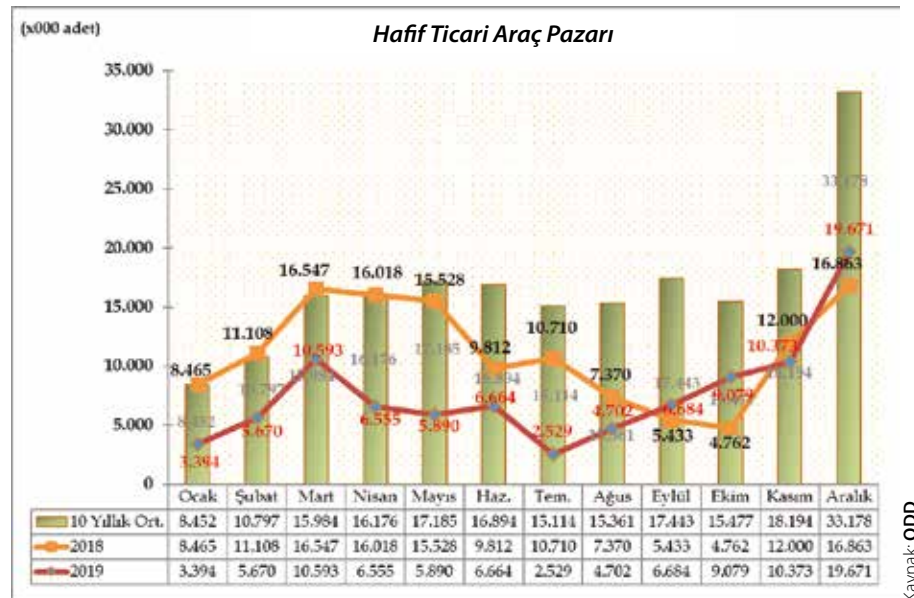
istihdam sağlıyor. İç pazardaki gidişat nedeniyle 2019 yılında özellikle bayilikler bazında istihdam kayıpları yaşandı. OYDER verilerine göre 300 civarında otomotiv satış noktası kapandı. Ana ve yan sanayi bazında istihdam kaybı dikkat çekici olmadı. Vardiya azaltan şirketler, geçici işçileri işe almayarak, asıl kadrolarını korudular.

### "Otomotiv sektörü radikal bir değişimin kıyasına geldi"

Bu arada KPMG Türkiye Endüstriyel

Üretim ve Otomotiv Sektör Lideri Hakan Ölekli, dünyanın altıncı büyük ekonomisi olan otomotiv sektörünün, 150 yıllık tarihinin ardından radikal bir değişimin kıyasına geldiğini söyledi. Otomotiv üretiminin global ölçekte küçülmeye başladığına dikkat çeken Ölekli, "2017'de sekiz yıllık kesintisiz büyüme ile ulaşılan 97.4 milyon adetlik üretim rekorunun ardından 2018'de rakam 96 milyona geriledi. Avrupa'da Almanya büyüyor ama Birleşik Krallık, Fransa, İtalya ve İspanya daralıyor. ABD'nin 20.8 milyon adetlik üretimi, küresel üretimin yüzde 21'ini oluşturuyor. Küresel üretimin yarıdan fazlasını üstlenen Asya-Okyanusya üretim yüzde 2 daralarak 52.5 milyon adede geriledi. Bunun en önemli nedeni üretimi yüzde 4 azalan en büyük küresel oyuncu Çin'in gerilemesi. Türkiye'nin dünya payı ise 2017'de yüzde 1,8 iken 2018'de yüzde 1,6'ya geriledi. Avrupa içindeki payı da benzer şekilde daralarak yüzde 7,3 olarak gerçekleşti" dedi.

Ölekli, 2019'a damga vuran gelişmeleri yerli ve milli otomobilin sahneye çıkması, Brexit'le ilgili süreç belirsizliğinin başlaması, Volkswagen'in Türkiye yatırımı olarak sıraladı. Ölekli, "Hem yerli otomobil süreci hem de Volkswagen'in yatırımı heyecan verici. Yerli otomobil kendi ekonomisini yaratacak. Volkswagen ise 2020'de yatırımla ilgili kararını verecek. Bu yatırım Türkiye'de yapılsa Türkiye'ye yapılan yan sanayi yatırımlarının da artması bekleniyor" diye konuştu.



## Üretim Mart'ta yüzde 22 daraldı

Diğer yandan Otomotiv Sanayii Derneği'nin (OSD) verilerine göre toplam otomotiv üretimi Ocak-Mart 2020'de geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 6 azalarak 341 bin 136 adet, otomobil üretimi ise yüzde 2 azalarak 235 bin 199 adet oldu. Traktör üretimi dikkate alındığında, ilk çeyrekte 348 bin 589 adet araç üretildi.

Yılın ilk çeyreğinde, toplam ihracat bir önceki yıla göre adet bazında yüzde 14 azalarak 276 bin 348 adet olarak gerçekleşti. Otomobil ihracatı yüzde 9 oranında azalarak 191 bin 608 adet olurken, ticari araç ihracatı ise yüzde 23 oranında azaldı. Türkiye otomotiv sanayii, ilk çeyrekte toplam 7.1 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirerek yüzde 16 pay ile ihracat sıralamasında ilk sıradaki yerini korudu.

## Ticari araç grubunun üretim adeti 31 bin 257

OSD'den yapılan açıklamaya göre otomotiv fabrikalarının büyük bir bölümünün üretimlerini durdurmasına sebep olan yeni tip koronavirüs salgınının ilk etkileri özellikle Mart ayının ikinci yarısından itibaren rakamlara yansımaya başladı. Salgın etkisiyle beraber, Mart ayında toplam otomotiv üretimi 103 bin 350 adet seviyesinde kaldı. Şubat ayında bu rakam 128 bin 3 adetti. Şubat'ta 87 bin 710 adet olarak kayıtlara geçen otomobil üretimi, mart ayında salgın nedeniyle yavaşladı ve 72 bin 93 adette kaldı.

