



OYDER Gaziantep Bölge Toplantısı gerçekleştirildi

OYDER'in geleneksel hale gelen diyolog toplantılarının 15'incisi Antalya'da gerçekleştirildi. Toplantıya OYDER Yönetim Kurulu Başkanı H. Şükrü İlşal, Otokoç Otomotiv İkinci El Satış Müdürü Mehmet Ali Ünlü, Basf Coatings Otomotiv Tamir Boyaları Müşteri Projeleri Müdürü Serdar Gürses, Castrol Madeni Yağlar Yetkili Servisler Özel Müşteriler Müdürü Fırat Aşar, Legal Hukuk Bürosu'ndan Avukat Emre Akın Sait, Continental Lastikleri Türkiye Satış Müdürü Mehmet Akay, Koç Finans yöneticisi Serhat Kayra, Koç Zer Promosyon & E-Ticaret Yöneticisi GÜNTAÇ GÜRsoy konuşmacı olarak katıldılar.

Yetkili Satıcılar Gaziantep Bölge Bölge Toplantısı'nın açılış konuşmasını gerçekleştiren OYDER Yönetim Kurulu Başkanı H. Şükrü İlşal, dünyada otomotiv sektörünün perakende alanında önemli gelişmeler yaşandığına dair bilgiler verdi. Dünyada gelişen eğilimleri özetleyen İlşal, Dünyada 6-7 ana trend olduğunu söyleyebiliriz. Bunların başında yeni satış kanalları geliyor. İnternet ve sosyal medya bu yeni satış kanallarının bazılarını oluşturuyor. Bu yeni durum müşterinin satın alacağı ürünü karşılaştırmasına kolaylık sağlıyor. Yetkili satıcıların artık showroomlarından çıkarak yeni satış kanallarında yer almaları giderek önem kazanıyor" dedi.

Çok markalılığında sektörde giderek yerini alacağına değinen H. Şükrü İlşal yine önemli eğilimlerin birinin de müşterilerin yönetimi olduğunu söyledi. Değişen bir kitle ve değişen müşteri profilini yetkili satıcıların dikkate alması gerektiğine işaret etti. Bunun yanı sıra giderek daha da önem kazanan konularından birinin de ikinci el araçların yönetimi olduğunu dile getiren H.

Bir milyon satış hedefi ve yetkili satıcılar

"Türkiye otomotiv pazarı yakın gelecekte mutlak olarak bir milyonluk hedefi yakalayacaktır. Fakat yetkili satıcı arkadaşlarımız pazarın büyümesiyle doğru orantılı olarak kârlılıkları da artacak mı? İşte bize göre önemli olan budur. OYDER olarak işte bu yüzden bölge bölge dolaşarak, otomotiv işinin sorunlarını dile getiriyoruz. Yetkili satıcılar adına bizler sektörde kârlılığın artırılması, yeni alanların değerlendirilmesi konusunda bilgiler vermeye çalışıyoruz. Bugün ülkemizde 900'ü aşkın yetkili satıcı var. Bunların 370 tanesi derneğimizin üyesidir. Derneğimize üye olmak da ayrıca çok kolaydır. Üye girişimiz ödemesi ve aylık aidatlarımız oldukça düşüktür. Ayda bir Otoban Dergisi'ni yayınlıyoruz ve tüm üyelerimize ücretsiz olarak gönderiyoruz. Dergimizde okuduklarınızda, bir danışmanın size vereceği hizmet ve bilgiden çok daha fazla şeyler öğrenebilirsiniz."

Şükrü Ilısal, "İnternet kullanımının yaygınlaşması ile beraber ikinci el otomobil ticareti bu alanda yönetilmesi de kolaylaşıyor. Yakın geçmişte Ernst&Young'un yaptığı bir araştırmaya göre, "Sektörde faaliyet gösteren firmaların üst düzey yöneticileriyle yapılan çalışma sonucunda sektörün ne tarafa doğru gideceği, oyuncuların hangi hareket alanı içerisinde yer alacağı ilgili bazı sonuçlar ortaya çıktı.

Gelecekte devletler ve ülkeler tüketicileri daha güvenli ve daha temiz araçlar üretmeye ve satın almayı teşvik edecekler. Bu hem vergi yoluyla hem de çeşitli teşviklerle gerçekleşecek. Aynı zamanda emisyon oranı ve yakıt tüketimi yüksek olan araçların kullanımını kısıtlamak şeklinde de olacak.

Bütün bunların sonucunda büyük bir filo değişimi gerçekleşmiş olacak. Bu da gelecekte bu tür araçların satışının daha fazla olacağına işaret ediyor. Diğer taraftan kişisel tercihlere göre üreticilerin bir takım yöntemler ortaya sunmaları ve hatta bunun yanında pazara yeni oyuncuların girmesi de bekleniyor. Car sharing dediğimiz, araca sahip olmaktan daha ziyade onu paylaşmak gibi bir takım hizmetlerde gelişecek" diye konuştu.

Artık günümüzde kazanmak giderek zorlaşıyor

Rekabetin giderek daha zor şartlar altında yapıldığına işaret eden H. Şükrü Ilısal, "Rekabet hızla artıyor, kapasiteler çok büyüyor, dünya da an itibarıyla yüzde 20 boş bir kapasite olduğunu söyleyebilirim.

2016 yılında ise kapasite fazlalığının yüzde 30'u geçeceği söyleniyor. Bu durum daha çok çekilmeyi, daha çok mücadeleyi ortaya çıkaracak. İşte bu durumda kazanmanın nasıl olacağı önem kazanıyor. İşte bu anda kazanmanın yollarını bulmak bizim temel işlerimizden biri olmalıdır" dedi.

