

OTOBAN

İş Yatırım Genel Müdür Yardımcısı
Mert Erdoğan:

**"Küçük kalmamak
için ortak iş yapma
kültürü geliştirilmeli"**

Türkiye Kurumsal Yönetim
Derneği Genel Koordinatörü
Güray Karaçar:

**"Aile şirketi olmak
büyük bir avantaj"**

tasit.com kurucusu
Birol Kabakoğlu:

**"Yetkili satıcılar
inandıkları
noktada ikinci
el ticaretini
geliştirebilirler"**





ONLARINKİ OTOMOBİL, BİZİMKİ YILIN OTOMOBİLİ.

YENİ PEUGEOT 308. YILIN OTOMOBİLİ.



Yeni Peugeot 308, otomotiv dünyasının 22 önemli ülkesini temsil eden 58 kişilik jüri tarafından yılın en prestijli ödülllerinden birine layık görüldü. Yenilikçi kokpit tasarımı Peugeot i-Cockpit, ileri teknolojisi ve üst düzey sürüş keyfiyle pek çok zorlu rakibini geride bırakarak 2014 YILIN OTOMOBİLİ (Car of the year 2014) seçildi. Şimdi, sizi yılın test sürüşü için Peugeot Yetkili Satıcıları'nda bekliyor.

PEUGEOT MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ (0216) 579 94 44 twitter.com/PeugeotTürkiye facebook.com/peugeotturkiye Yeni Peugeot 308 1.6 HDi 92 hp karma yakıt tüketimi 3.7 L/100 km, CO₂ emisyon değeri 95g/km'dir.

YENİ PEUGEOT 308

MOTION & EMOTION



PEUGEOT



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
adına İmtiyaz Sahibi
Vedat İNCİROĞLU

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Murat MUTLU

Yayın Kurulu
Murat GÜRÜNLÜ
Murat MUTLU
Murat ŞAHSUVAROĞLU
Seyra TOPRAK
Zeynep FİDAN SOYSAL

Editörler
Çınar NOYAN
R. İlder Çıtak
editor@mavitanitim.com.tr

Reklam Yönetmeni
Aylin GÖKÇE
Tel: 0216 355 73 16
aylin.gokce@oyder-tr.org

Yönetim Yeri
Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
Derya Sok. No: 14/ 6 Şişikler Plaza
Sahrayıcedid - Kadıköy / İstanbul
Tel : 0216 355 73 16
Faks : 0216 355 72 69
www.oyder-tr.org
otoban@oyder-tr.org

Yapım
Mavi Tanıtım ve İletişim
Rasimpaşa Mah. Ayrılıkçeşme Sok.
No: 122 Yeldeğirmeni 34500
Kadıköy-İstanbul
Tel : 0216 418 59 31 pbx
Faks : 0216 348 95 22
www.mavitanitim.com.tr

Baskı
Özgün Ofset Tic. Ltd. Şti.
Yeşilce Mah. Aytekin Sok. No: 21
Otosanayi 4. Levent-İstanbul
Tel: 0 212 280 00 09

Yayın Türü
Yerel Süreli Yayın, Ayda Bir Yayınlanır.

Tüm yayın hakkı OYDER'e ait olup kaynak gösterilmek suretiyle
alıntı yapılabilir. OTOBAN Dergi parayla satılmaz.



İç pazardaki durgunluğu en iyi yetkili satıcılar hissediyor

Özgür TEZER

OYDER Genel Sekreteri



Değerli Meslektaşlarım,

Ülkemizde sıkıntılı bir ekonomik süreç geçtiğimiz yılın sonunda bu yana iyice kendini hissettirmeye devam ediyor. Sanayi üretimi hız kesmeye devam ediyor, bu hem iç pazardaki hem de bölgesel riskler sebebi ile dış pazarlarımızdaki sorunları gün yüzüne çıkartıyor.

2014 Ocak ayında %7,1 olan sanayi üretimi, Şubat-Nisan döneminde %4,5'lere ve Mayıs-Haziran itibarı ile yüzde 1,4'e gerilemiş oldu. Elbette iç pazardaki durgunluk sektörün tüketici ile temas noktası olan yetkili satıcılıkta çok daha fazla yoğun hissediliyor.

OYDER olarak mesajlarımızı hem paydaşlarımıza hem de kanun yapıcılara her ortamda vermeye devam ediyoruz. Markaların ülkemizdeki yapılanma stratejilerinde tüm yatırım planlamaları, en yüksek satış adedinin olduğu yıla ve buna bağlı servis hizmetlerini karşılamak üzere yapılmış durumdadır.

Elbette yetkili satıcılıklardaki yüksek yatırımlar ve büyük organizasyonlar sebebi ile işletim maliyetleri kazançların üzerinde seyretmektedir. Özellikle son 2,5 senedir yaşanan bu durum sürdürülebilir halden çıkmış ve yetkili satıcılık mesleğinin müteşebbisleri için geleceği soru işaretleri olan bir meslek haline gelmiştir.

Diğer taraftan sektör üzerindeki ağır vergi yükü de pazarın gerçek değerinin altında kalmasına neden olmaktadır. Kırılgan bir ekonomi içinde olmamız sebebi ile ekonomik dengeleri kontrol altında tutmak oldukça maharet gerektirmektedir, dünyadaki gelişmeler bize benzer ekonomilerin hassasiyetlerini de ortaya koymakta. Ancak unutmamak gerekir ki otomotiv sektörü ülke için bir sanayii, bir ihracat, bir teknoloji üreticisi ve bir istihdam sahasıdır.

Sektörün bugünü ve geleceği ile ilgili yapılan planlara sadık kalmamız mevcut yatırımcıların yeni istihdam sahaları açmalarına ve yurt dışından üretim bazlı yatırımcı gelmesine yardımcı olacaktır. Oysa uzun bir süreden bu yana devam eden sürekli vergi artışları hem yerli yatırımcıyı bıkırmış hem de dışarıdan gelebilme ihtimali olan yatırımcıları başka ülkelere gitmelerine sebep olmuştur. Bu durum, ülkenin genç nüfusunun istihdamını kaygı yaratacak düzeye götürmektedir. Her yıl yüzbinlerce genç okullarından mezun olmakta ve ekonomiye dahil olmaya başlamaktadırlar.

Her platformda öncelikle dile getirdiğimiz ÖTV'den KDV alınması şeklindeki bir vergi uygulamasından en kısa sürede vazgeçilmesi gerekmektedir. Ardından aslında 15 yıl önce yaşadığımız deprem felaketinin yaralarını sarmak amacıyla başlatılan ÖTV uygulamasının otomotiv sektörü için kademeli olarak düşürülmeye başlanması yukarıda bahsettiğim yatırımların gelmesi için son derece önemli olduğu görülmektedir.

Sektör paydaşlarımızın marka standartları uygulamalarında, perakende-filo satış uygulamalarında, yatırımların kârlı hale getirilmesindeki önemli işlemlerde ve benzeri uygulamalarda tarafların ortak menfaatlerinin bir kez daha masaya yatırılması yönünde bize ulaşan yakınmalarını buradan tekrar dile getirmek isterim.

Saygılarımla,



6



16



26

İÇİNDEKİLER



30

EDİTÖRÜN YORUMU

3 İç pazardaki durgunluğu en iyi yetkili satıcılar hissediyor

ÖZGÜR TEZER

OYDER Genel Sekreteri

EKONOMİK ANALİZ

6 "Küçük kalmamak için ortak iş yapma kültürü geliştirilmeli"

MERT ERDOĞMUŞ

İş Yatırım Genel Müdür Yardımcısı

KURUMSAL YÖNETİM

16 "Aile şirketi olmak büyük bir avantaj"

GÜRAY KARAÇAR

Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği Genel Koordinatörü

Adillik, şeffaflık, hesap verebilirlik ve sorumluluk ilkeleri üzerine inşa edilen kurumsal yönetim anlayışının, etki ettiği tüm alanlarda yol gösterici olmayı hedefleyen TKYD, özel sektör, kamu kuruluşları, medya, düzenleyiciler, sivil toplum kuruluşları ve akademik dünya arasında bir iletişim ağı kurarak kurumsal yönetim uygulamalarının gelişmesini hedeflemektedir.

İKİNCİ EL OTOMOBİL TİCARETİ

26 "Yetkili satıcılar inandıkları noktada ikinci el ticaretini geliştirebilirler"

BİROL KABAKOĞLU

tasit.com kurucusu

Taşıt Com Bilgi Hizmetleri Teknoloji ve Tic. A.Ş., "hayalin bir tık ötesinde" sloganıyla sadece taşıt odaklı 2. el online pazar oluşturmak ve ikinci el taşıt piyasasına yepyeni bir soluk getirmek amacıyla 2009 yılında İstanbul'da kuruldu. tasit.com bugün, ister sahibinden ister yetkili satıcıdan ikinci el veya sıfır km araba bulmak isteyenlerin bulunduğu bir platform.

EKONOMİK PERSPEKTİF

32 TÜSİAD Konjktür Raporu Yayınlandı
Türkiye ekonomisinin 2014 yılında yüzde 3.4 büyüyeceğini öngörüyor

TÜSİAD'ın makroekonomik tahlil ve tahmin çalışmaları- nı içeren raporun ilk sayısında riskler ve fırsatlar odağında Türkiye ekonomisi değerlendirildi ve TÜSİAD'ın makroekonomik tahminlerine yer verildi.

DÜNYADAN

38 Arjantin'in iflası
Türkiye'yi nasıl etkiler?

HAYATIN İÇİNDEN

40 Bir çocuğun araç tasarımcısı olma hayali

OTOMOBİL TİCARETİ

42 "Otomotivde ÖTV'li KDV'den vazgeçilmeli"

CENGİZ ARSLAN

MÜSİAD Otomotiv Sektör Kurulu Başkanı

ELEKTRİKLİ ARAÇLAR

44 FullCharger, 2020'de 200 bin istasyonluk bir altyapıya ulaşacak

SİGORTA

46 Trafik kazalarında ürküten tablo

Trafik kazaları Türkiye'de 2012'ye kadar yüzde 185 artış gösterdi, 2013'deyse sadece yüzde 7 düştü.

SOSYAL SORUMLULUK

48 Doğuş Otomotiv İş'te Eşitlik Uygulamaları ile iş dünyasına örnek oluyor

SEKTÖR ANALİZİ

60 Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 2014 yılı ilk 7 ayında yüzde 23,5 azaldı

OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ

66 Otomotiv endüstrisi ihracatında 16 aydır kesintisiz artış devam ediyor



YOLLARIN RİTMİNİ
DEĞİŞTİRMeye
GELDİ!



FIAT 500L BEATS EDITION.

Sıradaki parça, tarzıyla ses getirenler için geliyor! 520 W ses sistemi, navigasyonu, geri dönüş kamerası, ısıtmalı yarı deri koltukları, 17" mat siyah alaşımlı jantları ve sadece ona özel üretilen çift gövde renk seçenekleriyle Fiat 500L Beats Edition, tasarım, teknoloji ve eğlenceyi tek bir ritimde buluşturuyor. Her nadide plak gibi sınırlı sayıda üretilen bu otomobil, onun eşsiz özelliklerine kulak verenleri Fiat showroom'larında bekliyor.

500L
Beats edition



İş Yatırım Genel Müdür Yardımcısı Mert Erdoğan:

"Küçük kalmamak için ortak iş yapma kültürü geliştirilmeli"

1996 yılında Türkiye İş Bankası A.Ş. tarafından kurulan İş Yatırım; yerli-yabancı bireysel ve kurumsal yatırımcılara, geleneksel alım-satım aracılığıının yanı sıra; Kurumsal Finansman, Yatırım Danışmanlığı, Portföy Yönetimi ve Aracılık hizmetleri sunmaktadır. 4,9 milyar TL aktif büyüklüğü ile sektörünün toplam aktif büyüklüğünün yaklaşık 1/3'ini temsil eden İş Yatırım, 2013 yılında 70,8 milyon TL konsolide net kâr elde etti. İş Yatırım, yönettiği 14,4 milyar TL büyüklüğündeki portföy ile fon pazarının 1/4'ini temsil etmektedir



Türkiye Endeks Bazında Pahalı Bir Ülke

Geçtiğimiz hafta İş Yatırım olarak hisse senedi piyasa görüşümüzü uzun zamandan beri ilk kez azalta çektik. Yani yatırımcılarımızın hisse senetlerini satmalarını ve ellerindeki pozisyonlarını azalta çekmelerini ifade ettik. Bunun aslında tek bir nedeni vardı, o da değerlemeydi. Türkiye artık endeks bazında pahalı bir ülke haline geliyordu. Yukarı potansiyel yüzde sekize inmişti. Bu yüzden riskli bir yatırım aracı haline geliyordu.

Yüzde 3,5 Büyüme Bekliyoruz

Bu açıklamayı yaparken endeks 83 bin seviyesindeydi, bugünlerde ise 77 bine doğru geriledi. Bu açıdan yatırımcıya yaptığımız uyarının zamanlaması tam anlamıyla uygun oldu. Öte yandan Türkiye ekonomisine baktığımızda yüzde 3,5 oranında bir büyüme bekliyoruz. İş yatırım olarak büyüme rakamımızı bu yılın başında yüzde 2'ler seviyesinden başlatmıştık. Ülke gelişmelerine ve gelen verilere göre bu rakamı yukarıya doğru revize ettik. Küresel olarak baktığımızda dünyanın da büyüme oranı 3,4 olarak tahmin ediliyor. Yani bu Türkiye'nin küresel büyüme kadar büyüyeceği anlamına geliyor.

Bu rakamlar bir açıdan büyümeye değil yerinde sayma anlamına da gelebilir. Öte yandan Türkiye'nin yüzde 4,5 gibi potansiyel bir çıktısı var. Bu açıdan ülkemizin küresel büyümenin üzerinde reel olarak büyümesi gerekiyor. Yüzde 3,5'lük büyümenin yaklaşık yüzde 0,8'lik kısmı ise kamu kaynaklı bir büyümedir. Reel sektörün büyümesi bu anlamda yaklaşık yüzde 2,7 olarak gerçekleşecek.

Rusya-Ukrayna Gerginliği AB'nin Büyüme Eğilimini Bozabilir

Ekonomi yönetimi bu gelişmeler ışığında ihracata yöneleceklerini açıkladılar. Gerçekte birilerinin ihracat yapabilmesi için, birilerinin de ithalat yapması gerekiyor. Avrupa'ya baktığımızda durumun bu yıl daha iyiye doğru gittiğini görebiliyoruz. Özellikle otomotiv sektöründeki iyileşme bizim ülkemize de ihracat anlamında olumlu yansıyor. Fakat Rusya-Ukrayna gerginliğinden kaynaklı olarak Rusya'ya uygulanacak yaptırımlar AB'nin büyüme eğilimini bozabilir.

Rusya ve Avrupa kutuplaşması, AB'nin büyüme eğiliminin tersine dönmesi, Türkiye'nin endişe kaynaklarından birisidir. Yine Türkiye'nin güneyinde yaşanan siyasi ve politik sorunlar diğer bir endişe kaynağımızı oluşturuyor. Türkiye'nin güneydeki ülkelere yaklaşık 10 milyar dolar civarında bir ihracatı söz konusu. Oradaki istikrarsız ve kavgalı ortamı bizim ihracatımızı etkileyecektir.