Ticari araç grubunda ise üretim, ihracat pazarlarındaki daralmanın da etkisiyle yılın ilk çeyreğinde azalma eğilimine devam etti. 2020 yılı Ocak-Mart döneminde, ticari araç üretimi bir önceki yıla kıyasla yüzde 14 azalırken, ağır ticari araç grubunda bu azalma yüzde 5, hafif ticari araç grubunda ise yine yüzde 14 oranında kaydedildi.

Aynı dönemde, toplam ticari araç pazarı yüzde 31, hafif ticari araç pazarı yüzde 26 ve ağır ticari araç pazarı ise yüzde 64 arttı. Baz etkisi dikkate alındığında ise yılın ilk çeyreğinde ticari araç pazarı 2017 yılının yüzde 36 gerisinde kaldı. Ticari araç grubunun mart ayı toplam üretim adeti ise 31 bin 257 adet olarak kayıtlara geçti.

## Mart ayında pazar 51 bin 588 adette kaldı

Türkiye otomotiv pazarı, bu yılın ilk çey-



reğinde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 41 artış kaydetti ve 128 bin 674 adet oldu. Bu dönemde, otomobil pazarı ise yüzde 45 arttı ve 99 bin 630 adet olarak gerçekleşti.

Son 10 yıllık ortalamalar dikkate alındığında, Ocak-Mart döneminde toplam pazar yüzde 15, hafif ticari araç pazarı yüzde 35, ağır ticari araç pazarı yüzde 45, otomobil pazarı ise yüzde 5 oranında daraldı.

İç pazarda ithal araç paylarına bakıldığında da, Ocak-Mart döneminde otomobil pazarında ithal araç payı yüzde 63 olarak gerçekleşirken, hafif ticari araç pazarında ithal araç payı yüzde 44 oldu. Covid-19 salgını, Mart ayının ikinci yarısından itibaren otomotiv pazarını da etkiledi ve toplam pazar mart ayında 51 bin 588 adet seviyesinde kaldı.

## 83 bin 771 adet araç ihraç edildi

2020 yılının ilk çeyreğinde, toplam ihracat bir önceki yılın aynı dönemine göre adet bazında yüzde 14 azalarak, 276 bin 348 adet olarak gerçekleşti.

İlk çeyrekte, otomobil ihracatı yüzde 9 oranında azalarak 191 bin 608 adet olurken, ticari araç ihracatı ise yüzde 23 oranında azaldı. Traktör ihracatı ise, 2019 yılının aynı dönemine göre yüzde 3 azalarak 3 bin 643 adet oldu.

Kovid-19 salgınının etkileri ihracatta da görüldü. Şubat 2020'de 102 bin 615 adet olan toplam otomotiv ihracatı, Mart ayında 83 bin 771 adet gerçekleşti. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) verilerine göre, toplam otomotiv sanayi ihracatı, 2020 yılı Ocak-Mart döneminde toplam Türkiye ihracatından aldığı yüzde 16 pay ile ihracat sıralamasında ilk sıradaki yerini korudu.

Ocak-Mart 2020'de, bir önceki yılın aynı dönemine göre, toplam otomotiv ihracatı dolar bazında yüzde 10, Euro bazında ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7 oranında azaldı.

Bu dönemde, toplam otomotiv ihracatı 7,1 milyar dolar olarak gerçekleşirken, otomobil ihracatı yüzde 2 azalarak 2.9 milyar dolar oldu. Euro bazında otomobil ihracatı ise yüzde 1 artarak 2,6 milyar Euro seviyesinde gerçekleşti.



# İNOVATİF ÜRÜNLERE İLGİ ARTTI TEKNOLOJİYE 66 MİLYAR TL HARCANDI

Tüketici teknolojisi ve inovatif ürünlere ilgi her geçen gün artarken, bu ürünlere hane halklarının harcadığı para da yükseliyor.

Tüketici teknolojisi ürünleri pazarı 2019'da bir önceki yıla göre yüzde 9.6 büyüyerek 66.5 milyar lira satış rakamına çıktı. 2019 yılının dördüncü çeyreğindeki büyüme tüketici elektroniği, küçük ev aletleri, telekom ve bilgi teknolojileri sektörlerinden geldi.

**66.5**  
MİLYAR TL

Tüketici teknolojisi ürünleri pazarının 2019 yılı geneli satış rakamı

**18.9**  
MİLYAR TL

Tüketici teknolojisi ürünleri pazarının 2019'un dördüncü çeyreğinde ulaştığı ciro

**% 9.6**

Tüketici teknolojisi ürünleri pazarının 2019'da bir önceki yıla göre büyümedeki artışı

**G**fk Temax araştırma şirketinin verilerine göre tüketici teknolojisine ve inovatif ürünlere ilgi her geçen gün artarken, bu ürünlere hane halklarının harcadığı para da yükseliyor.

Tüketici teknolojisi ürünleri pazarı, 2019'un dördüncü çeyreğinde 2018 yılının aynı dönemine göre yüzde 27.6 büyüyerek 18.9 milyar lira ciroya, 2019 yılı toplamında ise bir önceki yıla göre yüzde 9.6 büyüyerek yıllık 66.5 milyar lira satış rakamına ulaştı.

Yıllık bazda en yüksek artış oranının görüldüğü ürün grubu yüzde 20.4 artışla küçük ev aletleri olurken, bu alandaki ciro 6.6 milyar lirayı geçti.

Söz konusu ürünleri yüzde 19.7 artış ve 18.8 milyar liralık ciro ile büyük beyaz eşya, yüzde 6.1 artış ve 7.7 milyar lira ciroyla tüketici elektroniği, yüzde 4.1 artış ve 28.3 milyar lira ciro ile telekom ürünleri, yüzde 3.3 artış ve 4.7 milyar liralık ciro ile de bilgi teknolojileri ürünleri takip etti.