OYDER YÖNETİM KURULU BAŞKANI H. ŞÜKRÜ ILISAL



2016 yılında ise kapasite fazlalığının yüzde 30'u geçeceği söyleniyor. Bu durum daha çok çekilmeyi, daha çok mücadeleyi ortaya çıkaracak. İşte bu durumda kazanmanın nasıl olacağı önem kazanıyor. İşte bu anda kazanmanın yollarını bulmak bizim temel işlerimizden biri olmalıdır.

Otomotiv işini yaparken, müşterinin beklenti ve eğilimlerini hiç bir zaman göz ardı etmeyecek şekilde yapmak gerektiğini söyleyen H. Şükrü Ilısal, "Markaların standartlarında bir takım değişimler oluyor. Bu bazen logolarında, bazen ise sloganlarında gerçekleşiyor. Öngörülen kalite uygulamalarında daha farklı uygulamalar geliyor. Yani hep bir değişim yaşıyoruz. Sonuçta tüm bu değişim ve gelişimin varacağı bir nokta var. Bu da iş yaptığınız markanın imajını yukarıya taşıyarak, daha az indirimle daha çok kazanarak daha çok satmaktır.

Yetkili satıcılar kurdukları tesislerin, oluşturdukları teşkilatın korunabilmesi ve geliştirilebilmesi için kazanmak zorundadır. Kazanmak için önce o tesisin, o işletmenin hak ettiği nakdin ve sermayenin de hep orada olması gerekiyor.



Eğer durum bu şekilde ise değişimi çok rahat gerçekleştirebiliriz. Müşteri eskisi gibi değil, müşteri artık kişiselleştirmenin peşinde. Müşteri kişisel çözümler beklemekte, bu duruma yetkili satıcıların hazır olması gerekmektedir. Müşteri online çözümler istiyor, müşteri artık eskisi gibi aracı sahiplenmek de istemiyor ve müşteri artık aracın kullanıcısı olma merakındadır. Yani, sahiplenmektense, kullanmayı istiyor. Bu duruma uygun satış biçimlerini geliştirmek gerekiyor.

İşte bu da sektör için önemli bir değişimdir. Müşterinin bu isteklerine cevap verebilecek, sağlam teşkilat ve sağlam finansal yapıyı kurmak gerekiyor" diye konuştu.

Otomotiv ticaretinin artık eski alışkanlıklarla yürütülmesinin mümkün olmadığını dile getiren H. Şükrü İlşal, tüketicinin tercihlerinin değiştiğini, artık eskisi gibi ne bulursa satın almadığının altını çizdi. İlşal, "Artık tüketici verimliliği olan ürünlere yöneliyor. Her zaman aracının içinde on-line kalmak istiyor. Aracın içerisindeki teknoloji kullanıp, ürünü kolay bulmayı tercih ediyor. Bunun yanı sıra satın aldığı ürünlerin çevreye duyarlı olmasını istiyor. Ve müşteriye kişiselleştirilmiş ne kadar özellik sunabiliyorsanız, o ölçüde sizin ürünlerinize yöneliyor. Ülkemizin giderek gençleşen nüfusu, otomobili, ihtiyacı olduğunu zaman kullanmak istiyor. Bu açılarından yeni tüketici profili bizim için sadık müşteri sınıflandırmasına oturmuyor. İşte tam bu noktada bu beklentilere cevap verebilmek gerekiyor" dedi.

Amerika'da yapılan bir araştırmadan örnek veren H. Şükrü İlşal "1983 yılında ABD'de ehliyet sahibi olan 19 yaşındaki nüfusun oranı yüzde 87,3'tür. 2010 yılında yine aynı yaş oranının ehliyet sahipliği yüzde

**Sektörün doğası
gereği kar marjlarının
giderek daralacağı
görülmemektedir,
Dolayısıyla
giderler kısmında
yapabileceklerimizin
en iyisini yapmak
durumundayız.
Süreçlerimizi daha
iyi, daha verimli
ve daha yalın
halde yönetmemiz
gerekmektedir.**

64'tür. Bu inişin nedenlerini hepimiz iyi düşünmek zorundayız" diye konuştu.

OYDER'in GFK şirketine yaptırdığı araştırmanın sonuçlarına da değinen İlşal, "Müşterilerimizin yüzde 81'i internetten satış ve pazarlamanın geliştirilmesini istediği sonucunu aldık. Sonuçlara baktığımızda tüketici e-ticarete önem verilmesi gerektiğini söylüyor. Bunun yanında satın alma işlemlerinde hizmet kalitesini geliştirerek güven duygusu vermemiz de bir başka önem arz ediyor. Çok daha rekabetçi finansman seçenekleri müşteri beklentilerinin de gelişecek başka bir alanıdır. Müşteri yetkili satıcılardan daha fazla garanti çözümleri istiyor. Aracın bakımında hepimizden dürüstlük istiyor. Ve en önemlisi, müşterimiz devamlı onunla ilgilenmemizi istiyor. Bütün bunları yapabilmenin tek koşulu var, insana yatırım yapmamız gerekiyor. Yatırım yaptığımız insanı da elimizde tutabilmek bir başka zorunluluğumuzdur" dedi.

