

# Otomotiv satışları, araç lojistiğine birebir yansıyor

**Araç Lojistikçileri Derneği (ARLOD) Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Ağaçlı, “Araç Lojistiği sektörü, tedarik-üretim-nihai müşteri teslimlerine kadar tüm süreçlerde yer alıyor. Otomotivdeki satış rakamları, Araç Lojistiği sektörüne taşıma sayısı olarak birebir yansıyor” dedi.**

## 2016 yılında otomotiv ve lojistik sektörünün performansını rakamsal verilerle özetler misiniz?

Türkiye’de yılın ilk 9 ayında satılan 636 bin 499 otomobil ve hafif ticari aracın yüzde 69,23’ü ithal, yüzde 30,77’si ise yerli üretimle karşılanırken, satışı yapılan her 4 otomobilden yaklaşık 3’ü ithal oldu.

Türkiye otomotiv pazarının Ocak-Eylül 2016 rakamlarına baktığımızda; Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarının, 2016 yılı dokuz aylık dönemde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 4,0 azalarak 636 bin 499 adet olarak gerçekleştiğini, otomobil satışlarının ise bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 2,3 azalarak 489 bin 365 adete, hafif ticari araç pazarının da yüzde 9,22 oranında azalarak 147 bin 134 adet seviyesinde gerçekleştiğini görüyoruz. Dokuz aylık dönemde azalan bu satış rakamları, Araç Lojistiği sektörüne taşıma sayısı olarak birebir yansıyor.

## Araç Lojistik sektörünün genel değerlendirmesini yapacak olursak nasıl bir tablo karşımıza çıkıyor? Sektörde sahip olduğunuz pazar payı nedir?

ARLOD üyesi firmalar, toplamda yaklaşık bin 650 adet otomobil taşıyıcı araç ve üretimi tamamlanmış, lojistiğe hazır ‘0’ km araçlar için 10 bin adet taşıma kapasitesine sahip bir filoya sahip olarak Türk otomotiv lojistiğine hizmet veriyor.



Türk otomotiv sanayinde üretilen araçların 2/3’ünden fazlasının ihraç edildiği düşünüldüğünde, otomotiv sektörü performansı açısından Araç Lojistiği daha da önem kazanıyor.

Taşıma modu seçimi, bu seçim maliyet ve zaman açısından önemli. Türkiye, dış ticaretinde ağırlıklı olarak denizyolunu, ulusal taşımalarda, getireceği optimal fayda göz önüne alındığında, karayolunu tercih ediyor.

Araç Lojistiği; üretim alanından araçların stok alanına taşınması, stok alanından deniz/demiryolu terminalere gönderilmesi, taşıma aracına yükleme, varış yerinde araçların boşaltılması, teslim yerinde tüketilmek üzere dağıtım merkezlerine sevk edilmesi şeklinde özetleniyor. Araç Lojistiği sektörü, tedarik-üretim-nihai müşteri teslimlerine kadar tüm süreçlerde yer alıyor.

## Önümüzdeki yıllarda otomotiv sektörünün gelişimini nasıl görüyorsunuz?

Türkiye’de otomotiv sektörü üretim ve ihracatta istikrarlı bir artış sağlayarak toplam ihracatta en büyük ciroya sahip sektör konumuna gelmiştir.

Otomotiv sanayimizin, son 5 yılda yeni yatırımlarla üretim kapasitesini 1.5 milyon adetten 1.7 milyon adete yükseltmesi, devam eden yatırımlarla bu yıl kapasitenin 1.9 milyon adete yükselecek olması bizleri ülkemiz ve sektörümüz adına memnun ediyor. Yeni model ve kapasite artışı yatırımlarıyla da, ülkemizin hafif ticari araç üretiminde olduğu gibi, otomobil üretiminde de Avrupa’da önemli merkezlerden birisi olmasını temenni ediyorum.

Ülkemizde son yıllarda otomotiv pazarında elde edilen başarılar ve ulaşılan satış adetlerine bakıldığında, sektörün büyümeye açık ve pazar marjının hayli yüksek olduğunu görüyoruz.