Büyük beyaz eşyada çamaşır makinesi ürün grubu içerisinde 7 kilogram kategorisi 2018 yılına göre 2019 yılında ciroasal olarak yüzde 41 büyüme kaydederken, 9 kilogram ile 10 kilogram ve üzeri çamaşır makineleri de yüzde 26 büyüme gösterdi.

En yüksek düşüş oranı ise yüzde 17.2 ile ofis makineleri ve sarf malzemelerinde, yüzde 16.3 düşüşle fotoğraf makinelerinde görüldü.

Öte yandan 2019 dördüncü çeyreğindeki büyüme tüketici elektroniği, küçük ev aletleri, telekom ve bilgi teknolojileri sektörlerinden gelirken, "Black Friday" olarak bilinen "Efsane Cuma" indirim günü ve Kasım ayı kampanyaları büyümede etkili oldu.

Bilgi teknolojileri sektörü yüzde 40.9 büyüyerek 1.6 milyar liralık ciroya ulaştı. 2018-2019 dördüncü çeyrekleri karşılaştırıldığında, bütün ürün grupları büyürken en fazla büyüyenler tablet ve dizüstü bilgisayarlar oldu.

### 2019 yılında en çok hangi sektörler büyüdü?

Söz konusu çeyrekte yaklaşık olarak 4.8 milyar liraya ulaşan büyük beyaz eşya sektörü geçen sene aynı döneme göre yüzde 8.7'lik ciroasal büyüme gösterdi.

Büyük beyaz eşya sektöründe, 2018 yılı ile karşılaştırıldığında tüm kategorilerde çift haneli büyüme gözlemlendi. Kurutma ma-



neleri ürün grubu ise en yüksek büyümeyi gösteren kategori oldu.

Küçük elektrikli ev aletleri sektörü, 2019 dördüncü çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 29 büyüme elde etti ve 1.9 milyar lira ciro seviyesine ulaştı.

Kategori farklılaşan inovatif ürünler ile büyümeye devam ederken, yeni nesil Türk kahve makineleri, espresso ve filtre kahve makinelerinin etkisi ile sıcak içecek hazırlama, "sıcak hava ile saç şekillendiren ürünler" ile saç şekillendiriciler dördüncü çeyrekte en çok büyüyen kategorilerden oldu.

Tüketici elektroniği sektörü 2019 dördüncü çeyrekte 2.5 milyar liralık ciro elde ederek 2018 dördüncü çeyreğe göre yüzde 24 büyüme kaydetti.

Ev ses sistemleri ve video oynatıcı kategorileri dışındaki tüm kategoriler 2018 dördüncü çeyreğe göre çift haneli büyüme kaydederken, TV kategorisi geçen sene aynı döneme göre ciroasal olarak yüzde 24 büyüme gösterdi.

Söz konusu dönemde UHD TV'ler çift haneli büyüme kaydetmeye devam ederken, TV ürün grubu içerisinde 60 inç ve üzeri televizyonlar en yüksek büyümenin görüldüğü segment oldu.

Ofis makineleri ve sarf malzemeleri sektörü bir önceki yılın aynı çeyreğine göre yüzde 6.3 küçüldü ve 143 milyon lira ciro elde etti. 2018 ve 2019 senelerinin dördüncü çeyrekleri karşılaştırıldığında küçülmenin çift hane ile kartuşlardan geldiği görüldü.

### Telekomünikasyon'dan 4 milyar TL gelir

Diğer yandan TELKODER, Bilgi ve İletişim Kurumu'nun 2019 üçüncü çeyrek ve TÜİK enflasyon verilerini kullanarak hazırladığı sektör takip raporuna göre 2019 üçüncü çeyrek itibarıyla sektör gelirleri 17.47 milyar TL oldu. Bu rakam enflasyondan arındırıldığında ise gelirlerin 4 milyar TL olduğu görülüyor. TELKODER raporunda 2019 ikinci çeyrekte pazardaki en büyük



üç operatör ve iştirakleri dışında kalan alternatif işletmecilerin pazar payının yüzde 8.97 olduğu hatırlatılan raporda, bu oranın

2019 üçüncü çeyrekte yüzde 8.24'e düştüğü aktarıldı.

Pazarda rekabet koşullarının iyileştirilmesi gerektiği konusunda uyarılara yer verilen raporda, sektörün yaklaşık yüzde 70'ini oluşturan iki şirketin piyasa değerlerinde 2008 yılından bu yana önemli ölçüde düşüş yaşandığı aktarıldı.

Rapora göre; 15 Mayıs 2008 tarihinde iki şirketin toplam değeri 22.9 milyar dolar iken, 31 Ocak 2020'de bu değer 9.82 milyar dolara geriledi.

Türkiye'de fiber alt yapı çalışmalarının hızlanması gerektiğini belirtilen TELKODER'in raporunda, 2019 ikinci çeyrekte 364 bin 549 kilometre olan toplam fiber uzunluğunun 30 Eylül 2019 itibarıyla 371 bin 304 kilometreye çıktığı aktarıldı.

Ülkelerin gelişimini ve dünyayla rekabet etmelerinde önemli bir rolü bulunan internetin yaygınlaşması ve herkesin internet hizmetlerinden yararlanabilir seviyeye gelmesi için fiber altyapı çalışmalarının kritik bir önem taşıdığı aktarılan raporda, TELKODER Türkiye'de operatörler ve sektör oyuncularını birlikte hareket ederek bu alanda başarılı işlere imza atmaya davet etti.