Çalışan memnuniyetinin ve kalıcılığının da önemli bir konu olduğunu vurgulayan H. Şükrü İlşal, "Yine bir araştırmadan örnek vermek istiyorum, ortalama bir yıl sizinle olan çalışanın size kazandırdığı bir birimse, ortalama sizinle 4 yıl çalışanın kazandırdığı en az dört birimdir. Bu yüzden çalışanlarımızı yetiştirip kalifiye insanlar yapmamız gerekmektedir ve eğer elimizde tutmayı başarabilirsek, otomotiv ticaretini başkalarından daha iyi yapabiliriz" diye konuştu.

Türkiye'de önümüzdeki beş yıllık süreçte, şu anda hizmet veren yetkili satıcıların en az yüzde 30'un otomotiv ticaretini bırakacağını tahmin edildiği bilgisini veren H. Şükrü İlşal, "Sektörün karlılığı giderek düşüyor, bir ticarete volüm ve verimlilik yoksa ayakta kalabilmenin şansı giderek azalıyor.

Kendi şirketimizde de yüksek adetler yapamadığımız işleri terk etmeye başladık. Herkesin

Bu yıl düzenlediğimiz Otomotivin Geleceği Kongresi'ne 900 kişi katıldı. Bu katılımdan dolayı gurur duyduk. Sayın Bakanımız Zafer Çağlayan kongredeki konuşmasında bana hitaben "Şükrü başkan bu kadar katılımcıyı nasıl topladınız" diye de sordu. Ben söyleyemedim, "Katılımcıların yüzde 10'u yetkili satıcıdır" diye. Düşenebiliyor musunuz? OYDER'in yani yetkili satıcıları temsil eden derneği organize ettiği kongreye çok az sayıda yetkili satıcı katılıyor. Bütün paydaşlar, tüm sektör temsilcileri ve basın ilgi gösteriyor. Yetkili satıcılarımız ise ilgi göstermiyor. Bu durum bana çok tehlikeli geliyor. Çünkü buraya katılım göstermemek naci-zane ama yanlış anlaşılmasın "konuyu en iyi ben bilirim ve buna gerek yok" anlamına geliyor. Sektörün ve işimizin geleceği için elbirliği ile etkinlik ve organizasyonlarımıza katılmak yaratılan değeri paylaşmaktır. Artık bizler bilgimizi paylaşarak çoğalmalıyız.

her şeyi yapması gerekir algısından kurtulmak gerekiyor.

Sektörün biraz AVM'lerden örnek alması gerekiyor

AVM'lerin başarısının sırrı her türlü müşteriye yönelik çeşitli ürün ve hizmetleri sunabilmesidir. Bizde aynı şekilde müşteri plazamıza girdiği zaman, ona sıfır araç ve ikinci el araç satışını yapabilmesi, sigorta ve aksesuar hizmetlerini sunabilmek durumundayız. Sektör, aksesuar satışlarının çok karlı bir iş olduğunu son bir yıldır keşfedebiliyor" dedi.

Otomotiv ticaretinin büyük yapılması gerektiğinin önemine değinen H. Şükrü İlşal, yüksek adetlerde ürün satışı olmadan karlılığın istenilen düzeyde olmasının artık mümkün olmadığını söyledi. "Yapılan çalışmalar ve görüşmeler gösteriyor ki Sektörde gelecekte birleşmeler olacak. Para



Otokoç Otomotiv ikinci El Satış Müdürü Mehmet Ali Ünlü

kazanmadan otomotiv ticaretinin sürdürülebilir olması çok da mümkün değildir. Bu koşullarda distribütörler önümüzdeki 4-5 yıl içerisinde yetkili satıcılık verecekleri müteşebbisler bulamayacaklar. İş yapma biçimlerinin de değişmesi gerekiyor. İşlerimizi rasyonel yapmamız, karlılığın olmadığı bölümlerimizi terk ederek, uzmanlığımızın geliştiği alanlarda daha da yetkin olmaya çalışmak önemli bir zorunluluktur. Bunun yanı sıra yetkili satıcıların kurumsallaşması da çok önemli bir adımdır. Herkes kendi ölçüsünde markalaşmak zorundadır" diye konuştu.

Otomotiv ticaretinde bilgi yönetimi teknolojilerinin önemi giderek arttığının altını çizen H. Şükrü

Otokoç Otomotiv ikinci El Satış Müdürü Mehmet Ali Ünlü, Türkiye'de ikinci el otomobil ticaretinin profesyonel olarak yapılmadığına dikkat çekti. Kayıtlı olan 4,5 milyona yaklaşan araç parkında ikinci el araç pazarının 2,5 milyon adet bir hacimde olduğunun tahmin edildiği dile getirildiğini söyleyen Mehmet Ali Ünlü, "Otokoç olarak sıfır araç satışında pazar payımız yüzde 8 iken, ikinci el otomobil ticaretinde ise pazar payımız yüzde 1'e bile yaklaşmamış durumdadır. Dolayısıyla ikinci el otomobil ticareti bir çok fırsatı içinde barındırmaktadır. İşin büyük bir kısmını galeri olarak tarif ettiğimiz esnafların eliyle yürütülmektedir. Yetkili satıcılar pazarda çok büyük bir oyuncu haline gelmemiştir. Bu fırsatın öncelikli olarak gündemimize alınması ge-

İlusal, süreç iyileştirmenin de önemine değindi. Giderler kısmını yönetmek tamamen yetkili satıcının kontrolü altında olduğunu söyleyerek, "Stratejik hedefler, başında bulunduğunuz işin vizyonunu belirlemektir. Tüm yönetici ve çalışanlarınızın katılımıyla stratejik hedefler belirmelisiniz. Bunu yaparken hem şirketin hem de sektörün güçlü ve geliştirmeye açık yönlerini ele alarak ortaya çıkacak fırsatların neler olabileceği üzerine değerlendirmeler yapmalısınız. Fırsatlara ulaşabilmek veya tehditlerden korunmak için faaliyet planları oluşturmalsınız. Şirketin en tepe noktasında belirlenen hedeflerin, en alttaki çalışanımıza ulaşmasını sağlamalısınız" dedi.