Türkiye'nin güneyindeki ve AB'deki belirsiz gelecekte etkilenmemesi için yurt içi talebe ihtiyacı olduğu gerçeği ortaya çıkıyor. Yurt içi talep ise özellikle cari açık endişesiyle bankalar üzerinde kredi büyümesini sınırlayarak kontrol altına alınmıştır. Otomotiv gibi istihdamın yoğun ve büyümenin lokomotif sektörlerde 2013 yılına göre yavaşlama yaşanıyor. Bu yavaşlamanın yarattığı endişenin de bir sonucu olarak özellikle Merkez Bankasının faiz oranlarını geniş bir bantta tuttuğunu görüyoruz.

Ekonomi yönetimi bu gelişmeler ışığında ihracata yöneleceklerini açıkladılar. Gerçekte birilerinin ihracat yapabilmesi için, birilerinin de ithalat yapması gerekiyor. Avrupa'ya baktığımızda durumun bu yıl daha iyiye doğru gittiğini görebiliyoruz. Özellikle otomotiv sektöründeki iyileşme bizim ülkemize de ihracat anlamında olumlu yansıyor. Fakat Rusya-Ukrayna gerginliğinden kaynaklı olarak Rusya'ya uygulanacak yaptırımlar AB'nin büyüme eğilimini bozabilir.

Türkiye Ekonomisinin Yurtiçi Talebe İhtiyacı Var

Türkiye'nin güneyindeki ve AB'deki belirsiz gelecekte etkilenmemesi için yurt içi talebe ihtiyacı olduğu gerçeği ortaya çıkıyor. Yurt içi talep ise özellikle cari açık endişesiyle bankalar üzerinde kredi büyümesini sınırlayarak kontrol altına alınmıştır.

Otomotiv gibi istihdamın yoğun ve büyümenin lokomotif sektörlerde 2013 yılına göre yavaşlama yaşanıyor. Bu yavaşlamanın yarattığı endişenin de bir sonucu olarak özellikle Merkez Bankasının faiz oranlarını geniş bir bantta tuttuğunu görüyoruz. Fiyat istikrarı açısından sorun gözükmeyen

dönemlerde T.C Merkez Bankası faizleri indirerek büyümeye de destek sağlamaya çalışmaktadır.

Türkiye Çok Zor Bir Denge Üzerinde Duruyor

Bunun yanı sıra ABD'nin faiz artırımına gitmesi demek, Türkiye'den para çıkması anlamına gelecektir. Bu da hemen kurlara yansacaktır. Hem enflasyon yaratacaktır, hem de büyümeyi bozacaktır. Bu açıdan Türkiye çok zor bir denge üzerinde duruyor. Türkiye çok zor bir yıl yaşıyor, keza bu zorluk 2015'de de devam edecektir.

Bizim endişelerimizin başında ABD'deki faizler ve paranın ülke dışına yönelmesi geliyordu. Şimdi üzerine jeopolitik riskler gelmeye başlıyor. Rusya, Kuzey Irak ve Suriye ile ilgili riskler hala sıcaklığını koruyor. Bu açıdan zor bir 12 ay bekliyoruz.

Riskler Avantaja Çevrilebilir mi?

Jeopolitik gelişmelerdeki riskleri tersine çevirmek mümkün. Ukrayna sorunu, Rusya'nın AB'den daha az tarım ürünü alacağı anlamına da gelebilir. Rusya tarım ürünleri konusunda Türkiye'yi çok

İnşaat sektöründe büyük bir faaliyet varmış gibi gözükse de kira fiyatlarının durumu bize bazı verileri verebiliyor. Uzun bir dönem kira fiyatlarının artmadığını görüyoruz. Fakat inşaat ve emlak sektöründe bir çöküş beklemiyoruz. Fakat çok da canlı olacağını düşünmemek gerekiyor. Bu açıdan otomotiv sektörünü inşaata her zaman tercih ederim. Otomotiv kolay satılabilen bir üründür.



daha fazla kullanabilir. Fakat, tarım gibi bizim ihraç ettiğimiz bu tür ürünler yükte ağır, pahada hafiftir. Dolayısıyla ne kadar yüksek miktarda ihraç edersek edelim, çok ciddi bir katkı yaratmamaktadır.

Kuzey Irak'taki yaşanan sorunlardan dolayı Süveyş kanalını kullanıyoruz. Bu açıdan ihraç ürünlerimizi başka ülkelere gönderme konusunda yüksek maliyetler ile karşılaşıyoruz. Bu sorunlar aşılabildiği ve yüksek katma değerli ürün ihracatı yapılabildiği noktada riskler fırsatları barındırabilir.

Türkiye'nin Yüzde 5 Büyümeye İhtiyacı Var

Bütün bu gelişmelere bakarak, Türkiye'nin yüzde 3,5 bir büyüme sağlayacağını aktarmıştım. 2015 için

Bütün gelişmelere bakarak, Türkiye'nin yüzde 3,5 bir büyüme sağlayacağını aktarmıştım. 2015 için ise yüzde 4 büyüme hedefleniyor. Son dönemde özellikle sanayi üretim endeksi verileri sıkıntıya işaret ediyor. Bu veriler bizim daha yukarı büyüme rakamlarını revize etmeyeceğimiz anlamını da çıkarıyor. Öte yandan Türkiye'nin istikrarlı bir şekilde gelişimi için yüzde 5 civarı bir büyümeye ihtiyacı var. Fakat yapısal problemlerimiz yüzden bu rakamlara yaklaşma konusunda sıkıntılar yaşıyoruz.

ise yüzde 4 büyüme hedefleniyor. Son dönemde özellikle sanayi üretim endeksi verileri sıkıntıya işaret ediyor. Bu veriler bizim daha yukarı büyüme rakamlarını revize etmeyeceğimiz anlamını da çıkartıyor. Öte yandan Türkiye'nin istikrarlı bir şekilde gelişimi için yüzde 5 civarı bir büyümeye ihtiyacı var. Fakat yapısal problemlerimiz yüzden bu rakamlara yaklaşma konusunda sıkıntılar yaşıyoruz.

Büyüme Öngörüsü Nasıl Oluşuyor?

İş Yatırım olarak tahmin yürütürken bankalar, otomotiv şirketleri, perakende sektörü içersinde faaliyet gösteren halka açık şirketler ile görüşüyoruz. Bu şirketlerden aldığımız tahminler ile bir büyüme modellemesi yapıyoruz.

Kurumsal Finansman alanında şirketimizin özellikle birleşme, devralma tarafında sağladığı danışmanlık hizmetleri mevcuttur. Bu faaliyetimiz

Gücü aynı, görünüşü farklı!



FORD **FOCUS**

> 1.0L EcoBoost™ Motor Teknolojisi

Soldaki süratli bir Formula Ford yarış aracı, sağdakiyse Ford Focus. İlk bakışta belli olmasa da bir ortak özellikleri var: Motorları! İkisi de üstün yakıt ekonomisi sunan, Uluslararası Yılın Motoru ödüllü 1.0L EcoBoost kullanıyor! Daha fazlasını merak edenler için: ford.com.tr



Go Further

sayesinde portföy yatırımlarına ek olarak ülkeye doğrudan sermaye girişi konusundaki aktiviteyi gözlemleyebiliyoruz. Türkiye'ye yabancı yatırımcıların özellikle son 10 yılda bu anlamda çok ilgisi var. Özellikle son dönemde ilaç, gıda, perakende, madencilik gibi alanlarda yabancı yatırımcıların Türk şirketlerine ilgi gösterdiğini görüyoruz.

Bunun dışında finans ve portföy tarafında yeni yatırım yapmak isteyen yatırımcılara istek ve ihtiyaç olduğu görülüyor. Türkiye yatırımcılar için stratejik konumu itibarıyla iyi bir yerde olduğu için tercih edilmekte. Bu bağlamda Türkiye'yi yeni pazarlara ulaşmak için bir üs olarak kullanma isteği dikkat çekiyor.

Otomotiv Sektörüne Yatırımın Sebepleri

Türkiye'de inşaat sektöründeki durgunluk dikkat çekiyor. Özellikle konut tarafında bir arz fazlası oluşmuş durumda. Türkiye'de inşaat sektöründe ofis tarafındaki ihtiyaç daha fazla.

Otomotiv sektörüne baktığımızda, bu yıl beklenilenden daha iyi bir yıl olduğunu görüyorum. 2013 yılı sonunda bu sene ile ilgili beklentiler olumlu değildi. Otomotiv sektörü yüzde 20 civarında bir daralma ile yılı sonlandıracak gibi gözüküyor. 2013 yılının çok iyi olması, otomotivin 2014'deki durumuna bakarken baz alınmaması gerekiyor. Şimdi önemli miktarda Merkez Bankası'nın bir desteği söz konusu. Belki Ağustos ayında bir kez daha faiz indirimine gidebilir.



Otomotiv firmalarının kaynak yaratma anlamında bu alanı çok kullanması gerektiğini düşünüyorum. Tüm kurumsal yatırımcıların ya da şirketlerin bir banka kredisi kullanma sınırı hep vardır. Buna alternatif olarak özel sektör tahvilleri de son 3 yıldır artan bir ivmeyle gündeme girmiş durumda .

İnşaat sektöründe büyük bir faaliyet varmış gibi gözükse de kira fiyatlarının durumu bize bazı verileri verebiliyor. Uzun bir dönem kira fiyatlarının artmadığını görüyoruz. Fakat inşaat ve emlak sektöründe bir çöküş beklemiyoruz. Fakat çok da canlı olacağını düşünmemek gerekiyor. Bu açıdan otomotiv sektörünü inşaata her zaman tercih ederim. Otomotiv kolay satılabilen bir üründür.

Kamusal bazda inşaat sektörü devam eden mega projeler ile canlı gözükmeğe devam edecek. İnşaat sektörünün istihdam üzerindeki olumlu etkisini de göz ardı etmemek gerekir.

Otomotiv sektörüne baktığımızda, bu yıl beklenilenden daha iyi bir yıl olduğunu görüyorum. 2013 yılı sonunda bu sene ile ilgili beklentiler olumlu değildi. Otomotiv sektörü yüzde 20 civarında bir daralma ile yılı sonlandıracak gibi gözüküyor.

2013 yılının çok iyi olması, otomotivin 2014'deki durumuna bakarken baz alınmaması gerekiyor. Şimdi önemli miktarda Merkez Bankası'nın bir desteği söz konusu. Belki Ağustos ayında bir kez daha faiz indirimine gidebilir.

Yine bunun yanı sıra cumhurbaşkanlığı seçimini yaşadık. Önümüzdeki günlerde başbakan ve kabine değişiklikleri olacak. Siyasi başarı tamamen ekonomiye dayanıyor. Bu bütün dünyada olduğu gibi Türkiye içinde geçerlidir. İşte bu gelişmelere bakarak 2015 için yüzde 4 büyümeyi baz alabiliriz. Bu rakamlar otomotiv sektörünü de birebir yansıyacaktır.

Mevduatın Alternatifi Özel Sektör Tahvilleri

Bireysel yatırımcılar kısa vadede ve likit olarak durdukları noktada mevduatı tercih ediyorlar. Türkiye'de ağırlıklı olarak birikimler Türk Lirasında değerlendiriliyor. TL mevduatın alternatifleri ise ise özel sektör tahvilleri, yatırım fonları ve yapılandırılmış orçanma araçlarıdır.

Otomotiv firmalarının kaynak yaratma anlamında bu alanı çok kullanması gerektiğini düşünüyorum. Tüm kurumsal yatırımcıların ya da şirketlerin bir

Bireysel yatırımcılar kısa vadede ve likit olarak durdukları noktada mevduatı tercih ediyorlar. Türkiye'de ağırlıklı olarak birikimler Türk Lirasında değerlendiriliyor. TL mevduatın alternatifleri ise ise özel sektör tahvilleri, yatırım fonları ve yapılandırılmış orçanma araçlarıdır.

Jeopolitik ve siyasi çalkantıların olduğu dönemlerde altın her zaman değer kazanıyor. Altının bir tasarruf aracı mı yoksa yatırım aracı mı olduğu önemli bir tartışma konusudur. Bana göre altın, bir emniyet aracı gibi duruyor. Altındaki aşağı yöne doğru oluşacak riskler, yukarı yöne göre daha fazladır.

banka kredisi kullanma sınırı hep vardır. Buna alternatif olarak özel sektör tahvilleri de son 3 yıldır artan bir ivmeyle gündeme girmiş durumda .

Yatırımda Yeni Bir Pencere

Eskiden Türkiye'nin kamu borçlanma gereği fazlaydı. Şimdi artık kamu az borçlanıyor. Türkiye'nin kamu borcunun GSYH'ya oranı yüzde 30-35'ler seviyesinde.

Birçok firma şimdi finansman bonosu veya tahvil ihraç ederek borçlanma olanaklarını değerlendiriyor. Burada temel kriter firmanın borçluluk yapısı, sürdürülebilir bir kar politikasıyla borçlarını ödeyebilme gücüdür. Bunun tam karşılığı ise firmaların kredi notu almalarıdır. Bono veya tahvil ihraç etmek isteyen firma İş Yatırım Menkul Değerler A. Ş. 'ye başvuruyor. Analiz ve çalışmaların sonucunda firmanın borçlanabilme kapasitesi ortaya çıkıyor. Daha sonra fiyatlama çalışması yapılıyor. Vade tercihinin üzerine bir ek getiri eklenerek sonuca ulaşıyor. Sermaye Piyasası Kurulundan gerekli izinler alındıktan sonra ihraç süreci talep toplama ve dağıtım ile tamamlanıyor. Bu şekilde tahvil çıkaran firmalar banka limitlerine ek bir pencere açarak kaynak yaratmış oluyorlar.

Türkiye'de giderek özel sektör tahvilleri yaygınlaşıyor ve Anadolu'da biz bunu çok anlatıyoruz. İhraçların belli limit ve kısıtları mevcuttur ve bu konuda İş Yatırım Menkul Değerler A. Ş. gibi uzman firmalar yönlendirici olmaktadır. Özel sektör tahvilini yatırımcı ile buluşturmak için şirketin 30 milyon TL borçlanabileceği bir bilanço büyüklüğü olması gerekiyor.

Özel Sektör tahvillerinde vade 6 ay ile 3 yıl arasında değişmektedir. Bunu üç veya altı ayda bir kupon ödemesi ile değişken veya sabit faizli ihraç etmek mümkündür. Özellikle değişken faiz tahvil yatırımcısını faiz değişikliklerine karşı korumuş oluyor. Kupon ödeme yapısına göre 3 veya 6 ayda bir yeni kupon faizi o anki piyasa koşullarına göre üzerine ilk ihraçta belirlenmiş ek getiri eklenerek



güncelleniyor. Her gün alınıp satılabilen bir yatırım aracı. Bu avantajıyla banka mevduatına önemli bir alternatif oluşturuyor. Vergi açısından bakıldığında 1 aylık mevduat faizinin üzerinden %15 stopaj kesintisi varken, tahvilde bu oran %10.

