

Dosya

Türkiye çok yakında komşularına AVM ihraç edecek



Necati Özdoğan

Colin's Genel Müdürü Necati Özdoğan, organize perakende sektörü ve AVM'lerin bugünlere birlikte geldiğini, oluşturulan bu sinerjinin sosyal ve ekonomik açıdan Türkiye'ye değer kattığını söyledi.

Perakende sektörü ile AVM sektörü arasında organik bir bağ söz konusu. Her iki sektörün Türkiye ekonomisi için önemini nasıl tanımlarsınız?

Her iki sektör de birbirine katkı sağlayan ortak özelliklere sahip. AVM'ler organize perakendenin gelişiminde önemli bir rol üstlenmiş durumda. Perakende sektörünün gelişimi AVM yatırımlarının dışında yan sektörlerle de direkt olarak katkı sağlıyor.

Bugün dünya standartlarını yakalayan sektörümüz, ülke ekonomisine sağladığı kaynakla ve istihdama katkısı olan bir sektör haline geldi.

AVM'ler güvenli alışveriş ve sosyalleşme alanları yaratıyorlar. Markaların yeni mağazalar açmaları, büyüme hedefleri açısından doğru bir zemin oluşturuyor.

Karşılıklı sinerji ile büyüyen organize perakende sektörü markaların kendilerini geliştirmelerini de sağlıyor.

Pazarda yerli ve yabancı markaların rekabeti müşteriye fayda olarak geri

dönüyor. Bu sayede daha bilinçli tüketici kitlesi oluşuyor. İç tüketimin arttığı, beraberinde hizmet ve ürünlerle tedarikin sağlandığı yapı Türkiye ekonomisine büyük bir dinamizm getiriyor.

AVM'lerin Türkiye ekonomisindeki rolünün çok önemli olduğunu düşünüyorum. Kişisel beklentim, çevre ülkelere AVM ihraç etmeye başlayacağımız yönünde. Bu sayede markalarımız ülke istihdamına katkı sağlayacak ve Türkiye ekonomisini büyütecek.

AVM'ler organize perakende sektörünün gelişmesine ne gibi katkılar sağladı?

AVM'ler ürünün ve hizmetinin arkasında duran markalar yarattı. Artan tüketici memnuniyeti ile birlikte tüketiciler kişisel haklarının daha fazla farkına vardı. Ayrıca düzenli vergi ve KDV toplanması, nitelikli istihdamın sağlanması, bölgesel ekonomiye katkıları ve canlanması da AVM'lerin organize perakende sektörüne olan katkıları arasında göz ardı edilmemeli.

Sektörün önde gelen isimlerinin "Markaların gelişmesi AVM'lerle birlikte ivme kazandı" açıklamaları için neler söylemek istersiniz? Bu görüşe katılır mısınız?

Perakendeciler Anadolu'yu keşfetti. Özgüvenleri arttı. Diğer yandan markalar direkt yatırımlarıyla AVM'ler içerisinde yer almayı arzu ederken bu durum beraberinde temsil edilen markaların pazarlama yatırımlarına ilave kaynakların eklenmesine ve doğal olarak perakende sektörünün canlanmasına ön ayak oldu.

Türkiye'de faaliyetlerini sürdüren AVM'ler dünya standartlarının neresinde yer alıyor?

Bugünün AVM'leri gurur duyulması gereken bir noktadadır diyebilirim. AVM'ler mimari çekiciliği, içinde bulunun marka karmalarının doğruluğu ile vardır. Bu konuda Türkiye çok önemli tecrübeleri kısa zamanda kazandı. Tekrar etmem gerekirse, çok kısa bir süre içinde Türkiye, yakın coğrafyasında bulunan ülkelere AVM'ler ihraç edecek duruma gelecek. Bu sayede Türkiye yalnızca güçlü markalarını değil, aynı zamanda lojistiği, pazarlamayı ve nitelikli iş gücünü de ihraç edecek anlamına geliyor.

AVM'ler sadece alışverişin yapıldığı yerler olarak değil, insanların günlük ihtiyaçlarını karşıladığı ve sosyal olguların da bir arada sunulduğu yapılar haline dönüştü. Sizce AVM'lerde trend nereye doğru gidiyor? Gelecekte alışveriş merkezleri ve mağaza konumlandırılması nasıl olacak?

Gelecekte AVM'leri içerilerinde buldukları toplumla daha fazla bütünleşmiş ve lokale odaklanmış olarak göreceğimizi düşünüyorum. Mahallemizin AVM'si veya semt AVM'si olacak. Alışveriş merkezleri birbirlerinde farklılaşma anlamında ek hizmet sunmak için daha büyük gayret içerisinde olacaklar.