İnsan kaynaklarının şirketler için çok önemli olduğunu bir kez daha hatırlatan H. Şükrü İlusal, "En büyük sermayenin insan kaynağı olduğunu artık hepimiz çok iyi biliyoruz. Distribütörlerin verdiği eğitimlerin dışında, kendi içimize yönelik eğitimlerin verilmesi artık bir zorunluluktur. Çalışanlarınıza yönelik performans yönetim sistemi kurmalısınız. Bu sayede şirketimize yönetici olarak içeriden performansı yüksek arkadaşları bir üst göreve atayabilirsiniz. Takdir edersiniz ki bu personel için önemli bir motivasyondur.

Müşteri odaklı bir yapının oluşturulması bir zorunluluk olduğuna göre, her yetkili satıcının müşteri ilişkileri bölümünü oluşturması gerekmektedir. Bu bölüm oluşması ile müşterilerin beklentileri ve bu beklentilere yönelik aksiyonlar alınabilecektir.

Sektörün doğası gereği kar marjlarının giderek daralacağı görülmektedir, "Dolayısıyla giderler kısmında yapabileceklerimizin en iyisini yapmak

rekiyor. Son bir kaç yıldır bazı yetkili satıcılarımız ikinci el otomobil ticareti için yatırımlar yapıyor. Biz yetkili satıcılarla her türlü işbirliğine hazırız" dedi. Mehmet Ali Ünlü, "Perakende tecrübemizin yanında araç ve model çeşitliliğimiz var. Birçok firmada bu kadar çok model ve marka bulunmuyor. Tüketiciler oldukça geniş bir ürün yelpazesinde tercihlerine uygun otomobilleri bizden temin edebilirler. Filomuzda premium segmentten dahi otomobiller bulunuyor. Sattığımız araçların büyük bir oranı Ford ve Fiat modelleri oluşturuyor. Tüketicilerin bize güvenmesi için her zaman aracın bilgisini sunuyoruz. Müşterinin kafasında soru işaretlerinin oluşmasını önlemeye çalışıyoruz" diye konuştu.



Basf Coatings Otomotiv Tamir Boyaları Müşteri Projeleri Müdürü Serdar Gürses

durumundayız. Süreçlerimizi daha iyi, daha verimli ve daha yalın halde yönetmemiz gerekmektedir.

Yeni nesil tüketicilere değinirsek, 'Y' kuşağının marka bağımlısı olmayacağını altını çizelim. Dolayısıyla yeni kuşak tüketici en iyi hizmeti, zamanında veren yetkili satıcılardan beklentilerini karşılayacaklar. Aynı zamanda bu neslin işe bağlılığı da kalmayacak. Bu da gelecekte bir istihdam soruna işaret etmektedir. Bunun yanı sıra yeni nesil kişiye özel çözümler isteyecektir. Yetkili satıcılar karşısındaki yeni müşteri kitlesini şimdiden anlamak ve ona göre önlemlerini almak durumundalar" diyerek konuşmasını sonlandırdı.

Basf Coatings Otomotiv Tamir Boyaları Müşteri Projeleri Müdürü Serdar Gürses

BASF Coatings Oto Tamir Boyaları Müşteri Projeleri Müdürü Serdar Gürses, Basf olarak yaptıkları yönetici eğitimlerinde 600'ün üzerinde yöneticiye eğitim verdiklerini dile getirdi. Gürses, "Hatta bazı üretici firmalar eğitimlerimizi servis müdürleri için zorunlu kıldı. 100'ün üzerinde firma sahibi bu eğitimlerde bilgi



sahibi oldu. Vermiş olduğumuz eğitimlerde 2 gün boyunca işin yapılış şeklini tüm püf noktalarıyla birlikte anlatıyoruz, hatta katılımcılar boya uygulayarak o atmosferi hissediyorlar. İkinci gün "işin yönetimi nasıl olması gerekiyor" kısmını interaktif bir şekilde işliyoruz Eğitim süresince yönetici arkadaşlarımız sayfalarca notlar alıyorlar, verdiğimiz dosyalardan konuları takip ediyor ve en önemlisi konuştuklarımızı görsel şekilde detaylandırdığımızda herkesin hafızasına kazınıyor. Sonrasında servisine dönüp aldığı notları uygulayanlar kazanıyor" dedi.

Gürses "Boya-kaporta eğitimi almamış, bilgi eksikliği olan bir yönetici bu atölyelerde nasıl bir ölçümleme yapabilir ki? Bakın size tecrübeme dayanarak ilginç bir rakam vereyim; Türkiye'de çalışmakta olan yetkili servislerin 90%'ından fazlası işini takip edemiyor, KPI kontrolü yapmıyor, gerçekten hangi noktaları düzenli kontrol etmesi gerektiğinden habersiz. Bu şekilde bilgi eksikliği varken, hangi verimlilikten veya üretkenlikten



bahsedilebilir ki! Önce bunu değiştirmek lazım" diye konuştu.