Yapılandırılmış Borçlanma Araçları

Türkiye'de ilk kez İş Yatırım olarak "Yapılandırılmış Borçlanma Araçları"nı devreye aldık. Burada herşeyi yatırımcıya bırakıyoruz. Örneğin, elinizde A şirketinin hisse senedini taşıyorsunuz ve bunu satmak istemiyorsunuz. Öte yandan duran bu

Mert Erdoğan Kimdir?

1969 İstanbul doğumlu.

İ.Ü. İngilizce İşletme bölümünden mezun olduktan sonra

Amerika'da MBA yaptı.

1993 yılından bu yana bankacılık ve finans sektöründe mesai

harcadı. 15 yıldan bu yana İş Yatırım'da çeşitli

kademelerde yer aldı, 2006 yılından bu yana Genel Müdür Yardımcısı

olarak görev yapmakta. Yurtiçi Şubelerden, Pazarlama Müdürlüğü ve Kurumsal İletişim sorumluluk alanlarını

oluşturmakta.

Şimdilik en azından altı aylık dönemde ABD'de çok ciddi bir faiz artışının olmayacağı yönünde beklentilerimiz var. ABD'de tahvil alım döneminin sonuna geliniyor ama ABD'de henüz parasal sıkılaşma en azından 2014'de olmayacağı gibi 2015'in ilk çeyreğinde olmayacak. Ama sonrası için şu anda bir şey söylemek için çok erken. ABD'de şu anda yüzde 2'nin altında bir enflasyon var. Eğer yüzde 2'nin üzerine çıkarsa bu iş zorlaşabilir, faizler bir miktar yükselmeye başlar. Bu bizim için önemli bir endikatördür. Türk Bankaları ve bazı özel sektör şirketleri yurtdışından çok iyi maliyetlerle borçlanıyorlar.

kıymetinizden hiçbir şey kazanmıyorsunuz. Bu A şirketinin hisse senedi birim fiyatı diyelim ki 10 TL olsun. Sizde bunun fiyatının ancak 12 TL'ye gelince satmayı düşünüyorsunuz. Biz bu senetleri vadesi yine sizin terchinizle üç ay olacak şekilde 12 TL'ye satış olacak şekilde değerlendirerek getirsini size veriyoruz. Üç ay sonra bu senetlerin birim fiyatı 12 TL'ye gelirse, yatırımcı bunu satmış oluyor. Eğer 12 TL'ye ulaşmazsa, yine elinde tuttuğu kıymetten para kazanacaktır. Bunu istediğiniz her yatırım aracı için yapabilirsiniz, ABD Doları/ TL kuru, BIST endeksleri, altın fiyatlarını örnek olarak gösterebiliriz.

Yapılandırılmış Borçlanma Aracı'nda dayanak varlığı yatırımcı seçiyor. Bu ister bir hisse senedi olabilir ister Euro/TL ya da Dolar/TL kuru ister altın olabilir. Türkiye'de ilk kez İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş. olarak Sermaye Piyasası Kurulundan 500 milyon TL'lik izin aldık, bu araç yatırımcıların çok ilgisini çekti ve önümüzdeki dönemde ilginin daha da artacağını öngörüyoruz.

Altın Yatırım mı, Tasaruf Aracı mı?

Jeopolitik ve siyasi çalkantıların olduğu dönemlerde altın her zaman değer kazanıyor. Altının bir tasaruf aracı mı yoksa yatırım aracı mı olduğu önemli bir tartışma konusudur. Bana göre altın, bir emniyet aracı gibi duruyor. Altındaki aşağı yöne doğru oluşacak riskler, yukarı yöne göre daha fazladır.

**Birçok firmanın
alacak/borç ilişkisinde
vade uyumsuzlukları
mevcut. Sattığı maldan
elde edeceği gelir ile
malîyetleri aynı vadede
olmayabiliyor, bu
öncelikle faiz malîyeti
oluşturabileceği
gibi, eğer farklı para
birimleri söz konusuysa
beraberinde kur riskini
de getirmektedir.
Bu durum özellikle
otomotiv sektörü ve
otomotiv yan sanayi için
çok önemli, çok dikkat
edilmesi gerekiyor. Biz
bu konuda destekler
veriyoruz, çok fazla
sayıda enstrüman
sunuyoruz.**

Küresel Görünüm

Öte yandan biz, AB'de çok güzel gelişmeleri görüyoruz. Örneğin, Portekiz çok dibe vurmuştu, bir toparlanma eğilimi içerisine girdi. Keza aynı şekilde İspanya'da toparlanıyor. Bu tür gelişmeler özellikle otomotiv sektörü için kritik önem arz ediyor. Aynı şekilde demir-çelikte hammadde ve fiyatlar açısından otomotiv sektörünü zorlayacak bir sıkıntı henüz ufukta görünmüyor.

Bir dönem navlun fiyatları çok büyük problem teşkil ediyordu. Navlundaki gelişmeler de iyi bir noktaya oturmuş durumda. Çin, özellikle çok dikkat edilmesi gereken bir tarafa işaret ediyor. Belki yüzde 7'ler seviyesinde büyüyor ama çok yavaşlamış durumda. Çin için bütün dünyanın beklediği yüzde 10'lar seviyesinde bir büyümedir. Bunun yanı sıra hem Avrupa'da hem de ABD'de işlerin daha iyi durumda gitmesi herkesin beklentisini oluşturuyor. Yine Afrika ülkelerinin yıldızı parlamaya başlıyor. Afrika ülkeleri artık biraz daha yatırım yapılabilir hale gelmeye başlıyor.

Bu Dönem Düşük Faiz ile Borçlanılabilir

Otomotiv sektöründe yüksek ciroların yanında düşük karlar ile çalışılıyor. Adeta bir para cambazlığı yapılıyor. Bu açıdan özellikle yetkili satıcılıkta finansman kaynağı yaratmak önemli hale geliyor. Biz önümüzdeki dönemde Türkiye'de faizlerin yükselmesini beklemiyoruz. Önümüzdeki 12 aylık dönemde belki bir miktar daha aşağıya gelebilir ama yükselmeyeceğini öngörebiliyoruz. Bir kere bu finansman ihtiyacı olan firmalar için iyi bir duruma işaret ediyor. Bu da düşük faiz ile kaynak yaratma imkanı sunuyor.

ABD Enflasyon Rakamları Yakından Takip Edilmeli

Şimdilik en azından altı aylık dönemde ABD'de çok ciddi bir faiz artışının olmayacağı yönünde beklentilerimiz var. ABD'de tahvil alım döneminin sonuna geliniyor ama ABD'de henüz parasal sıkılaşma en azından 2014'de olmayacağı gibi 2015'in ilk çeyreğinde olmayacak. Ama sonrası için şu andan bir şey söylemek için çok erken. ABD'de şu anda yüzde 2'nin altında bir enflasyon var. Eğer yüzde 2'nin üzerine çıkarsa bu iş zorlaşabilir, faizler bir miktar yükselmeye başlar. Bu bizim için önemli bir endikatördür. Türk Bankaları ve bazı özel sektör şirketleri yurtdışından çok iyi malîyetlerle borçlanıyorlar.

Şirketler Nelere Dikkat Etmeli?

Şirketler hangi alanda riske maruz kaldıklarını iyi analiz etmeliler ve önlem almalıdırlar. Hammadde fiyatları, faiz hadleri, döviz kurları ilk akla gelen alanlar.



Bu alanlarda oluşacak risklere karşı korunmak için basit ancak etkin enstrümanlar mevcut. Bu alanlara vade uyumsuzluklarını de eklememiz gerekir. Birçok firmanın alacak/borç ilişkisinde vade uyumsuzlukları mevcut. Sattığı maldan elde edeceği gelir ile maliyetleri aynı vadede olmayabiliyor, bu öncelikle faiz maliyeti oluşturabileceği gibi, eğer farklı para birimleri söz konusuysa beraberinde kur riskini de getirmektedir.

Bu durum özellikle otomotiv sektörü ve otomotiv yan sanayi için çok önemli, çok dikkat edilmesi gerekiyor. Biz bu konuda destekler veriyoruz, çok fazla sayıda enstrüman sunuyoruz. Bu konudaki işlemlerin maliyetleri ise ihmal edilebilir düzeyde, ama bu önlemlerin alınmaması durumunda şirketlerin elde etmeyi planladığı karların büyük bir kısmını yitirdiğine malesef şahit olabiliyoruz.

Risklere Karşı Koruma

Bir örnek vereyim . Londra Metal Borsası'nda İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş aracılığıyla bakır kontratı alıp satabiliyorsunuz. Bakır, alüminyum, nikel, çinko, kalay ile ilgili üretici iseniz bunların hepsini kontrat olarak alıp satabiliyorsunuz. Fiziki teslimat dahi mümkün. Bu alnlardaki şirketler için bu çok önemli bir imkan. Hammadde fiyatını dünya fiyatlarıyla hedge edebiliyorsunuz. Çok basit. Bu konuda öneride bulunabiliyoruz, erişimi sağlıyoruz, bilgisayar ekranınıza 24 saat açık elektronik platform koyabiliyoruz. 24 saat teknik danışmanlık sağlıyoruz.

Bayiliklerde neden yabancı yatırımcı yok?

Yabancı yatırımcı ölçek odaklı, mikro işe girmek istemiyor.. İkinci el otomotiv ticareti tarafı ile girişim sermayesi ilgileniyor. Bir dönem filo kiralamalara ilgi oldu. Filo kiralama tarafında yabancı ilgisi de çok gördük. Hala da var.

Yabancılar ölçeğe çok önem veriyorlar. Çünkü bu onlar için aynı zamanda likidite demek. Her yatırımcı için nereye yatırırsanız yatırım, gerektiğinde, likide edebilmek çok önemli.



Yetkili Satıcı Sermayesini Finans Sektörüne Yönlendirse...

Örneğin 30 milyon dolarınız var. Dolar bazında getiri beklentiniz var, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin dolar cinsinden ihraç ettiği 30 yıllık tahvillere yönlendirseniz yıllık getiriniz yaklaşık %5.75- %6 arasında değişir.

Sonuç olarak; ticarete ve sanayide önemli şeylerden bir tanesi mümkün olduğunca ölçek ekonomisi yaratmaya çalışmak, birleşebilmek. Ancak bu Türkiye'de maalesef zor. Ortak iş yapabilme kültürü yaratmak ve onun sonucunda da sermaye piyasalarına girebilmek. Halka açılarak ucuz kaynak yaratmak. Bu sayede kurumsallaşmak. Hesap verebilir noktaya gelmek. <<<

Otomotiv sektöründe yüksek ciroların yanında düşük karlar ile çalışılıyor. Adeta bir para cambazlığı yapılıyor. Bu açıdan özellikle yetkili satıcılıkta finansman kaynağı yaratmak önemli hale geliyor. Biz önümüzdeki dönemde Türkiye'de faizlerin yükselmesini beklemiyoruz. Önümüzdeki 12 aylık dönemde belki bir miktar daha aşağıya gelebilir ama yükselmeyeceğini öngörebiliyoruz. Bir kere bu finansman ihtiyacı olan firmalar için iyi bir duruma işaret ediyor. Bu da düşük faiz ile kaynak yaratma imkanı sunuyor.



Çağrı merkezi
444 9 466



Yepyeni Bir Sistem: HemenGazla.com

Hayalinizdeki araca ulaşmak, hiç bu kadar kolay olmamıştı...

3 aydan 24 aya kadar aracınızı hemengazla.com avantajlarıyla kiralayın, bakım/onarım, sigorta, MTV, lastik değişimi gibi hiçbir gideri dert etmeden hemen gazlayın!



Periyodik Bakım



Taahhüt Vergisi



Lastik Değişimi



Sigorta



7/24 Yol Yardımı



Hasar Yönetimi



Yedek Araç



Park

WEB'DEN
RAHATÇA KIRALA
HEMEN GAZLA!



hemengazla.com'dan
başvurunu yap, uzun dönem
aracını kolayca kirala.



 **HemenGazla.com**

**Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği
Genel Koordinatörü Güray Karaçar:**

"Aile şirketi olmak büyük bir avantaj"

Kurumsal yönetim anlayışının ülkemizde tanınması, gelişmesi ve en iyi uygulamalarıyla hayata geçirilmesi misyonu ile hareket eden Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD), 2003 yılında gönüllü bir sivil toplum kuruluşu olarak kurulmuştur. Adillik, şeffaflık, hesap verebilirlik ve sorumluluk ilkeleri üzerine inşa edilen kurumsal yönetim anlayışının, etki ettiği tüm alanlarda yol gösterici olmayı hedefleyen TKYD, özel sektör, kamu kuruluşları, medya, düzenleyiciler, sivil toplum kuruluşları ve akademik dünya arasında bir iletişim ağı kurarak kurumsal yönetim uygulamalarının gelişmesini hedeflemektedir.

Şirketler için kurumsallaşma bir hedef olmalıdır

Kurumsallaşma kavramı geniş bir kavramdır. Bizim kurumsal yönetim dediğimiz şey, kurumsal yönetim değildir, kurumsallaşma topyekün bir hedeftir. Kurumsal yönetim ise bir araç setidir. Biz beklentileri karşılayacak, belli hedefleri olan belli araçlar var diyoruz. Bu araçları uygulayarak sürdürülebilir, şirketi başarıya götürebilecek bir yapı oluşturulabilir.

Kurumsal yönetim, kurumsallaşmayı yaratacak uygun ortamları sağlıyor. Kurumsal yönetimin adillik, şeffaflık, sorumlu ve hesap verebilir olmak olarak dört tane ilkesi vardır. Bu dört ilkeyi adım adım takip etmek, şirketin itibarını yükseltip, kurumsallaşmaya doğru adımlarınızı emin atmanızı sağlar.

Yönetim uygulamaları konusunda dünyada farklı farklı modeller var. Örneğin Almanya'da biri gözetleyen, öteki ise icra



Kurumsal yönetim, hesap soran ile hesap veren arasındaki ilişkinin sağlanmasıdır. Hesap soran ve hesap veren aynı kişi olamaz. Bu yapılıyorsa o şirket kurumsal değildir. Bunun dışında yönetimle ilgili her şey birer detaydır.

eden olmak üzere iki farklı yönetim kurulu modeli vardır. Japon modelinde hissedarlık yapısı çok farklıdır. Dünyadaki uygulamalara bakarak Türkiye için uygulanacak bir model bulamazsınız. Bizim ülkemizdeki şirketlerde patron hakimiyeti yani yoğunlaşmış bir hisse yapısı bulunuyor.

Biz, Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği olarak kurulduğumuz 2003 yılından bugüne hayati önem taşıyan konuyu Türkiye'ye uygun hale getirmeye çalışıyoruz. Bir şirketin yüzde 95'i bir hissedar tarafından yönetiliyorsa, hissedarlarının en büyük hissesi yüzde 3 olan bir Amerikan şirketiyle aynı uygulamaları yapmasını bekleyemeyiz.

Tek sermaye yapısına sahip şirketlerin en azından ailesine, partnerlerine, tedarikçilerine, müşterilerine karşı şeffaf, hesap verebilir ve adil olması gerekiyor. Bugün İtalya'da bir aile şirketinin ömrü 104 yıldır. Türkiye'de ise 34 yıl ile sınırlıdır. Bu da bizim aile şirketlerimizin bir şeyleri eksik yaptığının göstergesidir. Eksik olan şeyin de kurumsal yönetim olduğu çok aşikardır.