### **"Yüzde 50 vergi muafiyeti getirilmeli"**

TELKODER Yönetim Kurulu Başkanı Yusuf Ata Ariak, rapora ilişkin değerlendirmesinde Türkiye'nin verisinin Türkiye'de kalması gerektiğine işaret ederek, ülkedeki

veri merkezlerinin yaygınlaşması için yapılması gerekenleri şöyle sıraladı:

"Veri Merkezlerine, 'Cazibe Merkezleri Programı' kapsamında sağlanan destek ve teşvikler kullanılamamaktadır. Bu teşviklerin kullanılabilmesi için 23 il sınırı ve 5000 metrekare 'beyaz alan sınırı' kaldırılmalı ve ülke geneline yaygınlaştırılmalıdır. Bununla birlikte beş yıl süre ile veri merkezi personeli giderleri ve gelir vergisinden yüzde 100 muafiyeti sağlanmalı.

Sıfır maliyetli fiziksel şartlara sahip yüzde 100 uyumlu bina/kampüs imkanı, Türkiye dışına satacağı servislerin gelirlerinde yüzde 100, Türkiye içerisine satacağı servislerden yüzde 50 vergi muafiyeti getirilmeli.

Anlaşmalı üniversiteler ve kurumlardan gerekli teknik personelin yetiştirilmesi şartı ile bu personelin maaşlarında yüzde 50 devlet desteği sağlanmalıdır. Komşumuz Bulgaristan örneğinde olduğu gibi."

Ariak, veri merkezi işletmecilerine özel elektrik tarifi hazırlanması gerektiğini dile getirerek, bu tarifenin en fazla sanayi elektriği tarifesinin yarısı kadar olmasında fayda bulunduğunu kaydetti. Türkiye'nin veri merkezlerinin dünya standartlarında hizmet verilebilmesi için, "Veri Merkezi İşletmecisi" tanımının en kısa sürede kanunlarda yer alması gerektiğini söyledi.

Ariak, tüm erişim sağlayıcıların katılımının zorunlu olacağı birden fazla internet değişim noktasının kuruluşunun da bir an önce gerçekleşmesi gerektiğini sözlerine ekledi.





## BEYAZ EŞYA SEKTÖRÜNDEŒ ÇAĖRI

**“ÖTV’DEN MUAF  
TUTULMALIYIZ”**

GeliŐmiŐ teknolojisi, inovatif yapısı, ihracat geliri ve ŗlkeye sağladığı istihdam desteğiyle ekonominin lokomotifleri arasında yer alan beyaz eŐya sektörü yaŐanan olumsuzluklara rağmen 2019’da baŐarılı performans sergiledi. Yeni yılda ise koronavirüsün etkisi altına giren sektör KOSGEB kredisi gibi faizsiz ya da dűŐük faizli kredi olanakları sağlanarak sektöre giriŐ maliyetlerinin azaltılmasını, AVM kiralarna dűzenleme getirilmesini ve ÖTV’de muaf tutulmayı istiyor.



**600**

**BİN**

**Beyaz eşya sektörünün dolaylı olarak sağladığı istihdam sayısı**

**28**

**MİLYON ADET**

**Beyaz eşya sektörünün üretim miktarı**

**22**

**MİLYON ADET**

**Beyaz eşya sektörünün ihracat hacmi**

**B**eyaz eşya sektörü, üretim ve satış adetlerini, 2019 yılında bir önceki yıla göre neredeyse korudu. Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği'nin (TÜRKBESED) verilerine göre ihracat ve iç satış toplam adedi ekonomide yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen bir önceki yıla kıyasla yüzde 2 küçüldü. Üretim adetleri bir önceki yıl ile paralel bir seyir izleyerek yüzde 1 küçüldü. TÜRKBESED'in Aralık ayı verilerine göre yılın son ayında iç satışlar bir önceki yılın aynı döneme göre yüzde 3 seviyesinde azaldı. İhracat mevsimsel etkiler nedeniyle yüzde 11 oranında daralırken, üretim adetlerinde ise yüzde 6 oranında artış kaydedildi.

Ocak-Aralık döneminde, iç satış ve ihracat toplam adedi, bir önceki yıla kıyasla adet bazında yüzde 2 azalırken, ihracat ve üretim adetleri yüzde 1 daraldı.

TÜRKBESED Başkanı Can Dinçer, "Ülkemizin lokomotif sektörlerinden olan beyaz eşya sektörü, tüm olumsuzluklara rağmen başarılı bir yıl geçirdi. 2019'un ilk yarısında ÖTV'nin sıfırlanmasının katkısı, ikinci yarıda da ekonomide toparlanma trendi, firmaların kampanyaları ve güçlü ihracatımızın desteğinde toplam satışlarımız adet bazında bir önceki yıla göre yüzde 2 daralarak 28.5 milyon seviyesinde gerçekleşti" dedi.

### "Ticaret savaşları küresel yatırımları olumsuz etkiledi"

Küresel ekonomiye ilişkin öngörülerini aktaran Dinçer, OECD'nin 2020 dünya ekonomisi büyüme tahminini yüzde 3.0'dan yüzde 2.9'a düşürdüğüne dikkat çekti. Ticaret savaşlarının küresel yatırımları olumsuz etkilediği ve istihdam açısından risk oluşturduğu yönündeki değerlendirmelere değinen Dinçer, OECD'nin Türkiye ekonomisi için büyüme tahminini yüzde 1.6'dan 3.0'a yükselttiğini hatırlattı.