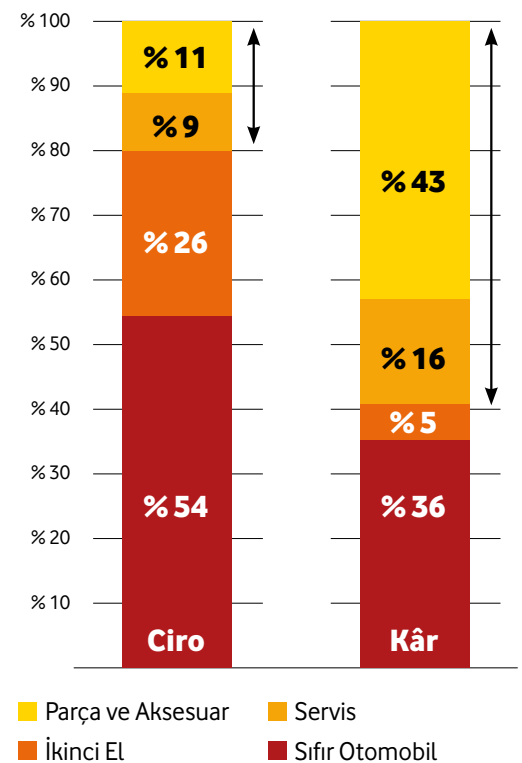
Gürses, son teknoloji ürünlere ve saha personellerinin verdiği teknik hizmet sayesinde bir servisin tüm ihtiyaçlarını karşılayacak danışmanlık sunduklarının bilgisini vererek, "İşte biz bu yüzden iyi bir çözüm ortağıyız. BASF Coatings Türkiye olarak biz, servislerin boyahanelerini "masraf merkezi olmaktan çıkartıp, kâr merkezi" haline getiriyoruz" dedi.

Continental Lastikleri Türkiye Satış Müdürü Mehmet Akay, Alman firması olan Continental'in bu yıl 142. yılını kutladıklarını dile getirdi. Continental'in sadece lastik üreten bir firma olmadığı bilgisini veren Akay, "Continental Grubu; Şasi&Güvenlik, Powertrain, İç Aksamlar, Lastikler ve Conti-Tech olarak beş ana başlıkta faaliyet yürütmektedir. 1871 yılında Hannover'de kurulan Continental, 32,7 milyar Euro ciroya elde etmenin yanı sıra 46 ülkede 291 lokasyonda dünyada 160 bin çalışanıyla hizmet vermektedir. Avrupa'da yenileme pazarında bir numarayız" diye konuştu. Otomotiv yetkili satıcılığında yedek parça ve aksesuar satışlarının karlılığına değinen Mehmet Akay, "Otomobil bayileri karlarının %59'unu yedek parça, aksesuar ve servis cirolarından kazanmakta, bu da toplam cirolarının % 20'sine denk gelmektedir" dedi.



Continental Lastikleri Türkiye Satış Müdürü Mehmet Akay

Otomotiv Yetkili Satıcılığında Ticari Segmentlerin Kârlılığı





Koç Finans yöneticisi Serhat Kayra

Koç Finans Yöneticisi Serhat Kayrak, yetkili satıcıların en önemli sorunu olan yeni ve ikinci el araçlara stok finansmanı modelleri üzerine çalışma yaptıklarını dile getirdi.

Koç Finans yöneticisi Serhat Kayra, Koç Finans'ın 1995 yılında Türkiye'nin ilk kurulan yüzde yüz yerli sermayeli finans şirketi olduğu bilgisini verdi. 140 personel ve 900 aktif bayi ile hizmet verdiklerini söyleyen Serhat Kayra, Koç Finans olarak yetkili satıcıların plazalarında kesin onay verdiklerini aktardı. İşlerin yüzde yüz elektronik ortamda gerçekleştiğini söyleyen Kayra, "Evraksız başvuru yapılabildiği gibi, yüzde yüz başvuru yapma imkanı da sağladık. Başvuraların hepsini hızlı bir şekilde değerlendiriyoruz. Bunun yanı sıra sonuçlanmayan kredileri çok hızlı bir şekilde ek bilgilerle yeniden değerlendirmeye alıyoruz. Satıcı/Tüketici destek hattıyla her an yetkili satıcıların her türlü sorununu çözüyoruz. Ayrıca yetkili satıcılar her kredi için faks çekmek yerine talimatsız para çıkışı gerçekleştirebiliyorlar. Yine çok çeşitli ödeme modellerimiz bulunuyor" dedi. Serhat Kayra yetkili satıcıların kârlılıklarındaki düşüşler nedeniyle yeni kâr merkezleri arayışlarına destek olmaya çalıştıklarını dile getirdi.

OYDER Ortak Satınalma Platformu Yöneticisi GÜNTAÇ GÜRSOY, Türkiye'deki otomotiv yetkili satıcılarına maliyet avantajı sağlayabilecekleri, tek bir noktadan tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri ve giderlerini kontrol altında tutabilecekleri Ortak Satınalma Platformu projesinin temelini, OYDER ve ZER işbirliği ile atıldığı bilgisini verdi.

Güntaç Gürsoy, "Ortak Satınalma Platformunda gıdadan temizlik malzemelerine, elektronik ürünlerden kırtasiye ve bilgisayar sarf malzemelerine kadar, bir OYDER bayisinin ihtiyaç duyabileceği birçok ürün grubundan malzeme bulunmaktadır. Proje başlangıcında otomotiv yetkili satıcılarının ortak satınalma kalemleri üzerine araştırma yürütülmüş ve bu doğrultuda, portalda yer alacak ürün kategorileri oluşturulmuştur. Farklı kategori ve markaların da portala dâhil edilmesi ile birlikte, her geçen gün ürün çeşitliliğinin artırılması hedeflenmektedir" dedi.