Şirketten ziyade aileyi yönetmek daha zordur

Kurumsal yönetimde biz, esas yönetilmesi gerekenin aile olduğunu düşünüyoruz. Şirketi kurumsallaştırmak kolay, her yerden ulaşabileceğiniz bilgiyle ya da bir danışmanlık hizmetiyle şirketinizi yeniden tasarlayabilirsiniz. Fakat aileyi yönetmek çok zordur.

Ben, genellikle şirketlerin batışını hızlandıranların profesyoneller ya da aile içindeki icracılar olduğunu düşünüyorum. İcrada olmayacak aile üyelerinin anlaşmazlıkları şirketi kötü bir sona götürüyor.

Başında "Öz" ile başlayan kaç tane şirket olduğunu bir düşünün. Baş "öz" ile başlayan şirketlerin tamamı parçalanmış ailelerdir. Bu durum iktisadi olarak daha büyük bir güç olacakken, daha küçük olmakla yetinmek anlamına geliyor. OYDER üyelerine baktığımızda 30-40 yıldır bu sektörde faaliyet gösteren bir çok yetkili satıcılar görürüz. Ama bu gördüklerimiz ayakta kalabilenlerdir. Ayakta kalanların belki 10 katı kadar yok olup gidenler de vardır.



Kurumsal yönetim, gerek tek bir şirket özelinde gerek daha geniş ekonomide kaynakların etkin kullanımını özendirir. Ekonomik sistemin sağlıklı işlemesi için, borç ve özsermaye niteliğindeki kaynaklar, bunları en etkin şekilde yatırıma dönüştüren şirketlere yönelmelidir. Bu açıdan, kurumsal yönetim kıt kaynakların korunmasına ve büyümesine yardımcı olarak, toplumsal ihtiyaçların tatmin edilmesini sağlamaktadır.

İş ve aileyi karışık bir yumak olmaktan çıkarmak için ikiye ayırmalıyız

Zamanında bu konuya gerekli ilgiyi göstermemiş, şirketin ömrünü kendi ömrü ile sınırlı görmüş işletmeler yok olup gitmeye mahkumdurlar. Kurumsal yönetim anlamında OYDER üyelerinin kafasında belki ciddi karışıklıklar olabilir. Bu kafa karışıklığını gidermek için konuyu ikiye ayırmak gerekiyor. Aile ve işi önce ikiye ayrı olgu olarak ele almakta fayda var.

Aile, belli ölçekte işte temsil edilen ve devamlılığı esas olan bir kurumdur. Fakat iş, devamlılığı esas

Aile ve işi önce ikiye ayrı olgu olarak ele almakta fayda var.

Aile, belli ölçekte işte temsil edilen ve devamlılığı esas olan bir kurumdur. Fakat iş, devamlılığı esas olan bir olgu değildir. Bugün otomotivcisinizdir, yarın inşaat sektöründe faaliyet gösterebilirsiniz. Ya da yarın başka bir ülkede şirket olarak faaliyet yürütebilirsiniz. İş kendi içinde yaşayan bir şeydir, keza aile de aynı şekilde yaşayan fakat kendi kültürü olan bir şeydir. Gelenekleri, değerleri vardır. Dolayısıyla işi ve aileyi ikiye ayırarak konuya adım atmak gerekiyor.

olan bir olgu değildir. Bugün otomotivcisinizdir, yarın inşaat sektöründe faaliyet gösterebilirsiniz. Ya da yarın başka bir ülkede şirket olarak faaliyet yürütebilirsiniz. İş kendi içinde yaşayan bir şeydir, keza aile de aynı şekilde yaşayan fakat kendi kültürü olan bir şeydir. Gelenekleri, değerleri vardır. Dolayısıyla işi ve aileyi ikiye ayırarak konuya adım atmak gerekiyor.

Önce bazı soruları sorarak ilerlemek gerekiyor. Gelecekte ortaya çıkacak olan sorunlar “önce aile de mi başlayacak? Ya da işte mi başlayabilir?” sorusunu sormalıyız. Ya da “aile mi daha etken? yoksa iş mi?” kararını vererek kurumsal yönetime başlamalı.

Diyelim ki üç aile bir araya gelerek 5S bir plaza kurdunuz ya da bir yetkili satıcı zinciriniz var. Bu örnekte belli ki sorun aile tarafında çıkacaktır. Her ailenin kendi iç düzenini, kendi aile tarafını çözerek işe başlaması gerekiyor. İş nasıl olsa bir şekilde yapılandırılacaktır. Ya da tek bir aile otomotiv işinde çalışıyorsunuz, oğullarınız, kızlarınız ve profesyonelleriniz var. İşte o zaman işe odaklanarak, ailenin durumunu ise gelecek kuşaklara bırakmalıdır.

Başında “Öz” ile başlayan kaç tane şirket olduğunu bir düşünün.

Başı “Öz” ile başlayan şirketlerin tamamı parçalanmış ailelerdir.

Bu durum iktisadi olarak daha büyük bir güç olacakken, daha küçük olmakla yetinmek anlamına geliyor. OYDER üyelerine baktığımızda 30-40 yıldır bu sektörde faaliyet gösteren bir çok yetkili satıcılar görürüz.

Ama bu gördüklerimiz ayakta kalabilenlerdir.

Ayakta kalanların belki 10 katı kadar yok olup gidenler de vardır.

Elbette bu soruların Hiçbir zaman standart bir yanıtı yoktur.

Diyelim ki üç aile bir araya gelerek 5S bir plaza kurdunuz ya da bir yetkili satıcı zinciriniz var. Bu örnekte belli ki sorun aile tarafında çıkacaktır. Her ailenin kendi iç düzenini, kendi aile tarafını çözerek işe başlaması gerekiyor. İş nasıl olsa bir şekilde yapılandırılacaktır. Ya da tek bir aile otomotiv işinde çalışıyorsunuz, oğullarınız, kızlarınız ve profesyonelleriniz var. İşte o zaman işe odaklanarak, ailenin durumunu ise gelecek kuşaklara bırakmalıdır.

Aile işini çözmenin milyon tane çözümü vardır. Ve herkes kendisi bunu çezecektir. Bu konuda çok iyi niyetli çalışmalar olduğunu söyleyebilirim. Ankara Sanayi Odası, Aile Anayasası örneği adı altında bir çalışma yürüttü. Fakat örnekler üzerinden, boşlukları doldurarak ilerlemek bana göre çok mümkün değildir. Her aile kendi gelenek ve kültürleriyle bir çözüm bulmalıdır.

Size bir örnek vermek istiyorum. 92 üyesi olan bir aile, “Aile Anayasası” oluşturmak için dört yıl uğraşmıştır. Büyükbaba, baba, gelinler, damatlar ve çocuklardan oluşan bu geniş ailenin Anayasa’nın ilk sorusunu tartışması 4 aylarını aldı. Tartışan ilk soru “Aile iş için mi var, iş aile için mi var” oldu. Bu sorunun yanıtını vermeden, Aile Anayasası’na bir satır dahi yazmadılar.

Bunun anlamını daha iyi anlatmak için bir örnek

Diyelim bir şirket kurdunuz, “Bu şirket benim çocuklarımın, torunlarımın istihdam sorunu çezecek” dediniz. Ya da ailem benim güveneceğim kişilerdir, onlara daha fazla para da veririm” dediniz. Başka bir deyişle aile iş için varsa, o zaman farklı bir sürü alternatifi düşünmek zorundasınız. İşin devamlılığını esas alırsınız, işe uygun olmayan aile fertleri dışarıda çalışır.

Kurumsal yönetim için bu başlangıç noktasının bile yeterli olduğunu düşünüyorum. Bu konuya ilgi duymayan ya da özel bir çalışma yapmamış OYDER üyeleri varsa, bu soruları düşünmelerini istiyorum. Çünkü bu sorular bir çıkış noktası bulunmasına katkı sağlayacaktır.



Türkiye’de neredeyse tüm şirketlerin tamamı aile şirkettir. Yabancı şirketler dışında kalan en büyük şirketlerimiz bile tipik birer aile şirkettir. Fakat aile şirketine sahip olmak hiçbir zaman dezavantaj değildir. Aksine çok avantajlı bir durumdur. Kurumsal, çok hissedarlı bir şirketin yönetim kurulu ya da profesyonelleri şirketi hiçbir zaman bir aile şirketinin üyeleri gibi sahiplenemez. Profesyoneller yönetebildiği maksimum zaman dilimine bakarken, aile şirketi bundan 50 yıl sonrası öngörmek ve ona göre şimdiden şekillenmek durumundadır.

vermem gerekiyor. Diyelim bir şirket kurdunuz, “Bu şirket benim çocuklarımın, torunlarımın istihdam sorunu çözecek” dediniz. Ya da ailem benim güveneceğim kişilerdir, onlara daha fazla para da veririm” dediniz. Başka bir deyişle aile iş için varsa, o zaman farklı bir sürü alternatifi düşünmek zorundasınız. İşin devamlılığını esas alırsınız, işe uygun olmayan aile fertleri dışarıda çalışır.

Kurumsal yönetim için bu başlangıç noktasının bile yeterli olduğunu düşünüyorum. Bu konuya ilgi duymayan ya da özel bir çalışma yapmamış OYDER üyeleri varsa, bu soruları düşüncelerini istiyorum. Çünkü bu sorular bir çıkış noktası bulunmasına katkı sağlayacaktır.

Aile şirketi olmak büyük bir avantajdır

Türkiye’de neredeyse tüm şirketlerin tamamı aile şirkettir. Yabancı şirketler dışında kalan en büyük şirketlerimiz bile tipik birer aile şirkettir. Fakat aile şirketine sahip olmak hiçbir zaman dezavantaj değildir. Aksine çok avantajlı bir durumdur. Kurumsal, çok hissedarlı bir şirketin yönetim kurulu ya da profesyonelleri şirketi hiçbir zaman bir aile şirketinin üyeleri gibi sahiplenemez. Profesyoneller yönetebildiği maksimum zaman dilimine bakarken, aile şirketi bundan 50 yıl sonrası öngörmek ve ona göre şimdiden şekillenmek durumundadır.

Aile şirketi olmanın avantajını kullanılır hale getirmek gerekiyor. Geçtiğimiz günlerde Japonya’da 540 yıllık bir aile şirketi satıldı. Düşünebiliyor musunuz 44. kuşak şirketi ciddi bir paraya sattı.



**Zamanında kurumsal
yönetime gerekli
ilgiyi göstermemiş,
şirketin ömrünü kendi
ömrü ile sınırlı görmüş
işletmeler yok olup
gitmeye mahkumdurlar.
Kurumsal yönetim
anlamında OYDER
üyelerinin kafasında
belki ciddi karışıklıklar
olabilir. Bu kafa
karışıklığını gidermek
için konuyu ikiye
ayırarak gerekiyor. Aile
ve işi önce ikiye ayrı olgu
olarak ele almakta fayda
var.**

Tekrar ediyorum, bu 540 yıllık şirket batmadı iyi bir fiyata satıldı.

İktisadi hayataki düzenlemeler, yabancı sermayenin Türkiye’deki yatırımları ve AB uyum süreci şirketlerimizi aslında kurumsal yönetim konusunda bir noktaya getirdi. Bir çok aile farkında olmadan kurumsallaşmanın bir çok aşamasını geçirdi. OYDER üyeleri geriye dönüp baktıklarında, 10 yıl önce şirketlerini nasıl yönetiyorlardı, şimdi nasıl yönetiyorlar daha rahat aradaki farklılıkları görebilirler.

Bizden sonraki kuşağın kurallarını yazmalıyız

OYDER üyelerine tavsiyem, mevcut durum analizlerini yapmalarıdır. İdeal bir kurumsal yönetim modeliyle, mevcut uygulamaları arasında farkların çok da büyük olmadıklarını göreceklardır. Şirket içindeki iyileştirmeleri biraz daha dikkatlice yaparak aileye dönüp sizden sonraki kuşağın yazılmayacak kurallarını yazmaya başlama noktası artık kurumsallaşmayı yapmak anlamına geliyor.

Aile şirketi olmanın avantajını kullanırlar hale getirmek gerekiyor. Geçtiğimiz günlerde Japonya'da 540 yıllık bir aile şirketi satıldı. Düşünebiliyor musunuz 44. kuşak şirketi ciddi bir paraya sattı. Tekrar ediyorum, bu 540 yıllık şirket batmadı iyi bir fiyata satıldı.

TKYD'nin Aile Şirketleri Özdeğerlendirme Aracı var. İnternet sitemizden ücretsiz olarak alıp, oradaki soruları yanıtlayarak kendi yerini görebilir.

Mevcut Durum Analizi'ni yaptıktan sonra bazı eksiklikler ortaya çıkacak. Örnek vermek gerekirse bir aile şirketi bu analizi yaptıktan sonra öne çıkan ihtiyaçlarının çocuklarının eğitimi olarak gördü. "Biz 10-15 yıl daha kardeş ve oğullarla bu işi yöneteceğim" diyerek çocuklardan birini şirketin iç kontrol denetim sistemini kurması için denetim okumaya yönelttiler. Bu bana göre muhteşem bir yöntemdir. Bu konuda bilgili bir aile üyesi yetiştirmeye karar veriyorlar.

Aile nasıl yönetilir?

Üç yaşındaki bebekten 87 yaşındaki kurucusuna kadar 90 üyesi olan bir aile için önce bir aile meclisi oluşturulur. Aile meclisine geçiş kuralları belirlenir. Örneğin, 14 yaşından gün almış,

ailenin onun için belirlemiş olduğu kuralarda mutabık kalmayı kabul etmek gibi kurallar olabilir. Böylece yılda bir kez şirket ile ilgili verilerin paylaşıldığı toplantılara katılınabilir. Aile Meclisi içerisinde çalışma komisyonları kurulabilir. Bunlar adları naif görülsede önemli işleri olan gruplardır. Örneğin gençlik çalışma grubu gibi. Örnekteki mecliste bu gençlik çalışma grubuna bir bütçe veriliyor. Ailenin 20 yaş altındaki gençleri her yıl birlikte belirlenen bütçe ile bir tatil yapıyorlar. Bu bütçe kesinlikle büyük bir bütçe değil, ve yaratıcı olmaları gerekiyor. Bu tatiller esnasında birbirlerini tanıma şansını elde ediyorlar. Çünkü bu gençler 15 yıl sonra şirketin yönetim kurulunda yer alacaklar. Birbirini tanımayan insanların

ileride nasıl karar alabilirler önermesinden yola çıkarak bu işi yapıyorlar. Bunun içinde aslında derin bir felsefe yatıyor.

Sağlık Komitesi var, aslında bu bir Risk Komitesi. Şirketin en önemli yatırımı sırasında aile bireylerinden bir ya da ikisi hastalanabilir. Belki yatırım durdurulup, sağlık sorunları için o para kullanılmak zorunda kalınabilir. Sağlık Komitesi basit olarak üyelerinin her yıl check-uplar yapmasını, sağlık poliçelerinin takibini yapıyor. Bu Aile Meclisi'nin içinden bir Aile Konseyi seçiliyor. Bu Aile Konseyi 5 kişiden oluşuyor, tamamı şirket yönetim kurulunu denetliyor. Bunların içinden belirlenen iki kişi şirket yönetim kurulunda yer alıyor. Bunlar belirli periyotlarda yer değiştiriyor.