Türkiye'nin 2019'un 3'üncü çeyreğinde büyüme trendine girdiğini belirten TÜRKBESED Başkanı Dinçer, sektör karşılaştırması yaparak şunları söyledi: "Konut sektörü düşük faizli ve uzun vadeli kredi desteği sayesinde yılı yaklaşık yüzde 1.9 oranında küçülmeye kapattı. Beyaz eşya sektörü ise ihracatın da desteğiyle aynı büyüme oranını yakalamayı başardı. Sanayi üretimine gelince yılın ikinci yarısında dayanıklı tüketim sektöründe yaşanan dramatik düşüşü TÜRKBESED üyesi firmalarımızda gözlemle-



medik. Dayanıklı tüketim sektörünün geneline göre daha iyi performans gösterdik"

Beyaz eşya pazarının 2017 yılında altı ana ürün toplamında 8.5 milyon adetle en yüksek seviyeye ulaştığını aktaran TÜRKBESED Başkanı Dinçer, "Ülkemizle nüfusları aynı seviyede olan Almanya ve Fransa'da,

pazar 10-12 milyon adet civarında izliyor. Orta vadede ana hedefimiz bu pazar büyüklüklerine ulaşmaktır. Sağlanacak devlet teşvikleriyle bu ülkelerdeki satış adetlerini yakalamamızın mümkün olduğuna inanıyoruz. Beyaz eşya artık günümüzde her evde bulunuyor. Lüks tüketim olmaktan

#### ÜRETİM-ADET

| Ürün             | 2015       | 2016       | 2017       | 2018       | 2019       |
|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Buzdolabı        | 6.833.284  | 7.035.807  | 7.410.926  | 7.213.153  | 6.446.600  |
| Derin dondurucu  | 1.037.973  | 1.175.604  | 1.362.584  | 1.393.087  | 1.181.873  |
| Çamaşır makinesi | 7.466.366  | 7.830.640  | 8.249.291  | 8.030.335  | 7.495.900  |
| Bulaşık makinesi | 3.608.652  | 3.969.792  | 4.496.400  | 4.707.608  | 5.285.303  |
| Fırın            | 4.365.929  | 4.693.408  | 5.260.705  | 5.171.564  | 5.275.521  |
| Kurutucu         | 1.250.929  | 1.530.930  | 1.652.197  | 2.023.011  | 2.512.367  |
| Toplam           | 24.563.133 | 26.236.181 | 28.432.103 | 28.538.758 | 28.197.564 |



çıkacağı için ÖTV'den muaf tutulması gerektiğini savunuyoruz. Beyaz eşyanın ÖTV'den muaf tutulması ile devlet gelir kaybına uğramayacak, daha fazla KDV, kurumlar vergisi sağlayacaktır" dedi.

### "Çin'den sonra en büyük beyaz eşya üretim üssüyüz"

TÜRKBEŞD Başkanı Dinçer, beyaz eşya sektörüne ait şu bilgileri verdi: "Sektörümüz doğrudan 60 bin, dolaylı 600 bin kişiye istihdam sağlayan, 28 milyon adetlik üretim, 22 milyon adetlik ihracat hacmi ile ülkemizin ekonomik büyümesinde itici güç konumundadır. Teknoloji yoğun üretime verdiğimiz değerle küresel pazarlarda önemli bir konuma yükseldik. Ülkemiz yüzde 7'lik üretim hacmi ile Çin'den sonra dünyanın en büyük beyaz eşya üretim üssü konumundadır. Üretimimizin yüzde 75'den fazlasını ihraç eden sektörümüz başta Ar-

| İTHALAT-ADET     |         |         |           |         |         |
|------------------|---------|---------|-----------|---------|---------|
| Ürün             | 2015    | 2016    | 2017      | 2018    | 2019    |
| Buzdolabı        | 98.323  | 93.816  | 186.032   | 102.958 | 89.953  |
| Derin dondurucu  | 314.574 | 275.634 | 377.166   | 237.175 | 204.751 |
| Çamaşır makinesi | 291.861 | 237.930 | 231.571   | 119.474 | 37.799  |
| Bulaşık makinesi | 145.679 | 140.201 | 190.168   | 81.944  | 6.508   |
| Fırn             | 61.787  | 53.404  | 57.938    | 31.334  | 8.555   |
| Kurutucu         | 29.465  | 54.788  | 60.258    | 53.200  | 42.775  |
| Toplam           | 941.689 | 855.773 | 1.103.133 | 626.085 | 390.341 |

Ge yatırım ve vergi kolaylıkları olmak üzere devlet teşviklerine ihtiyaç duymaktadır. Türkiye beyaz eşya sektörü, 2002 yılından beri dört kat büyüdü. İhracatımız aynı dönemde beş kat arttı. Sürdürülebilir ihracat için Ar-Ge ve dijitalleşmeye yatırım yaparak rekabet gücümüzü korumamız gerekiyor."

### "Brexit sürecinin ihracatımıza etkisini daha sonra göreceğiz"

TÜRKBEŞD Başkanı Dinçer, sektörün en büyük ihracat pazarı olan İngiltere'deki Brexit sürecine ilişkin gelişmelere değinerek, "Brexit anlaşması ile en büyük ihracat pazarımız olan İngiltere'de 2020 yılı geçiş dönemi olacağı için mevcut durumun korunmasını bekliyoruz. Fakat daha sonrasında karşılıklı yapılacak anlaşmalar neticesinde ihracatımıza olan etkisini daha net göreceğiz" dedi.

Sektörün yeni pazarlarda yapacağı yatırımlarla da ihracat hacmini artırabileceğini ifade eden TÜRKBEŞD Başkanı Dinçer, şöyle konuştu: "Ticaret Bakanımız Sayın Ruhsar Pekcan'ın açıkladığı İhracat Ana Planı, hedef ülkeleri ve yaratacağı lojistik merkezleri ile sektör için umut vad ediyor. 17 ülkede, beş ana sektöre odaklanarak sürdürülebilir ihracatın sağlanmasının hedeflendiği plan çerçevesinde Afrika da giderek önem kazanıyor. Afrika ülkeleri beyaz eşya sektörünün de hedef ülkeleri arasında yer alıyor. Etiyopya, Fas, Güney Afrika ve Kenya'nın aralarında olduğu ülkelerde ticaretin gelişmesine yönelik merkezlerin kurulması sektörümüzün ihracatına ivme kazandıracaktır."