Güntaç Gürsoy "Platform farklı kategorilerden birçok ürün ve markayı içerdiğinden kullanıcılarına, tüm ihtiyaçlarını tek bir noktadan karşılayabilme ve bu sayede insan gücü ve zaman tasarrufu sağlayabilme imkânı tanımaktadır. Bunun yanı sıra online alışveriş platformu olma özelliği sayesinde, kullanıcılar platforma 7/24 ulaşım imkânına sahip olup, istedikleri her an sipariş verebileceklerdir" diye konuşmasını sonlandırdı.



OYDER Ortak Satınalma Platformu Yöneticisi GÜNTAÇ GÜRSOY

Legal Danışmanlık Genel Müdürü **Emre Akın Sait**

Yeni AB Motorlu Taşıtlar Grup Muafiyeti Tüzüğü sektöre neler getiriyor



01 Ekim 2002 tarihinde yürürlüğe girmiş olan 1400/2002 Sayılı AB Motorlu Taşıtlar Grup Muafiyeti Tüzüğü, 31 Mayıs 2010 tarihinde yürürlük süresini doldurdu. 1/95 sayılı Gümrük Birliği Kararı uyarınca AB'deki gelişmelerin Türkiye'ye yansıtacağı açıktır. Bu çerçevede Emre Akın Sait gelişmeleri ve sektöre yansımalarını değerlendirdi.

Avukat Emre Akın Sait, 1 Ekim 2002 tarihinde yürürlüğe giren 1400/2002 Sayılı AB Motorlu Taşıtlar Grup Muafiyeti Tüzüğü, 31 Mayıs 2010 tarihinde yürürlük süresini doldurduğu bilgisi verdi. Emre Akın Sait, Türkiye'de yürürlükte olan muadili 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektörü'nde Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemler Grup Muafiyeti Tebliği'nin ne zaman yürürlükten kalkacağını belli olmasa da; 1/95 sayılı Gümrük Birliği Kararı uyarınca AB'deki gelişmelerin Türkiye'ye yansıtacağı açık olduğunu söyledi. Bu çerçevede Emre Akın Sait gelişmeleri ve sektöre yansımalarını OYDER Gaziantep Yetkili Satıcılar Toplantısı'nda değerlendirdi.

Emre Akın Sait, "Rekabet Kanunu'nu bazım kesimlerin biraz, bazı kesimlerin ise sistematik olarak hiç anlamadığını görüyoruz. Bunun yanı sıra Rekabet Kanunu'na karşı ciddi bir ilgisizlik ve bu kanunun yaptırımlarına karşı bir inançsızlık da söz konusu. Bunun nedenleri kendime göre açıklamaya çalışıyorum. Örneğin, ülkemizde koruyucu hekimliğe kimse inanmıyor. Şöyle düşünün, bizim insanımız hasta olunca doktora, derdi olduğu vakit avukata gidiyor. Önümüzdeki dönemde ülkemizde bu bilinç çok artacak. Bu olgular toplumun refah düzeyinin artışıyla paralel olarak gelişecektir" diye konuştu. Konuya değişik bir bakış açısıyla bakılmasının önemli olduğunu altını çizen Emre Akın Sait, "Önce şu soruyu sormak gerekiyor: 'Neden Avrupa hapsurduğunda biz neze oluyoruz?' Çünkü biz, 1996 yılında Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği anlaşması imzaladık. İmzalanan anlaşmanın önemli maddelerinden biri Avrupa Birliği Rekabet Hukuku Mevzuatı'na uyumu içeriyordu. Bu mevzuata ve buna ilişkin bütün değişikliklerin Avrupa'da meydana gelmesini takip eden yaklaşık



Legal Hukuk Bürosu Avukat Emre Akın Sait

bir yıl içerisinde uyulması için bir taahhütümüz vardı. Bugüne kadar baktığımızda Türkiye, AB'deki Rekabet Hukuku Mevzuatı'na son on beş yıldır bir yıl içerisinde uyumlaştırmayı gerçekleştiremedi. Fakat bir kaç yıl içerisinde hayata geçirdi" diye konuştu.

Değişime hazır olmak

Emre Akın Sait; "AB Motorlu Taşıtlar Grup Muafiyeti'ni değerlendirirken işin hem makro ve hem mikro tarafından bakmanın faydalı olacağını düşünüyorum. Mikro bakış açısı, spesifik değişikliklerdir. İşin öteki kısmı yani makro tarafını da otomotiv pazarının ne kadar rekabetçi olup olmadığı ile ilgilidir. Bu iki pencereden bakarak mevzuatı yorumlamak gerekiyor. İşin mikro tarafından baktığımızda bugünkü mevzuat yetkili satıcıların son derece lehine olması gerekiyordu. Ama uygulamada ne Avrupa'da ne ülkemizde böyle bir durum olmadı. Örneğin, 'çok markalılık' hakkı yetkili satıcıların lehine işlemedi. Yetkili satıcı, 'ben artık bir markaya tabi değilim, istediğimi yapabilirim' diyemedi. Ülkemizde ve Avrupa'da çok markalı bayi sayısına baktığımızda bunun sonuçlarını görebiliriz. Yani çok markalılık gelişmedi.