Bu Aile Meclisi, aileyi kurguladıktan sonra şirketi yönetmeye yöneliyor. Meclisin ve Konseyin belirlediği iki kişi yönetim kurulunda yer alarak şirketin denetimini gerçekleştirip, aileye bilgi ve hesap veriyor.

Önce bazı soruları sorarak ilerlemek gerekiyor. Gelecekte ortaya çıkacak olan sorunlar "önce aile de mi başlayacak? Ya da işte mi başlayabilir?" sorusunu sormalıyız. Ya da "aile mi daha etken? yoksa iş mi?" kararını vererek kurumsal yönetime başlamalı. Elbette bu soruların Hiçbir zaman standart bir yanıtı yoktur.

Ya da iç denetim konusunda istihdam yapmak gerektiğini bilmek de önemlidir. İç denetimin önemini kavrayarak aile üyeleri TKYD, OYDER gibi sivil toplum kuruluşlarından eğitimler alabilir. Bir başka yöntem de dönemsel danışmanlık hizmeti alınabilir. Kurumsallaşma ve kurumsal yönetim çalışmalarının maliyetli olduğu algısı bana göre çok yanlış bir yaklaşımdır. Kazanımlarını düşündüğümüzde harcadıklarımız hiçbir şey değildir.

Kurumsal yönetimi ihtiyacı zamanla ortaya çıkıyor. Şirketin hacminin belirli bir noktaya ulaşması, aile fertlerinin sayısının artmasıyla beraber ihtiyaç hissedilmeye başlanıyor. Ama kurumsal yönetime bugünden başlayarak o güne hazır olmamız gerekiyor. Bir kurucu, ilkeler bütünü değerler manzumesi hazırlamazsa, kurucunun çocuklarından oluşan aile meclisinin bunları hazırlaması çok daha zordur. Aynı kandan gelmemiz, aynı şeylere inanmamızı ve davranmamızı gerektirmiyor.

Yönetim kurulu anlayışını şirketlerimizde oturtmamız gerekiyor

Şirketin kuruluş aşamasında belli bir noktaya ulaşmak ve çalışmanın başlaması gerekiyor. Önce makul bir iç kontrol sistemi oluşturulmalıdır. Yani iç denetim sistemi çalışmalıdır. Türkiye'de limited şirketlerin ne yazık ki bir yönetim kurulu oluşturması gerekmiyor. Buna rağmen icra kurulu gibi çalışma da bir yönetim kuruluna ihtiyaç var. Yani öncelikle yönetim kurulu anlayışını şirketlerimizde oturtmamız gerekiyor. Bir karar defterinin olması, defterin sabit kalıp insanların bir araya gelmesi önemlidir. Bu basit bir kültürdür, şirketimizde bu kültürü oturtmak geleceğe hazırlanmak konusunda bize ciddi yardımları olacaktır.

Şirketlerimizde iş süreçlerinin yazılması önemlidir

Şirketlerimizin en değerli varlığı babaları ve kurucularıdır. Bu anlamda iş süreçlerinin yazılı hale gelmesi gerekiyor. Bir gün bir çok nedenden ötürü kurucu şirketi yönetemeyecek hale gelecek. Diğer kuşakların, kurucunun şirketi nasıl yönettiğini bilmesi ve hakim olması için yazılı kurallar ciddi derecede önem arz ediyor. Gelecek kuşaklara şirket yönetimini anlatmanın yolu süreç yönetimini yazılı hale getirmekten geçiyor.

Profesyonelleşmek bir aile bireyini yetiştirmekten daha kolaydır

Şirketlerde kuşak geçişlerinde büyük sorunlar yaşanıyor. Her kuşak şirketin içinde yer almak durumunda değildir. Şirket profesyonelleşebilir, fakat yine aile kontrolünde bu yapılabilir. Bu durum şirketi komuta etmeyeceğimiz anlamına gelmiyor.

Teknolojimizi daha da ileri taşıdık. Ama adresimiz değişmedi.

Avek olarak her zaman Audi tutkusu ve müşteri memnuniyetini ilk sırada tutarak çalıştık. Sunduklarımızla yetinmeyip daha dinamik, daha ilerici bir terminal konsepti yarattık. Yenilenen showroom'umuzda Audi R8, Audi S8, Audi RS6, Audi RS7, Audi S5 ve Audi S3 gibi en özel Audi'leri sergiliyoruz. Bizim gibi Audi tutkunu olan herkesi Avek'e bekleriz.



Raporlama, iç denetim ve iç kontrolle şirketi takip edebiliriz. Profesyonelleşmek bir aile bireyini yetiştirmekten daha kolaydır. Hazır, tecrübeye sahip bir profesyoneli istihdam etmek çok daha pratik bir yöntemdir. Öte yandan bu durum daha az maliyetlidir.

Temelde damat ve gelinlerle ilgili şirketlerde çok sorunlar çıkıyor. Sonradan evliliklerle aileye katılanlar aile şirketinde yer alamazlar diye Aile Anayasası'na yazdığında sorunu baştan çözmüş olursunuz. Yüz yıl sonrada bu şirket bu türden sorunları yaşamayacak demektir. Bir başka bakışla sonradan oluşan evliliklere, ailemizin bir ferdidir diye bakarsanız, o zaman ona uygun kuralları yazarsınız.

Şirkette o istihdam için bir gereklilik oluşması, bunun nasıl ölçüleceği, hangi koşullarda çalışabileceği, kandan gelenle dışarıdan gelenin hangi ölçekte şirkete katılabileceğini kurallara bağlayabilirsiniz. Ya da evlilik sözleşmesi denilen bir olgu var. Özellikle bizim ülkemizde buna çok soğuk bakılıyor. Bana göre aileye dışarıdan katılanlar için mutlak bir evlilik sözleşmesi yapılması gerekiyor. Evlilikler olduğu kadar boşanmalar da bir ülke gerçeğidir. Boşanan kişiler tekrar bir evlilik yaptığında bütün o hissedarların şirkete katılımını yönetebilir miyiz? İşte bu türden sorunları şimdiden öngörerek, önlemleri henüz işin başındayken almakta fayda var.

Kırmızı BMW Sendromu

Örneğin bir şirketi üç kardeş yönetiyor. Biri yeni güzel bir ev ya da bir otomobil aldı. Diğer kardeşin ailesi ise “sen ondan daha çok çalışıyorsun, bak o otomobil aldı” diyebiliyor. Buna benzer sorunlar yaşanabiliyor. İşte bu yüzden hissedarlar, batı ekonomilerinde olduğu gibi şirketten bir maa alacaklar, yıl sonunda ciro üzerinden kendilerine düşen payları belirlemek ve ona göre harcamalar yapmak durumundadır. Şirket araçlarının sınıfına kadar yazılı olarak önceden belirlemek bu tür sorunların önünü kesecektir. Aile bireyleri şirketlerinde bir menfaat paketi doğrultusunda ücret alarak çalışmak durumundadırlar. Kısaca şirketin kasasına herkes elini daldırmamalıdır.

Aile Anayasası oluştururken, aile arasında tam konsensus çok önemlidir. Her maddenin altında mutlak bir imza aranmalıdır. “Damat”lar aile üyesi sayılmayacaksa bütün aile üyelerinin o madde altına imza atması gerekiyor.

TKYD hakkında

TKYD'nin faaliyetleri Kuruluşuna kadar Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği, TÜSIAD'ın çalışma gruplarından biri olarak faaliyet gösteriyordu. Tamamen bağımsız bir sivil toplum kuruluşu



olarak 2003 yılında faaliyetlerine başladı. Ana faaliyet konularımızın başında sermaye piyasası gelmektedir. Daha sonra yönetim konusunda sermaye piyasasıyla kısıtlı kalmaktansa; aile şirketlerine, sivil toplum kuruluşlarına, futbol kulüplerine, kamu iktisadi teşebbüslerine doğru faaliyetlerimizi geliştirdik.

Kurumsal yönetim konusunda çok fazla uygulama alanı olduğu ve ülkenin temel eksiklerinden biri olduğundan hareketle giderek faaliyet alanımız genişlemeye başladı. Adillik, şeffaflık, hesap verilebilirlik ve sorumluluk ilkelerini, bugüne kadar Türkiye'nin 38 şehrinde gerçekleştirdiğimiz eğitim seminerleri ve programlarla yaymaya çalıştık.

TKYD olarak bugüne kadar 1620 aile şirketi ile çalıştık. Bu çalışmalarımızda bizim için çok kıymetli ve o kadar çok şey öğrendik. Bu öğrendiğimiz bilgileri rehberlere çevirdik. Aile şirketlerinin ne gibi beklentileri olduğunu ölçmeye çalıştık. Oluşturduğumuz her rehberin bir özdeğerlendirme araç seti de bulunuyor. Buradaki amacımız bunların hayata geçmesi ve işlevsel olmasıdır.

Bütün şirketler ve OYDER üyeleri kurumsal yönetimin bir gereklilik olduğunu biliyorlar. 700 bireysel, 36 adet ise kurumsal üyemiz var. Kurumsal üyelerimiz arasında halka açık şirketler de bulunuyor. Büyük şirketler kurumsal ilkeler hayata geçtiği noktada sağlam bir tedarikçi zinciri oluşacağını biliyorlar. Bunun yanında bilinçli tüketiciye de erişecekler ve pazar ekonomisi daha sağlıklı çalışacak.

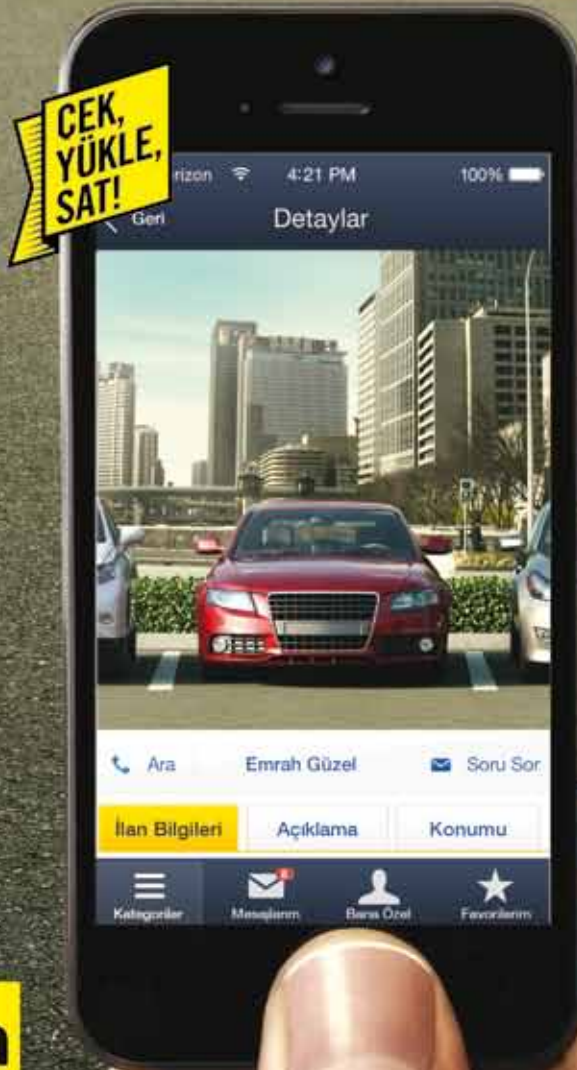
Aynı zamanda kurumsal üyelerimiz arasında aile şirketleri var. Onlarda tamamen kendi süreçlerini, kar amacı gütmeyen bir derneğin yardımıyla gerçekleştirmek için üye oluyorlar.

Derneğe üyelik şartları

Derneğimize bireysel üye olmak için bazı kolaylıklar sağladık. Bunun ana nedenlerinden biri Anadolu iş dünyasının aktörlerinin daha fazla sayıda derneğimize üye olmasını sağlamaktır. Kurumsal üyeliğimizde ise ücret biraz daha yüksektir. Fakat çok geniş kapsamları vardır. Bir yıl boyunca yaptığımız her etkinlikte, kurumsal üyemiz yanımızda yer alır.

sahibinden.com mobil uygulamasıyla

İLAN VERMEK FOTOĞRAF ÇEKMEK KADAR KOLAY



sahibinden.com

Available on the
App Store

ANDROID APP ON
Google play

Biz, hazırladığımız rehberler sayesinde şirketlere yardımcı oluyoruz.

Damıttığımız bu bilgilerle hazırladığımız eğitim programlarıyla destekler veriyoruz. Düzenli gündem toplantıları ve tecrübe paylaşım toplantıları organize ediyoruz. Ayrıca 70'ten fazla üyesi olan bir Aile Şirketi Danışma Grubumuz var. Bu grup örneğin Aile Anayasası çalışması konusunda destek veriyor.

Şirketin kuruluş aşamasında belli bir noktaya ulaşmak ve çalışmanın başlaması gerekiyor. Önce makul bir iç kontrol sistemi oluşturulmalıdır. Yani iç denetim sistemi çalışmalıdır. Türkiye'de limited şirketlerin ne yazık ki bir yönetim kurulu oluşturulması gerekmiyor. Buna rağmen icra kurulu gibi çalışsa da bir yönetim kuruluna ihtiyaç var. Yani öncelikle yönetim kurulu anlayışını şirketlerimizde oturtmamız gerekiyor. Bir karar defterinin olması, defterin sabit kalıp insanların bir araya gelmesi önemlidir. Bu basit bir kültürdür, şirketimizde bu kültürü oturtmak geleceğe hazırlanmak konusunda bize ciddi yardımları olacaktır.

OYDER üyelerine tavsiyem, mevcut durum analizlerini yapmalarıdır. İdeal bir kurumsal yönetim modeliyle, mevcut uygulamaları arasında farkların çok da büyük olmadıklarını görecektir. Şirket içindeki iyileştirmeleri biraz daha dikkatlice yaparak aileye dönüp sizden sonraki kuşağın yazılmayacak kurallarını yazmaya başlama noktası artık kurumsallaşmayı yapmak anlamına geliyor.



Geçmiş yıllarda Aile Anayasası hazırlamış farklı kuşakları temsil eden 6 tane şirket temsilcisi, bunu hazırlama niyetinde olan diğer şirketlere tecrübelerini aktarıyorlar. Halka açık şirketlere ise geniş bir çalışma alanımız var. Borsaya yönelik olarak Kurumsal Yönetim endeksimiz var. Burada 50'den fazla şirket işlem görüyor. Bu durum yabancı yatırımcı için de bir cazibe merkezi haline geliyor.

Yeni Türk Ticaret Kanunu'nda yer alan elektronik genel kurul uygulamasını hayata geçiren ilk ülke olduk. Merkezi kayıt kuruluşuna TKYD olarak 18 ay destek verdik. İkinci düzenlemesi de merkezi kayıt kuruluşuna verildi, yine biz destek olduk. Burada hep şirketlerimizin bir cazibe merkezi olmasını hedefliyoruz. Yatırımcılara, yatırımlarının güvende olduğunu aktarabilmeyi istiyoruz.

Bunun yanı sıra medyanın önemli bir gücü olduğuna inanarak bu sektöre yönelik olarak iki rehber hazırladık. Medya gruplarını ziyaret ederek kurumsal yönetim konusunda bilgilendirmeler yapıyoruz. Öte yandan "Futbol Klüpleri Nasıl Yönetilmeli?" konusunda çalışmalarımız oldu.