### "Beyaz eşya sektöründe 15 binden fazla bayi var"

TÜRKBEŞD Yönetim Kurulu Başkan Yar-





dımcısı İhsan Kara ise bayilik sisteminin destek ihtiyacını dile getirdi. Kara, "Türkiye beyaz eşya sektörünün belkemiğini bayilik teşkilatı oluşturuyor. Dünyada başka hiçbir ülkede olmayan eşsiz bayilik yapısı, sektörümüzün en önemli avantajları arasında yer almaktadır. Beyaz eşya sektörünün 15 binden fazla bayiyi kapsayan çok büyük bir ekosistemi bulunuyor. Bu yapının sağlıklı yürüyebilmesi ve çok değerli bayilik sistemimizin yaşayabilmesi için; KOSGEB kredisi gibi faizsiz ya da düşük faizli kredi olanakları sağlanarak sektöre giriş maliyetlerinin azaltılması, AVM kiralarına getirilecek düzenlemeler ve enerji maliyetlerinin azaltılması gibi desteklere ihtiyaç duyulmaktadır" dedi.

TÜRKBEŞD Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Yavuz da beyaz eşyanın ana hammaddesi olan yassı çelik fiyatlarının enflasyonist etkiden arındırılması gerektiğinin altını çizdi. Yavuz konuyla ilgili şu açıklamaları yaptı: "Sektörümüz geleneksel olarak düşük kârlılık ile çalışmaktadır. Beyaz eşyanın hammaddesi olan yassı çelik, üretim maliyetlerimizde önemli bir paya sahip ve korumacı ithalat vergileri maliyetlerimizi

artırarak ihracatta elimizi zayıflatıyor. Söz gelimi Türkiye'nin rakibi olan Polonya, yassı çeliği daha ucuza temin ediyor. Ülke ekonomisine daha fazla katkı yapabilmemiz adına bu alanda düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Yüksek teknoloji ürünlerini ihraç ederek ülke ekonomisi için katma değer yaratan beyaz eşya sektörünün, rekabet gücünü koruyabilmesi için hammaddelerini uluslararası fiyatlardan temin etmesi gerekmektedir. Öte yandan ülkemizde katma

değeri yüksek, ileri teknoloji gerektiren ürünlerde kullanabilecek kalite ve çeşitlilikte yassı çelik üretilebilmesi için yatırım yapılması gerekmektedir" dedi.

### "GEKAP için üç yıllık geçiş sürecine ihtiyaç duyuyoruz"

TÜRKBEŞD Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Özkadı da Mart 2021'de devreye girecek Avrupa Birliği enerji etiketi uygulamasına dikkat çekerek şunları söyledi: "Sanayi Ba-

#### İÇ SATIŞ-ADET

| Ürün             | 2015      | 2016      | 2017      | 2018      | 2019      |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Buzdolabı        | 1.976.199 | 2.039.575 | 2.170.836 | 1.810.238 | 1.719.567 |
| Derin dondurucu  | 571.160   | 648.289   | 936.489   | 818.218   | 766.617   |
| Çamaşır makinesi | 2.026.292 | 2.121.619 | 2.354.768 | 1.948.671 | 1.853.693 |
| Bulaşık makinesi | 1.483.435 | 1.572.950 | 1.803.554 | 1.460.700 | 1.332.131 |
| Fırın            | 951.231   | 994.833   | 1.122.249 | 946.768   | 816.737   |
| Kurutucu         | 81.734    | 92.530    | 145.117   | 125.598   | 166.410   |
| Toplam           | 7.090.051 | 7.469.796 | 8.533.013 | 7.110.193 | 6.655.155 |

kanlığı ile AB'nin yeni enerji etiketine geçiş konusunda çalışıyoruz. Sektörümüz AB ile eş zamanlı geçiş için gerekli hazırlıkları yapıyor.

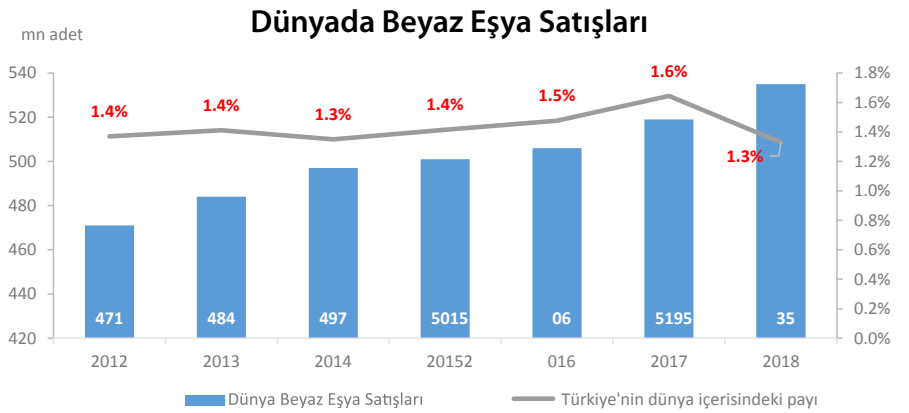
Enerji verimliliği alanında öncülüğünü bir kez daha göstererek bu konuda önemli bir inisiyatif üstlendik. Bu uygulamayla evlerimizde yüzde 40'a varan enerji tasarrufu sağlayacak daha enerji verimli ürünler kullanmaya başlayacağız. 2030 yılına kadar elektrik fiyatlarının tahmini artışı dikkate alındığında konutlarda elektrik faturalarında 23 milyar TL tasarruf sağlanmasına, 14 milyon ton CO2eq emisyon azalmasına katkı sağlayacağız."