Otomobilin ne olduğunu anlamayanların kanun yazmasının bir çıktısı olarak mevzuat karşımızda duruyordu. Otomobil satın almak tüketici için başka bir histir. Otomobil satın almadan, önce tüketici onun içine oturur, direksiyonu tutar, aracın kokusunu içine çeker. Bizim ticaretimizde tüketicimiz satın aldığı otomobillle bütünleşmek ister. Ve ona dokunmadan satın almayı gerçekleştirmez. Kanun koyucu otomotiv ticaretinin doğasını bilmeyince, mevzuatta bazı sıkıntılar doğabiliyor. Belki internet satış hakkı, yetkili satıcıların maliyetlerini düşürmeyi, daha küçük alanlarda showroom kurmaları düşüncesini getiriyordu. Fakat uygulamada bunun olmayacağını da çok rahatlıkla öngörebiliriz" dedi.

Tüzüğün sektöre yansımaları

Emre Sait Akın bu uygulamanın 2002'den 2010 yılına kadar olan sekiz yıl sürdüğüne değinerek, "2010 yılında mevzuatın sektöre ve tüketiciye nasıl yansıdığını görmek için yeniden bir değerlendirme yapıldı. Bu değerlendirmenin sonucunda bazı noktalar ortaya çıktı. Bu mevzuatın inanılmaz karışık bir hukuki tarif içerdiğini tespit ettiler. Buradan hareketle sistemin yalınlaşması ihtiyacı olduğu belirlendi. Bu tüzük uygulaması ile AB genelinde yetkili satıcı ve servislerin maliyetlerinin yüzde 20 arttığı görüldü. Tüzüğün tüketici lehine olması gerekirken, tersine bir durum ortaya çıktı.

ARAÇ SATIŞ 1400/2002 sayılı Tüzük ile 330/2010 sayılı Tüzük'ün karşılaştırması		
KONU	1400/2002	330/2010
Satış ve servisin ayrılması	İki ayrı hizmet olarak değerlendiriliyor.	Direkt bir düzenleme yok, ama 30% eşiği aşılmadığı sürece bağlantılı hizmetler olması mümkün.
Yetkisiz satıcılar aracılığıyla satış	Münhasır sistemde mümkün, seçici sistemde yasaklanabilir.	Aynı
Niceliksel seçici sistem çerçevesinde adet kısıtlaması	Pazar payı %40'ın altındaysa mümkün	Pazar payı %30'un altındaysa mümkün
Seçici Sistem ile Münhasır Sistemin Kombinasyonu	Yok	Net değil. Yetkisiz parekendece satış yasaklanabilir. Diğer bölgelerde aktif satış noktası için üretici/distribütörün izni gerekiyor.
Çok markalı tesisler	Yasaklanamaz	Tek markalılık 5 yıl için mümkün. Belli bir marka için rekabet yasağı getirilemez.
Tesisin sahibinin ya da kiralayanının üretici/ distribütör olması halinde çok markalılık kısıtlamaları	İzin verilmiyor	İzin veriliyor fakat süresi bayinin tesislerdeki kiralama süresini geçemez
Minimum alım yükümlülüğü	Bir önceki yılın toplam alımlarının %30'u.	Bir önceki yılın toplam alımlarının %80'i.
Yıllık hedefler	Mutabık kalınmalı.	Belirtilmemiş. Üretici/ distribütör hedef koyabilir.
Ek satış ve teslimat noktaları	Evet eğer yerel standartlar ile uyuşursa.	Yasaklanabilir.
Bayiler arası satış	Yasaklanamaz.	Yasaklanamaz.
Üretici/Distribütörün direkt satışları	Mümkün.	Mümkün.
Fesih	2 yıllık feshi ihbarla detaylı, objektif ve şeffaf gerekçe ile yazılı olarak mümkün.	Belirtilmemiş. Yerel hukuk.
Minimum süreli sözleşmeler	5 yıl	Belirtilmemiş. Yerel hukuk. Yatırımın kendisini amorti etmesi baz alınabilir.
Leasing şirketleri	Mülkiyet geçmiyorsa ve sonunda satın alma opsiyonu yok ise nihai müşteri olarak değerlendirilir.	Belirtilmemiş. Yeniden satış amacı olmaksızın son kullanıcı olarak araç satılabilir.
Komisyoncular	Komisyonculara minimum kısıtlama ile satışlar gerçekleştirilir.	Yasak
Satış fiyatının belirlenmesi	Yasak	Yasak
Tavsiye Edilen Satış Fiyatı/Azami Satış Fiyatı Uygulaması	Mümkün.	Mümkün.

ARAÇ SATIŞ 1400/2002 sayılı Tüzük ile 330/2010 sayılı Tüzük'ün karşılaştırması		
KONU	1400/2002	330/2010
Markaya Özgü Personel	Sınırlı biçimde talep edilebilir.	Belirtilmemiş. Talep edilebilir.
Sözleşme sonrasında rekabet yasağı uygulaması	Yasak	1 yıl süre ile mümkün.
Uygulama eşiği	<%30 münhasır sistem <%40 niceliksel sistem >%40 niteliksel sistem	Kademeli eşik kaldırılmıştır. Alıcının ve sağlayıcının Pazar payı %30'u geçmemelidir.
Uyuşmazlıkların çözümünde hakeme başvurma zorunluluğu	Dikey sözleşmelerde taraflara uyuşmazlıkların çözümü için hakeme başvurma hakkının verilmesini zorunlu kılıyor ve bunu muafiyetin bir şartı olarak belirtiyor.	Belirtilmemiş.
Bayinin bir başka bayiye devretme hakkı	Bayiler haklarını aynı sistem içerisinde ve aynı konumdaki bir başka bayiye devredebilir. Bu da muafiyetin bir şartı olarak ön görülüyor.	Belirtilmemiş.