Şu anda sivil toplum kuruluşlarına yönelik projeler geliştiriyoruz. Türkiye'de insanlar bir araya gelerek bir şeyleri değiştirebileceklerine inanmıyorlar. Örneğin, otomotiv sektörünün sorunlarını OYDER'in çok daha bilinçli bir üye tabanıyla etkin bir şekilde ele alabileceğimizi biliyoruz. Oysa ben sivil toplum kuruluşları konusunda dünyadaki ender ülkelerden biri olduğuna inanıyorum. Çok az sivil toplum kuruluşu üyeliği bulunuyor. Bu açıdan bu konuda bir proje başlatmış durumundayız.

Kurumsal yönetimin gerekliliği

Kurumsal yönetimin olmadığı durumda, kurucunun kurduğu yapı bir dönem sonra zafiyet yaşamaya başlar. Ondan sonraki kuşakların aynı şekilde işi başarılı bir şekilde sürdürmesi engellenmiş olabilir. Birkaç kurucunun bir araya gelerek oluşturduğu yapı da ise kuruluş büyüdüğünde bir takım iç çatışmalar yaşayabilir. Bu bölünmeleri beraberinde getirebilir. Tüm bunlardan uzak durmak için kurumsal yönetim hayati derecede önem taşımaktadır.

Türkiye’de neredeyse tüm şirketlerin tamamı aile şirkettir. Yabancı şirketler dışında kalan en büyük şirketlerimiz bile tipik birer aile şirkettir. Fakat aile şirketine sahip olmak hiçbir zaman dezavantaj değildir. Aksine çok avantajlı bir durumdur. Kurumsal, çok hissedarlı bir şirketin yönetim kurulu ya da profesyonelleri şirketi hiçbir zaman bir aile şirketinin üyeleri gibi sahiplenemez. Profesyoneller yönetebildiği maksimum zaman dilimine bakarken, aile şirketi bundan 50 yıl sonrası öngörmek ve ona göre şimdiden şekillenmek durumundadır.

Çok yakın bir zamanda kredi kuruluşlarının, kurumsal yönetimi iyi uygulayarak raporlama standartlarını hayata geçiren şirketleri ödüllendirecek sistemler geliştirdiğinin müjdesini burada sizlere verebilirim. Bunu uygulamayan şirketler daha fazla faturasını ödeyecek, uygulayan ise çok ciddi ödüller alacak.

Yine kurumsal yönetim uygulamalarını gerçekleştirmeden ortaklar arasında dengeyi gözeterek makul bir yapı kurduğunuzu varsayalım. Fakat ileride ortakların aileleri arasında yaşayabilecekleri dengeleri kurumsal yönetim ilkeleriyle bertaraf edebilirsiniz. İşin büyümesi koşullarında yabancı bir yatırımcı ihtiyacı duyulduğunda, bu yatırımcı şirketten ne bekler? Bunun cevabı, neden kurumsal yönetim uygulamak zorunda olduğunuzla ilgilidir.

Kredi kuruluşlarının şirketlerden istedikleri temel maddelerden biri kurumsal yönetime bağlılıktır. Kurumsal yönetime bağlılık, işin biraz daha felsefi ve soyut tarafıdır. Yönetim kurulunun çalışması, performans ölçümü, doğru konumlandırma ve bağımsızlık gibi ilkeleri hayata geçirmenin ilk adımı bana göre, kurumsal yönetimle ilgili daha fazla bilgiye ihtiyaç duymakla başlamalı.

Uluslararası ilişkiler

TKYD ilk kuruluş yıllarında Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile bir proje yürüttü. Bu proje Global Compact’ın Türkiye’de tanıtılması üzerinedir. Aynı zamanda bin yıllık kalkınma hedefini de içeriyordu. Bizim ofisimiz aynı zamanda



Şu anda sivil toplum kuruluşlarına yönelik projeler geliştiriyoruz. Türkiye’de insanlar bir araya gelerek bir şeyleri değiştirebileceklerine inanmıyorlar. Örneğin, otomotiv sektörünün sorunlarını OYDER’in çok daha bilinçli bir üye tabanıyla etkin bir şekilde ele alabileceğimizi biliyoruz. Oysa ben sivil toplum kuruluşları konusunda dünyadaki ender ülkelerden biri olduğuna inanıyorum. Çok az sivil toplum kuruluşu üyeliği bulunuyor. Bu açıdan bu konuda bir proje başlatmış durumundayız.

UNDP’nin İstanbul ofisi olarak iki buçuk yıl faaliyet gösterdi. Türkiye’de şirketlerin Global Compact sözleşmesine imza atması için başarılı çalışmalar yürüttük. Daha sonra Türkiye Kalite Derneği bu misyonu üstlendi. Şimdi ise UNDP’nin kendine ait bir sekreteryasıyla ülkemizde hizmet veriyor.

Bu proje TKYD açısından hem bilinirlik hem de bütünsel anlamda çok şey kazandırdı. Bunun ardından Washington merkezli CIPE ile işbirliğimiz başladı. Bu işbirliği ile derneğimizin faaliyetlerini kolaylaştıracak, hem bütçesel hem de bilgi paylaşımı katkısı almış olduk. Anadolu’da yaptığımız 38 ziyaret bu proje ile gerçekleşti. Bu sayede üye aidatlarımızı bu ziyaretlere harcamamış, kaynaklarımızı da etkin kullanmış olduk. Ayrıca bir çok rehberi CIPE desteği ile hazırladık.

Geldiğimiz noktada ise CIPE’nin bölgede yürüttüğü projelerde kendilerine destek veriyoruz. Yani bizim bilgi birikimimiz diğer ülkelerde kullanılabilir hale geldi. Şu anda yayınladığımız rehberlerimiz bölge dillerine çevrilmiş durumdadır.

Diğer bir işbirliğimiz ise Dünya Bankası ve IFC grubudur. Bu proje ile eğitimci eğitimini yürütüyoruz. Şu ana kadar 27 tane TKYD üyesi IFC’den akredite olarak eğitimci yapıyor. Aynı zamanda diğer ülkelerde bizim gibi dernekler arasında elde edilen tecrübe ve birikim paylaşılıyor.



tasit.com kurucusu Birol Kabakoğlu: "Yetkili satıcılar inandıkları noktada ikinci el ticaretini geliştirebilirler"

tasit.com'un işinin özünü bir ilan sitesi olması oluşturuyor

Tasit.com 28 Temmuz 2014'de beşinci yılını kutladı. Pazar şartlarına göre farkındalık yaratacak alanlar görerek, internet üzerinden araç satışı işlevini gören tasit.com'u oluşturduk. tasit.com'un işinin özünü bir ilan sitesi olması oluşturuyor. tasit.com olarak galericilerin, yetkili satıcıların ikinci el otomobil satışını gerçekleştirip, yönetebilecekleri bir yapı oluşturduk. Oluşturduğumuz yazılım sayesinde yetkili satıcılar, stoklarından tutun işin marketing çalışmasına, SMS'lerinden CRM'sine kadar bir çok konuda destek alabiliyorlar.

tasit.com'un yazılım alt yapısı sayesinde yetkili satıcılar gün içerisinde tüm operasyonlarını yönetebilirler. Bunun yanı sıra tekrar satmak için satın almak istediğiniz bir araç ya da satacağınız aracın ortalama fiyatını ve stok süresini takip edebilirsiniz. Sitemiz, satılacak aracın aynı renginden pazarda kaç adet olduğuna kadar arz talep dengesini görebileceğiniz yazılımlarla desteklenmiştir.

Bir ara yüz ile çalışan sitemiz araçlarıyla kar marjlarınızı ayarlarken, aynı zamanda elinizde olan bir aracın arz ve talep dengesindeki değişiklikleri de önceden görebiliyorsunuz. Filolardan geri dönen araçların hangi zaman geleceğine ilişkin bir fikir sahibi olabiliyorsunuz. Filolardan dönecek araçların bilgisini daha önceden biz sisteme girdiğimiz için, yetkili satıcılar bu bilgilere rahatlıkla ulaşabilirler.

Son kullanıcı ile otomotiv sektörü arasında özel bir etkileşim kurmayı amaçlıyoruz

tasit.com otomobil haberleri konusunda bilgiler oluşturuyor. Lansman haberleri dışında otomotiv sektörünün gidişatı hakkında bilgiler verecek veriler sunmaya çalışıyoruz. Bunun yanı sıra test

Taşıt Com Bilgi Hizmetleri Teknoloji ve Tic. A.Ş., "hayalin bir tık ötesinde" sloganıyla sadece taşıt odaklı 2. el online pazar oluşturmak ve ikinci el taşıt piyasasına yepyeni bir soluk getirmek amacıyla 2009 yılında İstanbul'da kuruldu. tasit.com bugün, ister sahibinden ister yetkili satıcıdan ikinci el veya sıfır km araba bulmak isteyenlerin bulunduğu bir platform.



sürüşleri yapıyoruz. Bu sürüşlerin çekimlerini Almanya'da yapıyor, Türkiye'de seslendiriyoruz. Böylece Türkiye'nin şartlarına uygun ciddi anlamda bir video içeriği de oluşturmaktayız. Bu işin stratejik bir boyutunda bulunuyor. Aracını alan ya da satan kişinin, özellikle son kullanıcı açısından alım ve satım işlemini gerçekleştirdikten sonra bizim sitemizden ortalama 2,3 yıl bir ayrılık yaşamış oluyor. Son kullanıcının bu ayrılık noktasında da bizden kopmamasını sağlamak için onlara özel bilgiler verebildiğimiz alanlar oluşturuyoruz. Kısaca son kullanıcı ile otomotiv sektörü arasında özel bir etkileşim kurmayı amaçlıyoruz.

Bu yanı sıra son kullanıcıya krediden tutun, trafik sigortasına, kaskosuna kadar teklif alabileceği hizmetleri de sunuyoruz. Öte yandan kiralama sektörüne de hizmet vermeye başlayacağız. "Tıkla Al" operasyonu kısa süreli kiralama konusunda son kullanıcıya yeni hizmetlerimiz olacak. İş ortaklarımız olan kiralama şirketleriyle önce kısa dönem daha sonra uzun dönem kiralama konusunda yeni fırsatlar yaratmaya çalışacağız.

Yetkili satıcılar internet dünyasının getirdiği yenilikleri kaçırıyorlar

Yetkili satıcılar internet dünyasının getirdiği yenilikleri kaçırıyorlar. E-ticaret platformları artık sıfır araç satacak noktaya ulaşmış durumdadır. Yetkili satıcılar gelecekte belkide sadece teslimat noktaları olarak kalacaklar. Avrupa'ya bakarak, gelişmeleri yakından takip ederek, tasit.com markamız altında yenilikleri geliştirmeyi hedefliyoruz. Belki de üç yıl sonra aracın sadece telefon ile satışının gerçekleştiği bir konuma gelebiliriz. Son kullanıcı internet dünyasının getirdiği yeniliklerden gayet iyi faydalıyor. Bir yetkili satıcıda test ettiği aracı, artık internet ortamında araştırarak en ucuz nerede alabileceği konusunu araştırıyor. Bu açıdan bizim gibi araç ticareti yapan siteler, bir yetkili satıcı yatırımı olmadığı için son kullanıcıya cazip fiyatlarla ürün sunabileceklerdir.

Yetkili satıcılar teknolojik gelişmenin arkasında kalıyorlar

Yetkili satıcıların gelecekte bugünleri dahi aramaması için dünyadaki gelişmelerden haberdar olması gerekiyor. Almanya'da bugün sıfır araçlar internet üzerinden satılabilir. Hatta yüzde 23'e varan indirimlerin uygulandığını takip edebiliyorum. Ayrıca Avrupa'da ve Almanya'da ikinci el otomobil ticaretine büyük bir yatırım yapılmış durumda. Ülkemizde yetkili satıcılar ikinci el ticaretini henüz yeni keşfediyorlar. Avrupa'da leasing tarafının yanında hacim yapılabilecek büyük bir pazar var. Avrupa açık bir pazar haline geldiği için elbette hızlı bir gelişim yaşıyor.



ikinci el garanti sözleşmesi ürünümüzü geliştirdik

tasit.com olarak otomotiv sektöründeki varlığımızı giderek genişletiyoruz. Tüketici kanunun getirdiği ikinci el satışlarda garanti son şeklini vermiş durumdayız. tasit.com markasının altında satılan araçlar için ikinci el garanti sözleşmesi ürünümüzü geliştirdik. Bu ürünü galericiler ya da yetkili satıcılar için markalaştırıp son kullanıcıya sunacağız.

Yetkili satıcıların almış olduğu riskleri bir nebze olsun aşağıya çekebilecek ürünleri tasarlamaya gayret ediyoruz. Aynı şekilde yedek parça tarafında da benzer çalışmalarımız var.

Bellirli bir yaşın üzerindeki araçlar Çekoslavya'ya, Polonya'ya, Ukrayna'ya gidebiliyor. Yani eski araçları dışarıya atabileceği, sıfır araçları cazip kılabilen büyük bir pazara sahip.

Türkiye'nin küçülürken, Avrupa otomobil pazarının büyüdüğü bir yıl yaşıyoruz. Bu yüzden yetkili satıcılar olarak yükselen eğilimleri yakalayıp, alternatif kanalları değerlendirmekte fayda var. En önemlisi de insanların algısını yönetmek gerekiyor.

Distribütörlerin ikinci el ticareti için internet yapılanması

İkinci el ilan sitesinde işin en önemli boyutu, yetkili satıcının ilan girişidir. Diğer taraftan ise yetkili satıcının aracını buradan satabiliyor olmasıdır. Distribütörler açısından izlenen yol bana çok farklı geliyor. Marka bir ajans ile iletişime geçiyor, onlara bir site hazırlatıyor. Burada en büyük sorun bu noktadan itibaren başlamış oluyor. Kreatif ajans IT'dan anladığı kadar, marka otomobilden anladığı kadar bir site ortaya çıkıyor. Sonra bu siteye yetkili satıcıların ilan vermesi için çalışıyorlar. Bayi Geliştirme kanallarıyla yetkili satıcılarını özendiriyorlar. Fakat işin sonucunda bir satış ortaya çıkmıyor. Markalar internet kanalını ya da medyayı kullanarak bir çok para harcamış oluyorlar.

Otomobilci otomobil satmalı, teknolojisini de teknolojiyi bilenle hayata geçirmelidir

Fakat, seri ilancılık işi çok farklı bir iştir. Arz ve talebin bir arada yürümesi gerekiyor. Bunun dışında çoğu markanın yetkili satıcıları ikinci el ticareti yapmadıkları için belli bir hacim de yakalanmıyor. Belli bir hacim olmayınca, aynı oranda bir ziyaretçi kitlesi de yakalanmamış oluyor. Dolayısıyla bu türden girişimlerin trafiği az oluyor. Yetkili satıcı bir ilan ya da iki ilan giriyor, bir sonuç alamıyor. Geri çekilmek durumunda kalıyor.