Sıfır Atık projesi kapsamında devreye giren Geri Dönüşüm Katkı Payı (GEKAP) konusuna da değinen Özkadı, "Ocak ayı itibarıyla ürün ambalajlarından Geri Dönüşüm Katkı Payı, alınmaya başlandı. Sektöre ek maliyet yükü getiren Geri Dönüşüm Katkı Payı da fiyatlar üzerindeki baskıyı artıracaktır. GEKAP için sektör olarak üç yıllık bir geçiş sürecine ihtiyaç duymaktayız" dedi.

### Dünyada beyaz eşya sektörü

Küresel olarak beyaz eşya sektörünün temel ürünleri buzdolabı, derin dondurucu, bulaşık makinesi, fırın, çamaşır makinesi ve kurutuculardır. 2018 yılında küresel beyaz eşya pazarının satışları yüzde 1.5 büyüyerek 535 milyon adede ve pazar büyüklüğünün de yüzde 8 artışla 213 milyar dolara ulaştığı tahmin ediliyor. Dünyanın en büyük beyaz eşya üreticisi Çin iken, Türkiye hem dünyanın en büyük ikinci beyaz eşya üreticisi hem de Avrupa'nın en büyük üreticisi konumunda. Son beş yılda dünyada beyaz eşya sektörü adet bazında yıllık ortalama

| İHRACAT - ADET   |                   |                   |                   |                   |                   |
|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ürün             | 2015              | 2016              | 2017              | 2018              | 2019              |
| Buzdolabı        | 4.736.172         | 4.970.895         | 5.049.836         | 5.378.140         | 4.777.024         |
| Derin dondurucu  | 849.286           | 877.763           | 843.251           | 886.650           | 717.872           |
| Çamaşır makinesi | 5.600.506         | 5.997.406         | 6.136.475         | 6.248.615         | 5.673.874         |
| Bulaşık makinesi | 2.255.847         | 2.501.892         | 2.878.943         | 3.335.317         | 3.931.054         |
| Fırın            | 3.459.846         | 3.745.978         | 4.178.674         | 4.319.221         | 4.411.664         |
| Kurutucu         | 1.180.833         | 1.453.574         | 1.552.522         | 1.924.620         | 2.363.550         |
| <b>Toplam</b>    | <b>18.082.490</b> | <b>19.547.508</b> | <b>20.639.701</b> | <b>22.092.563</b> | <b>21.875.038</b> |



yüzde 1.5 büyürken Türkiye ise bu dönemde ortalama yüzde 6 büyüme performansı sergilendi. Beyaz eşya üretiminde Türkiye'yi Brezilya, ABD ve Polonya takip ediyor. Dünya beyaz eşya sektörünün üretim bandı gelişmiş ülkelere doğru kayıyor. Bu durum piyasada rekabet ortamını artırmakta ve ortaya daha kaliteli ürünler çıkartıyor.

### Çin, 11 milyar dolar ile ihracatta lider konumda

Beyaz eşya sektörü açısından gelişmiş ülkelerdeki büyüme, artan harcanabilir gelir ile birlikte yenileme ihtiyacı üzerine gerçekleşirken, yaşam standartları görece daha düşük olan gelişmekte olan ülkelere büyüme, ilk kez satın almaya yönelik gerçekleşiyor. Ayrıca, gelişmiş ülkelerde

### Dünya ve Türkiye Beyaz Eşya İhracatı (2018 / Milyar Dolar)

| Bulaşık Makinası |                | Buzdolabı    |                 | Çamaşır Makinası |                | Fırın        |                | Toplam İhracat |                 |
|------------------|----------------|--------------|-----------------|------------------|----------------|--------------|----------------|----------------|-----------------|
| Almanya          | 947,0          | Çin          | 4.877,0         | Çin              | 2.637,7        | Çin          | 2.862,6        | Çin            | 10.997,4        |
| Polonya          | 801,8          | Meksika      | 3.573,3         | Polonya          | 1.295,9        | Meksika      | 545,7          | Meksika        | 4.119,0         |
| Çin              | 620,1          | Tayland      | 1.506,0         | Türkiye          | 1.008,7        | İtalya       | 425,0          | Türkiye        | 3.057,2         |
| Türkiye          | 549,2          | Kore         | 1.337,8         | Tayland          | 919,2          | ABD          | 343,7          | Polonya        | 2.097,7         |
| İtalya           | 199,6          | Türkiye      | 1.192,6         | Almanya          | 632,2          | Türkiye      | 306,8          | Almanya        | 1.579,2         |
| <b>Dünya</b>     | <b>4.253,6</b> | <b>Dünya</b> | <b>18.329,7</b> | <b>Dünya</b>     | <b>9.330,7</b> | <b>Dünya</b> | <b>5.953,2</b> | <b>Dünya</b>   | <b>37.867,2</b> |

Kaynak: Trademap

penetrasyon oranları gelişmekte olan ülkelere göre daha yüksek seviyede bulunuyor. Örneğin; Amerika, Orta Doğu, Afrika ve Güney Asya'da beyaz eşya penetrasyon oranı yüzde 60-70 seviyelerinde bulunurken, gelişmekte olan ülkelerde bu oran yüzde 80-90 seviyesine ulaşüyor.

Beyaz eşya pazar büyüklüğünün yüzde 22'lik kısmı olan 47 milyar dolar ise dış ticarete konu oluyor. Küresel ihracat verileri incelendiğinde Çin, Meksika, İtalya, ABD ve Almanya küresel beyaz eşya pazarında rekabet gücünü koruyup dış ticarete sektörün önemli rol oyuncuları oluyor.