Maliyetler artarken bunun yanı sıra araç fiyatlarının düşüşe geçtiği görüldü. Bu yetkili satıcıların kârlılığın düşmesi anlamına geliyordu. Üreticiler arasındaki pazar yoğunluğu azaldı. Pazar yoğunluğunun azalması aslında istenilen bir şeydi. Tüm markaların pazardan aldığı paylar birbirine yaklaşmaya başladı. Pazarın parçalandığı üreticilerin pazar paylarında değişkenlik gösterdiği sonucu da ortaya çıktı. Bunun dışında pazara yeni oyuncuların girdiği ve üreticilerin ürün çeşitliliğini artırdığı ve ürünün yaşam sürecinin azaldığı görüldü.

Bu sekiz yıllık sürede endüstrideki dağılım ve sistemlerdeki kârlılık baskı altında oldu. Satış sonrasına bakıldığında ise yetkili servis sayısının arttığı, bağımsız servislerin genişlediği ve rekabetçi bir yapıya kavuştuğu görüldü. Bazı üreticiler araç parçaları için kendi satış sistemlerini oluşturdu. Bunun yanı sıra işgücü ücretlerinin artması, donanım ve iş gücü eğitiminin de gelişmesini sağladı. Müşterilerin yıllık araç bakım harcamalarının düşmüş olduğu görüldü.

Bu sekiz yıl içerisinde yedek parça pazarına da baktığımızda, orjinal ekipman sağlayıcılarının ve bağımsız parça üreticilerinin pazar paylarını yerinde tuttuğu ortaya çıktı. Yedek parça pazarının oyuncularını birbirini yok etmedi. Araç üreticileri ile aralarında olan rekabeti, etkili bir biçimde sürdürdüler.

Konuyla ilgili daha derinlemesine bilgi için Legal Danışmanlık Genel Müdürü Emre Akın Sait'in dergimizin 47. sayısında yer alan röportajına bakabilirsiniz.

Yeni uygulamaya alınacak Grup Muafiyeti Tebliği'nin değişikliklerin özellikle yetkili satıcılık sözleşmelerinde birçok stratejik karar alınmasına ve ticari uygulamaların değişmesine yol açacağı ve bu kapsamda gerekli çalışmaların başlatılması gerektiği açıktır

AB Komisyonu yukarıda genel hatlarıyla sıralamaya çalıştığım tespitleri yaptı. Tüzükteki eksikleri ve gerekli müdahaleleri yapabilmek için bir revizyona gitmeye karar veriyorlar. Tüzüğün çok karışık ve detaylı olduğu sonucunun yanı sıra yasal kesinlik sağlamak başarısını göstermediğini tespit ediyorlar. Komisyon, yeniden belli hükümlerin açıklamasını yapma ihtiyacı hissediyor.

Dolayısıyla Tüzüğün bu işi yönetemediği sonucu ortaya çıkıyor. Tüzüğün getirdiği boşluktan çıkan sonuçların çözümü hep Komisyona kalmak zorunda kalıyor. Komisyon, karşılaştığı davalar ile tüzüğü yorumlamak ve emsal davalar oluşturmaya doğru yöneliyor.

Çok az yetkili satıcı uzmanlaşmayı, tamir ve bakım için üçüncü şahısları atamayı tercih etmiştir. Ve yine çok az sayıda yetkili satıcı, ek satış ve teslim yeri açmıştır. Çok markalılık, pazar gerçekleriyle bağdaşmamıştır. ACEA'nın da ifade ettiği üzere Tüzüğe, yolcu ve ticari araçlara fark yansıtılmamıştır. ACEA Tüzük'te halihazırda yer alan iki konunun yeni Tüzükte yer alması gerektiğini belirtmişti; birincisi, tahkime başvuru hakkının taraflara tanınması oluşturuyor, diğeri süresiz sözleşmelerde iki yıl, süreli sözleşmelerde ise 6 aylık bir fesih ihbar hükümlülüğünün devam etmesi" diye konuştu.

Blok Muafiyeti Tebliği uygulamasının sektör adına olumlu bir uygulama olduğunu belirten Emre Akın Sait, "Hukuki açıdan baktığımızda Blok Muafiyeti, bir grubu bir durumdan belli koşullar içinde muaf tutmak anlamında ele almak anlamına geliyor. Bu tebliğin olmadığı koşullarda, ticaretimiz çok daha sıkı kurallara tabi olacaktı. Bu sefer daha ağır koşullara sahip Rekabet Kanunu'nun kendisine tabi olacaktık. Rekabet Kanunu, amacı ve etkisi rekabeti kısıtlamak ya da sınırlamak olan her türlü anlaşma yasaktır diyor. Bu uygulama dahilinde Türkiye'de bir tane yetkili satıcılık anlaşması yapılamazdı.

Blok Muafiyeti Tüzüğü, otomotiv sektörünü ana rekabet kanunundan belli koşullar içerisinde muaf tutuyor. Aslında tabi olmamız gereken mevzuatla kıyaslandığında çok daha iyi bir mevzuat olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü sektörü standart kuralardan ayırıştırıyor. Bu ayırıştırmanın olmadığı koşulları ben, bir facia olarak niteliyorum.

Yeni uygulamaya alınacak Grup Muafiyeti Tebliği'nin değişikliklerin özellikle yetkili satıcılık sözleşmelerinde birçok stratejik karar alınmasına ve ticari uygulamaların değişmesine yol açacağı ve bu kapsamda gerekli çalışmaların başlatılması gerektiği açıktır" diyerek konuşmasını sonlandırdı. <<<