Keza, bu model Almanya'da, İtalya'da ya da Fransa'da da markalar tarafından denendi. Sonuçta biz ve bizim gibi sitelerle iş ortaklıkları bir noktaya taşınmış oldu. Ya bizim gibi sitelerin sunduğu teknoloji kullanarak siteler oluşturdular. Ya da var olan teknolojilerini bizim gibi sitelere entegre ettiler. Sonuçta biz bir satış kanalı olarak tercih edilmeye başladık. Otomobilci otomobil satmalı, teknolojisini de teknolojiyi bilenle hayata geçirmelidir.

Bizim işimizin ön önemli ayağı kullandığımız yazılımlardır. Yazılımcı iyi bir profesyonel olabilir, fakat bizim işimizde hep seri ilanı hem de otomobili iyi bilmek gerekiyor. Sonuçta bütün bunları birbirine entegre ederek bizim sitelerimiz gibi bir yazılımı ortaya çıkarmak gerekiyor. Örneğin biz, bir ajansla yapılmış çalışmanın sonunda, entegrasyonu nasıl sağlamamız gerektiği konusunda çok fazla çaba harcıyoruz.

Bir dönem gündeme ihale usulu araç satmak gelmişti. Birkaç firma bu işi yapmaya başladı. Markalar, bu firmalara gitmeyip kendi platformlarını kurmaya çalıştılar. Bu işi bir dükkan gibi düşünmek gerekiyor. Müşteriyi çekmek gerekiyor. Markalar yine bu konuda paralar harcayarak yatırım yaptılar, ama sonuçta bir talep yakalanamadı. Büyüme ihtimali olan bir iş büyümemiş oldu. Bir çok insanın bu sistemin çalışmadığı yargısına kapıldığını düşünüyorum. Oysa sadece tecrübe eksikliği bu tür girişimleri baştan yenilgiye mahkum edebiliyor. Bu türden işleri kim iyi yapıyorsa, onlarla işbirliğine giderek geliştirmek bana önemli geliyor.

Yurt dışında yetkili satıcıya gelen araç takasa girdiğinde, 80 bin kilometrenin altındaki araçların bakımları ve check-in'leri yapılıyor. Bu aracı yetkili satıcı kendi üzerinden satışa çıkartıyor. Çoklu

Yetkili satıcılar ikinci el ticaretine inandıkları noktada bu işi geliştirebilirler

Ben yetkili satıcıların ikinci el ticaretine inandıkları noktada bu işin büyüyeceğine inanıyorum.

Bir yetkili satıcı ikinci el ticareti yapmak istiyorsa; bu işi sıfır ticaretinden ayrı düşünmeli. Fakat birbirinin ayrılmaz bir parçası olduğunu bilmesi gerekiyor. Yani ikinci el ayrı bir operasyondur, buradaki ekip en az sıfır ticaretindeki operasyon kadar iyi olmak durumundadır.

sayıda olursa, adetler bazında satışı yapılıyor. Kısaca yurt dışında BtoB satışlar daha çok revaçta.

Sıfır satışı yapılan noktaya tekrar aracınızı getirmelisiniz

Türkiye'de ise BtoB satışların çok iyi ilerlemediğini düşünüyorum. Sıfır satın alınan aracın hemen kullanım sonrası nerede satılacağı kullanıcı açısından bir sorundur. Sıfır satışı yapılan noktaya tekrar aracınızı getirmelisiniz, yani sistemin böyle çalışması gerekiyor.

Yetkili satıcılar bize ilan verdiklerinde hep "bizim bir farkımız gözüksün" diyorlar. Fakat bizim işimizin, işi sadece ikinci el ticareti yapan organizasyonlardan hiçbir farkı yoktur. Aracın resmini çekerken, araç bilgilerini girerken kurumsal bir kimlik çerçevesinde yaklaşmak gerekiyor.

Kendi farkımızı kendimiz yaratmalıyız

İşimizi yaparken önce kendimiz farklılaşmalıyız. İkinci el ticaretinde satılacak aracın çekilen resmi, ona ait bir video çekiciliği artırabilir ve bir farkındalık yaratabilir. Aynı zamanda araca ait yazılan bir yazı bile kendini diğer ilanlardan ayırabilir. Elbette bir çok method geliştirilebilir, fakat bizde hala yetkili satıcılar "ikinci el ticareti yapmalı mıyım? yoksa yapmamalı mıyım?" noktasında duruyor.

İkinci el ticaretine daha fazla yatırım yapmalı

Farkındalık yaratmayı bırakın, ikinci el ticaretini ayrı bir operasyon olarak görme konusunda hala sıkıntılar var. İkinci el ticaretinde iyi iş ortakları ile birlikte çalışmak da işin başka bir tarafını oluşturuyor. Özellikle e-ticaret üzerinden satışlarda, teknolojisine hakim, satış kanalları oluşturabilen iş ortaklarına yönelmeleri gerekiyor.

İkinci el ticaretinin organik büyüyecek bir alan olduğuna inanıyorum. Sürekli gelişmelere açık olan bir alan olarak değerlendirmekte fayda var. Bizler aslında kitabı yazılmamış bir iş yapıyoruz. Yetkili satıcılar ise kuralları yazılmış bir iş yapıyor. İkinci el ticaretinin kendi özgü kuralları var, orta ve uzun vadede bunu keşfederek yapılanmak her geçen gün önem arz ediyor. tasit.com olarak ikinci el ticaretine katkı yapabilmek adına bir kitapçık hazırlıyoruz.

Tüketici algısını yönetmiyor, fiyat üzerinden bakıyoruz

Sıfır otomobil ticaretinde bir daralma yaşanıyor. Otomobil fiyatlarında 2014 yılında ciddi bir artış gözlemlendi. İnsanlar ihtiyacı olmasına rağmen araç satın almalarını ertelemeye başladılar.

Son kullanıcıda fiyat artışındaki psikolojik sınıra alışabilme durumu yaşanıyor. Bu açıdan insanların algısını yönetmek önemli. Hala bazı markalar,

İkinci el ticaretinin büyüyecek bütün ibreler yetkili satıcıyı işaret ediyor

İkinci el finansmanı konusunda bankalar açısından galericilere yönelik olarak ciddi bir güvensizlik söz konusu. Ama yetkili satıcılar açısından böyle bir sorun yok. Buradan, ikinci el ticaretinin büyüyecek bütün ibreler yetkili satıcıyı işaret ediyor. Fakat ikinci el ticaretini şu an da tahmini olarak yüzde 90 galericiler elinde tutuyor.

İkinci el ticaretini kurallarına göre yürüten yetkili satıcıların büyük bir şansının olduğunu düşünüyorum. Stok finansmanı konusunda bankalar, yetkili satıcıların kapısında kuyrağa girecektir. Keza sigorta gibi bir çok konuda yetkili satıcıların avantajı var.

Bugüne geline noktada yetkili satıcılar hep, ana işlerinin sıfır aracı satmak ve servis hizmetini vermek olarak baktılar. Fakat biraz önce bahsettiğim gibi ikinci el araç alan müşteriye sıfır satailecek modelleri kurarak, işi geliştirebiliriz. İkinci el ticaretinde iyi hizmet vermek, samimiyeti kurmak, müşteri beklentisini yakalamak bu işte kazandıracaktır.

fiyatlar ciddi şekilde artmamış gibi davranarak, “şok kampanyalar” yapmaya devam ediyorlar.

Sanırım bizim kültürümüzde fiyat ile rekabet yapmak var. Bir ay önce 40 bin TL denilen bir araca, bir ay sonra “şok kampanya” adı altında 50 bin TL diyerek tüketicinin kafasını karıştırıyoruz. Ayrıca otomobil ticaretinde, tüketici aracı satın alıyor, satıştan sonra iş bitiyor. Satış sonrasında çok da fazla takip edilmiyor. Tüketici günün başında aracı aldığı yer, günün sonunda aracı bırakacağı yer diye düşünmüyor. Tüketicisiyle satıcı arasındaki kopukluk da önemli bir sorun.

Örneğin Almanya'ya baktığımızda bu durumu göremezsiniz. Tüketici aracı satın aldığı yere, günün sonunda tekrar geleceğini bilerek davranır. Önemli bir oranda marka bağımlılığı yaratılmıştır. Ülkemizde a markasını satın alan tüketici yarın b markasının aracını satın alabilir. Böylece a markasından satın aldığı aracı başka bir şekilde değerlendirmek durumunda kalıyor. Türk tüketicisi satın aldığı aracı sonra temsil edebileceği bir nokta olmadığını zaten baştan biliyor ve ona göre davranıyor.

Otomobil ticaretinde 360 derece dönüşü oturtmak gerekiyor. Bir araç satın alındıktan sonra maksimum üç yıl yetkili satıcının servisine gidiyor. Üç yılın sonunda ile el sallamak durumunda kalıyor. Çünkü artık garanti bitiyor, yetkili satıcıya ihtiyacı kalmıyor.

Otomobil üzerindeki en önemli yük vergiler

Almanya'da egzoz salınımıyla ilgili özel bir vergi uygulanıyor. Bu vergi katalizörlerle salınım oranına göre belirleniyor. Araçların salınım oranları EURONCAP tarafından dört sınıfa ayrılmış durumda. Birinci sınıfta yer alan salınım oranına sahip araçları şehir içine giremiyor. Onun dışında oranlara göre şehirleri çemberlerle ayırdılar. İki ve üç belirli oranda şehirlerde belirlenen çemberlere girdiği gibi, 4 sınıfta yer alan salınım oranına sahip araçlar şehir içine girebiliyor.

Bunun dışında ilk üç sınıfta yer alan salınım oranındaki araçlardan çok daha fazla vergi alıyorlar. Bu şekilde araçlar ya şehir dışına çıkmış oldu, ya da trafikten çekildi. Araçlar Euro 4 standardıyla şehir içinde yer almaya başladılar. Almanya'da aracı satın alırken tek bir vergi uygulanıyor. Bir de yol vergisi dediğimiz, yukarıda anlatmaya çalıştığım karbon salınımına göre vergi alınıyor.

Yetkili satıcılar ikinci el ticaretine inandıkları noktada bu işi geliştirebilirler

Ben yetkili satıcıların ikinci el ticaretine inandıkları noktada bu işin büyüyeceğine inanıyorum. Bir yetkili satıcı ikinci el ticareti yapmak istiyorsa; bu işi



İkinci el ticaretinin organik büyüyecek bir alan olduğuna inanıyorum. Sürekli gelişmelere açık olan bir alan olarak değerlendirmekte fayda var. Bizler aslında kitabı yazılmamış bir iş yapıyoruz. Yetkili satıcılar ise kuralları yazılmış bir işi yapıyor. İkinci el ticaretinin kendi özgü kuralları var, orta ve uzun vadede bunu keşfederek yapılanmak her geçen gün önem arz ediyor.

sıfır ticaretinden ayrı düşünmeli. Fakat birbirinin ayrılmaz bir parçası olduğunu bilmesi gerekiyor. Yani ikinci el ayrı bir operasyondur, buradaki ekip en az sıfır ticaretindeki operasyon kadar iyi olmak durumundadır.

İkinci el ticareti yapmak bir yetkili satıcı için ego sorunu olmamalı. Bir galerici gibi ikinci el ticareti yapmak bazen hoşnutsuzluk yaratabiliyor. İkinci el ticaretindeki karj marjlarına bakarak inancını yükseltmelidir. Bunun dışında ikinci el ticaretinin en önemli konusu fiziksel şartları yerine getirmektir. Araçları sergileyebileceği bir alan olmalı, bu alan plazasının arkasındaki bir arsa ya da alan olabilir.

İşin özünde ikinci el ticaretinin yoğunlukla internet satıldığını biliyoruz. Demek ki tüketici, yetkili satıcının ikinci el aracını ilk defa internet görüyor. Dolayısıyla önce buradan tüketiciyi nasıl etkileyebiliriz diye düşünerek farklılık yaratmaya girişmek gerekiyor. İnternet ortamında sergilenen aracın önce resmine bakıyoruz. Bu açıdan yetkili satıcı güzel resim çekebileceği fiziki şartları da sağlaması başka bir noktaya işaret ediyor. Resmi çekilen aracın açık havadaki temiz görüntüsü, açısı tüketiciyi cezbedebilir.

Müşteriyi iyi analiz ederek, onun rahat edebileceği bir ortam yaratmalı

Bunun dışında ikinci el ticareti için bir strateji oluşturmalıdır. Yetkili satıcının kaç bin kilometreye kadar araç satacağını belirlemesi gerekir, yani standartlar oluşturmalı bu çerçevede müşteriyi ilişkiye girmelidir. Yine aynı şekilde ikinci el ticareti yapılan lokasyonda müşterinin kendini iyi hissetmesi gerekiyor. Aynı sıfır ticaretinde olduğu gibi bazı standartlar ve kurallar işletilmelidir.

Müşteriyi iyi analiz ederek, onun rahat edebileceği

bir ortam yaratmalıdır. Yine iyi bir CRM datası oluşturulmalıdır. Yetkili satıcının elinde olmayan bir model istenebilir, dolayısıyla bu veriler sayesinde müşteri istekleri iyi takip edebilir. Ayrıca ikinci el müşteri verileri, sıfır ticareti için anlamlı veriler ve sonuçlar da ortaya koyabilir.

Bizler satış yapmak ile sipariş yapmak arasındaki farkı bilmiyoruz. Satıcı ile sipariş vereni ayırmak gerekiyor, bunun bilincinde olarak çok ciddi müşteri verisi tutmak durumundayız. Shoowromumuzdan içeri giren müşterinin olabildiğince fazla bilgisini almak gerekiyor. Aynı şekilde satış sonrasında da bunu yapmak bana önemli geliyor. Ya da müşteri geliyor, bilgileri yazıyoruz, bunu takip etmedikten sonra da aynı şekilde bilgilerin anlamı olmuyor.

Her sıfır otomobil satın almanın başlangıcı o aracın ikinci elindeki değerinin olup olmaması ile başlıyor. Bu yüzden ikinci el ticaretine yapılan yatırım anlamlı bir yatırımdır. Bunun yanı sıra yetkili satıcıların karlılığına da etki edecektir.

Düşük kar, hızlı sürüm

İkinci el ticaretinde aracı düşük bir fiyata alıp, yüksek bir fiyata satılma beklentisi oluşuyor. Fakat durum artık böyle değildir. Sürüm yapmak, hacim yapmak giderek önem kazanıyor. Düşük kar, hızlı sürüm bir eğilim olarak giderek yükseliyor. İnter dünyası, müşterinin fiyatlara ve araçlara ulaşmasını giderek hızlandırıyor, bu oranda da ikinci el ticaretinde belki kar marjları düşüyor ama hacim yapmak giderek daha kazançlı oluyor.

Artık ikinci el otomobil satışı çok kolay

Kendi farkımızı kendimiz yaratmalıyız

İşimizi yaparken önce kendimiz farklılaşmalıyız. İkinci el ticaretinde satılacak aracın çekilen resmi, ona ait bir video çekiciliği artırabilir ve bir farkındalık yaratabilir.