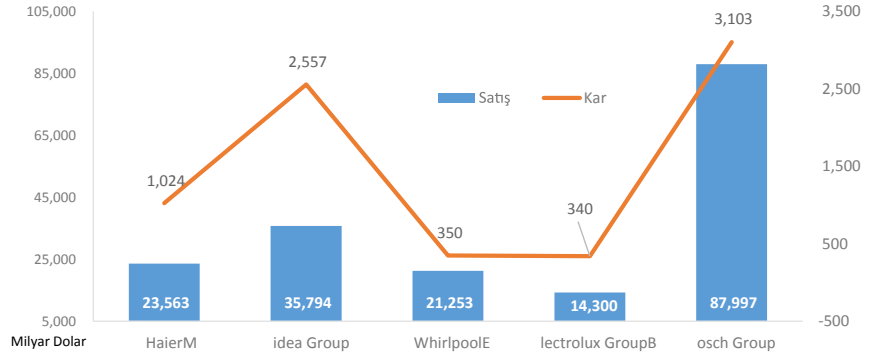
2018 yılında küresel beyaz eşya ihracatında ilk sırada yer alan ülke 11 milyar dolar değerinde ihracatla Çin oldu. Çin'i 4.1 milyar dolar ile Meksika ve 3,1 milyar dolar ile Türkiye takip etti. Aşağıda küresel ihracatı oluşturan ülkelerin pay dağılımı bulunuyor.

#### Beyaz eşya ithalatında ilk sırada ABD yer alıyor

Küresel beyaz eşya ihracatındaki ilk beş ülke toplam ihracatın yarısından fazlasını (Yüzde 58) gerçekleştiriyor. Aynı oran 2014 yılında yüzde 49 olup burada Çin'in payının yükselişi dikkat çekiyor. Çin gibi gelişmekte olan ülkelerde beyaz eşya sektörünün büyümesi Avrupa ya da ABD gibi ekonomilere göre daha fazla oldu. Bunun nedeni ise gelişmekte olan ekonomilerde inşaat sektörünün daha ön planda olmasıdır.

Diğer bir ifade ile gelişmiş olgun ekonomilerde hemen hemen her evde beyaz eşya bulunması yeni talep yerinde var olanı değiştirme şeklinde ürün talebini destekliyor. Enerji tasarrufu ile desteklenen yeni

#### Küresel Beyaz Eşya Şirketleri Satış ve Kar Rakamları



ürün talebi de üretimi destekliyor.

2018 yılında küresel beyaz eşya ithalatında ilk sırada yer alan ülke 9.1 milyar dolar ile ABD oldu. ABD'yi 2,3 milyar dolar ile Almanya ve 2,1 milyar dolar ile İngiltere takip etti.

Küresel beyaz eşya ithalatında ilk beş ülke toplam ithalatın yüzde 43'ünü gerçekleştiriyor. Bu oran 2014 yılında yüzde 34 olup, ithalatta en hızlı artış ABD tarafından gerçekleşmiş ve beyaz eşya tüketiminin beşte birini tek başına gerçekleştiriyor.

Şirketler bazında ise dünya tüketici elektroniği ve beyaz eşya sektöründe en büyük beş şirket; Samsung Electronics, Panasonic Corporation, Whirlpool Corp, Bosch Gmbh ve LG Electronics olarak sıralanabilir.

Küresel beyaz eşya sektöründe üretim ve kapasite bakımından en büyük şirket Whirlpool olup bu şirketi Bosch grubu ve Electrolux takip ediyor. 2018 yıl sonu itibarıyla en yüksek satış hasılatına 8 milyar dolar ile Bosch grubu ulaştı. Net kâr rakamı bazında yapmış olduğu ciro ile orantılı olarak en

yüksek kâr marjına sahip Midea Grup, 2018 yılında 2.6 milyar dolar kâr etti. En yüksek nominal kâra ulaşan şirket ise Bosch Grup olup, 2018 yılında 3.1 milyar dolar kâr etti.



#### Dünya Beyaz Eşya İthalatı (2018 / Milyar Dolar)

| Bulaşık Makinası |                | Buzdolabı    |                 | Çamaşır Makinası |                | Fırın        |                | Toplam İthalat |                 |
|------------------|----------------|--------------|-----------------|------------------|----------------|--------------|----------------|----------------|-----------------|
| ABD              | 435,9          | ABD          | 5.906,6         | Japonya          | 748,1          | ABD          | 2.731,4        | ABD            | 9.073,9         |
| Almanya          | 414,1          | İngiltere    | 815,1           | İngiltere        | 728,2          | Almanya      | 363,0          | Almanya        | 2.254,5         |
| Fransa           | 390,1          | Fransa       | 806,7           | Almanya          | 638,5          | Kanada       | 328,8          | İngiltere      | 2.107,8         |
| İngiltere        | 319,4          | Almanya      | 838,9           | Fransa           | 592,1          | İngiltere    | 245,1          | Fransa         | 2.017,9         |
| Kanada           | 239,8          | Japonya      | 675,4           | İtalya           | 383,5          | Fransa       | 229,0          | Japonya        | 1.423,5         |
| <b>Dünya</b>     | <b>4.429,4</b> | <b>Dünya</b> | <b>18.745,9</b> | <b>Dünya</b>     | <b>8.979,3</b> | <b>Dünya</b> | <b>6.760,2</b> | <b>Dünya</b>   | <b>38.914,8</b> |

# SEKTÖRÜN PROFİLİ



01

Satışlar adet bazında bir önceki yıla göre yüzde 2 daralarak 28.5 milyon seviyesinde gerçekleşti.

02

Sektör geçtiğimiz yılı 1.9 oranında küçülmeyle kapattı.



03

İhracat mevsimsel etkiler nedeniyle yüzde 11 oranında daralırken üretim adetleri ise yüzde 6 arttı.

04

28 milyon adetlik üretim, 22 milyon adetlik ihracat hacmi ile ülkemizin ekonomik büyümesinde itici güç konumunda.



05

Sektör doğrudan 60 bin, dolaylı 600 bin kişiye istihdam sağlıyor.

06

Türkiye yüzde 7'lik üretim hacmi ile Çin'den sonra dünyanın en büyük beyaz eşya üretim üssü.



07

Beyaz eşya sektöründe 15 binden fazla bayi bulunuyor.