Aynı zamanda araca ait yazılan bir yazı bile kendini diğer ilanlardan ayırabilir. Elbette bir çok method geliştirilebilir, fakat bizde hala yetkili satıcılar "ikinci el ticareti yapmalı mıyım? yoksa yapmamalı mıyım?" noktasında duruyor.



yapılabilir. Bu açıdan bir tedarik sorunu ortaya çıkıyor. Kar marjının düşmesi, bir sirkülasyonun yaratılmasını zorunlu kılıyor. Sirkülasyonun da en önemli noktası sıfır otomobil satışına bir hazırlık yapmak olmalı. Çünkü müşterinin sahip olduğu aracının verisini tutuyorsunuz. Bu verilerden müşterinin tercihlerini görebiliyor ve ona sıfır otomobil satışına cazip teklifler sunabilir hale geliyorsunuz.

Farklı metodlarla araç satılabilir

Örneğin müşteri sizden A aracının ikinci elini satın aldı. Altı ay sonra bu A aracının sıfırının fiyatını, ikinci el değerini biliyorsunuz. Müşterinin o aracının sıfırını satabilmek için ne kadar kredi çıkmasını gerektiğinin bilgisine de sahipsiniz. Bu şekilde ikinci el müşterisini sıfır otomobil satışına cazip teklifler sunarak yönlendirebilirsiniz. Yani örneğin 15-20 bin TL'ye aracınızı sıfırlıyoruz demek müşteriye her zaman cazip gelebilecektir.

İnternetin var olmasıyla satış şekilleri ve biçimleri de değişiyor. Müşteri yetkili satıcıdan içeri girdiğinde artık bilgi sahibi olarak geliyor. Bu açıdan ilişkiyi çok iyi yönetmek ve takip etmek gerekiyor.

Otomobil ticaretinde personel yapısı çok önemli. Patron ne kadar istesede satışın artması, müşteri ilişkilerinin yönetilmesi, ikinci el ticareti hep aşağıdakilerin motivasyonu ile ilgilidir. Sıfır ve ikinci el ticaretini aynı organizasyon ile yönetmek, çalışanları bir tembelliğe ve motivasyon eksikliğine itiyor. Örneğin patron ilan vermek, ikinci el ticaretinde yol almak istiyor. Çalışanlar ise ilan girmek durumunda, onu güncellemek ona ilişkin verileri tutmak durumunda. Fakat "işimiz çok yoğun", "iş yükümüz fazla" diyerek ötelenmeye çalışıldığını görüyoruz. Bu duruma bakarak, yetkili satıcılar ya çok para kazanıyorlar, ya da iş yapmayı çok sevmiyoruz sonucu ortaya çıkıyor.

Distribütörler belki yetkili satıcı yöneticileri üzerinde büyük bir baskı kuruyorlar. Bir çok konuda markanın DNS sistemi üzerinden raporlama yapılması gerekiyor. Belki de yoğunluktan kastedilen bu olabilir. Sonuç itibarıyla sıfır ticareti ile ikinci el ticaretinin operasyonlarını kesinlikle birbirinden ayırmak gerekiyor. Dışarı bir bütün gibi gözüksede ikisi de ayrı ayrı ele alınması gereken işlerdir. <<<

İkinci el garanti uygulamaları

Yeni tüketici kanunun devreye girmesiyle ikinci el ticaretine garanti verme zorunluluğu getirildi. İkinci el ticaretinde hala gri alanlar olsa da satılan aracın arkasında bir yıl durulması gerekmektedir. Fakat yine de garantinin kuralları çok da belirli değildir. Garantiyi bir hizmet sözleşmesi adı altında asistans hizmeti veren şirketlerin yapması önerildi. Sigortanın bu işin içine dahil edilmemesi düşünüldü.

Asistans şirketlerinin yaptığı hizmet sözleşmesiyle motor, mekanik gibi farklı paketlerle garanti uygulaması yapılıyor. Şu günlerde bu hizmet sözleşmesini tasit. com olarak devreye alacağız. Bu operasyonu yönetecek iş ortaklarıyla işbirliklerimizi gerçekleştirdik. Biz işin operasyonel tarafında yer almıyoruz. Biz bir platform olarak çeşitli özelliklerdeki garanti sözleşmesini pazarlayacağız. Biz son kullanıcıya polişe tarzında hizmet sözleşmesini seçenekleriyle beraber sunmuş olacağız. Öte yandan tüketici herhangi bir yerden aracını satın aldığı anda artık bunu garanti kapsamında alıyor. Bir sözleşme yapılmadığı takdirde bilirkişiler aracılığıyla araçta çıkabilecek sorunlar zaten garanti kapsamında değerlendirilecektir. Biz işi muğlakta bırakmamak için garanti hizmet sözleşmesini sunarak, müşterinin aracında çıkacak olası sorunları güvence altına almayı hedefliyoruz.

2. EL OTOMOBİL DEYİNCE TÜRKİYE OTOMOL'U BİLİR, OTOMOL'A GÜVENİR.



Kurumsal 2. el otomobil piyasasının yükselen değeri Otomol, garantili, güvenli ve zahmetsiz alım-satım imkanı sunuyor, hızla büyüyen yetkili satıcı ağıyla Türkiye'ye yayılıyor. Otomol 2. el otomobilde her geçen gün Türkiye'nin vazgeçilmezi oluyor.

www.otomol.com | 0212 409 09 09



OTOMOL

İSTANBUL Genel Merkez (Merter) - Scala Otomotiv (Ümraniye), ADANA Günay Otomotiv, ANTALYA Üçyılmazlar Otomotiv, BODRUM Otomol, BURSA Şentürkler Otomotiv, İZMİR ATM Otomotiv, HATAY Günay Otomotiv, KAYSERİ Nur Otomobil, SAMSUN ADR Otomotiv, SİVAS HB İnoto

TÜSİAD Konjktür Raporu Yayınlandı

Türkiye ekonomisinin 2014 yılında yüzde 3.4 büyüyeceğini öngörülüyor

TÜSİAD'ın makroekonomik tahlil ve tahmin çalışmalarını içeren raporun ilk sayısında riskler ve fırsatlar odağında Türkiye ekonomisi değerlendirildi ve TÜSİAD'ın makroekonomik tahminlerine yer verildi.

TÜSİAD'ın makroekonomik tahlil ve tahmin çalışmalarını kamuoyuna yansıtmak amacıyla hazırlanan TÜSİAD Konjktür Raporu'nun ilk sayısı yayınlandı. Ulusal hesaplar istatistiklerinin açıklanmasını takiben hazırlanan rapor, TÜSİAD'ın Komisyon ve Çalışma Grubu faaliyetleri yanı sıra, TÜSİAD üyelerinin katılımıyla gerçekleşen makroekonomik eğilimler anketi sonuçlarını ve Genel Sekreterlik ekonomik araştırma çalışmalarını yansıtıyor. Rapor, küresel makro gelişmeler ile Türkiye ekonomisindeki gelişmeleri ve bunlara yönelik politika tepkilerini iş dünyası perspektifinden değerlendiriyor.

Raporun ilk sayısında dünya genelinde risk algısındaki bozulmaya dikkat çekildi. Bu kapsamda, FED'in yakın dönemde faiz artırımına gitmesi veya ABD ve diğer gelişmiş ekonomilerde devam eden "soluksuz" hisse senedi piyasası yükselişlerinin ivme kaybetmesi gibi nedenlerle, gelişmekte olan ekonomilere yönelik risk iştahında bozulma ihtimali vurgulandı.

Raporda, bu ihtimalin, Türkiye açısından ciddi risklerin başında geldiği belirtildi. "Küresel finansal varlık fiyatlarında ani ve sert düzeltme" anlamına gelecek bu riske karşılık, para politikasını gevşetmeyen, bütçe disiplini koruyan bir politika anlayışının önemi vurgulandı.



İmalat Sanayi ve Alt Sektörleri	İmalat Sanayi Üretim Endeksi (Y/Y %)						İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%)					
	Oca.	Şub.	Mar.	Nis.	May.	Haz.	Oca.	Şub.	Mar.	Nis.	May.	Haz.
İmalat Sanayi	7.4	4.0	4.3	4.0	0.8	1.5	73.9	73.3	73.1	74.4	74.4	75.3
Gıda Ürünleri	14.3	6.7	6.6	6.4	-1.0	2.7	72.1	72.3	69.9	70.6	70.3	71.1
İçecek	-6.1	2.7	-0.7	6.2	-8.5	3.8	58.8	53.8	58.2	60.6	63.4	62.5
Tütün Ürünleri	-15.2	1.2	14.3	4.6	11.6	21.9	70.4	74.1	70.7	67.3	68.3	73.4
Tekstil Ürünleri	5.6	3.3	4.0	3.6	-1.5	1.2	79.7	79.7	79.0	80.2	81.3	81.2
Giyim Eşyası	-3.3	-6.3	-3.9	3.0	1.2	0.3	76.9	76.9	76.4	78.2	79.2	78.2
Deri ve İlgili Ürünler	17.3	4.5	-9.5	-1.6	-17.0	-8.2	64.4	65.0	63.4	65.1	64.4	65.8
Ağaç ve Mantar Ür. (mob. hariç)	8.6	8.9	6.4	18.7	8.4	15.2	76.8	74.9	75.0	78.2	79.4	78.7
Kağıt ve Kağıt Ürünleri	10.4	12.7	8.7	6.4	5.0	5.2	79.1	80.7	81.2	81.3	82.4	81.4
Kay. Medya Bas. ve Çoğal.	5.8	1.9	7.3	3.9	-10.1	-3.8	70.3	67.0	68.3	67.1	72.8	73.1
Kok K. ve Rafine Petrol Ürün.	-7.4	8.6	15.3	-7.3	-23.9	-15.6	71.7	57.0	65.0	69.4	67.9	63.6
Kimyasal Madde Ürünleri	13.7	9.8	3.8	6.3	4.6	8.9	76.5	77.2	80.2	78.6	80.2	79.0
Temel eczacılık ürün. ve ilgili malz.	16.1	7.1	12.6	3.1	15.4	3.0	72.9	72.7	72.7	73.7	74.5	73.2
Plastik -Kauçuk Ürünleri	8.8	2.5	6.7	8.4	2.8	4.7	73.0	73.4	72.5	72.9	74.4	75.6
Metalik Olmayan Diğer Min. Mad.	11.7	12.1	7.4	4.5	1.0	-4.3	75.7	76.0	75.4	77.6	78.5	80.1
Ana Metal Sanayi	7.6	0.0	-0.2	1.7	5.3	-0.3	75.4	75.9	74.3	72.2	71.9	75.0
Metal Eşya Sanayi (mak. teç. hariç)	4.8	3.8	4.7	-3.7	1.8	6.4	70.5	72.1	72.1	71.6	71.8	72.0
Bilgisayar, Elektronik ve Optik Ürün.	26.3	44.8	30.9	25.6	27.0	-19.4	87.0	86.7	87.0	85.0	85.7	87.9
Elektrikli teçhizat	6.7	3.3	4.7	-7.2	-4.1	1.6	70.3	72.1	72.3	75.9	74.8	78.0
Makina ve Teçh. (başka yerde sınıf.)	14.3	7.5	3.8	5.1	-2.0	-0.7	77.9	77.8	78.3	79.8	80.1	80.1
Motorlu kara taşıtı, trey. ve yarı trey.	-6.1	-6.8	1.2	6.8	1.1	1.3	73.8	64.8	66.6	68.7	65.5	68.2
Diğer Ulaşım Araçları	16.4	-18.3	-18.3	5.1	1.0	11.7	63.8	67.9	66.1	69.9	68.2	67.3
Mobilya, Diğer İmal. (başka yer. sınıf)	17.2	17.5	3.2	7.9	1.9	4.9	69.1	69.8	71.0	72.0	72.2	73.2
Diğer İmalatlar	-11.6	-10.6	14.1	-4.0	-13.5	-16.3	53.8	55.0	54.0	56.9	55.2	54.7
Makine ve Ekipman. Kurul. ve Onarı.	29.0	38.1	19.3	38.0	5.8	19.0	77.5	77.9	68.8	76.4	69.5	75.2

Raporda ayrıca, dünya ekonomisi için olduğu kadar Türkiye ekonomisi için de büyük önemi olan jeo-politik risklerin, iç-dış talep arasında dengelemeyi ve büyümeyi "doğrudan" tehdit ettiği ifade edildi.

TÜSİAD Konjonktür Raporu'nda, Şubat 2014'ten sonra gelişmekte olan ekonomilere yönelik sermaye akımlarındaki düzelmenin, Euro Bölgesi'ndeki görece toparlanmanın ve son dönemde büyümede sağlanan istikrarlı patikanın Türkiye ekonomisi için sağladığı fırsat penceresine de dikkat çekildi. Raporda bu fırsat aralığında, atılacak doğru makroekonomik politika adımlarının, yapısal reformlar için zaman ve enerji kazandırabileceği vurgulandı. Enflasyon ve cari açık gibi önemli iki makro dengesizliğe yönelik doğru politika adımları sayesinde, istikrarlı bir büyüme patikası elde edilebileceğine dikkat çekildi.

TÜSİAD Konjonktür Raporu'nda ayrıca, Türkiye ekonomisine ilişkin büyüme, dış denge, sanayi üretimi, işsizlik, dış ticaret, mali politikalar ve para politikaları gibi alanlardaki gelişmeler değerlendirildi. Söz konusu tahliller çerçevesinde gelecek 4 döneme ilişkin tahminler ortaya koyuldu. TÜSİAD Makro Modeli kapsamında hazırlanan önümüzdeki dört çeyrek döneme ilişkin senaryo analizleri ve tahminler, "temel senaryo" dahilinde Türkiye ekonomisinin 2014 yılında yüzde 3.4 büyüyeceğini öngörüyor.

Dünya Ekonomisi

Satın Alma Yöneticileri Endeksleri'ne (PMI) göre, gelişmiş ekonomiler genelinde, ekonomik

Raporda, Türkiye ekonomisine ilişkin büyüme, dış denge, sanayi üretimi, işsizlik, dış ticaret, mali politikalar ve para politikaları gibi alanlardaki gelişmeler değerlendirildi. Söz konusu tahliller çerçevesinde gelecek 4 döneme ilişkin tahminler ortaya koyuldu. TÜSİAD Makro Modeli kapsamında hazırlanan önümüzdeki dört çeyrek döneme ilişkin senaryo analizleri ve tahminler, "temel senaryo" dahilinde Türkiye ekonomisinin 2014 yılında yüzde 3,4 büyüyeceğini öngörüyor.

görünümdeki iyileşme devam etmektedir. Özellikle, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki iyileşme, bir yıla yakın bir zamandır, kararlı ve güçlü bir seyir izlemektedir.

Japonya'da, Şubat ayında başlayan güç kaybı, Nisan ve Mayıs'ta üretimde daralma işaretlerine dönüşse de, Haziran'da yeniden genişleme bölgesine geçmiştir. Diğer yandan, Almanya ve bu kapsamda Euro Bölgesi'ndeki güç kaybı devam etmektedir. ABD cephesinde ekonomik aktivitenin güçlenmesi, Avrupa ve Japonya'daki yetersiz toparlanmayı dengelemekte, böylelikle de, küresel ekonomide, Aralık 2012'den beri süregelen genişleme bölgesindeki yatay seyir, 20 aydır kesintisiz olarak devam etmektedir. Her ne kadar Avrupa için krizin tamamen geride kaldığını söylemek için yeterli veri bulunmasa da, anlık veri ve habere duyarlı dünya ekonomisinde toparlanmanın giderek güçlendiği ifade edilebilir.

Sanayi üretimi

Sanayi üretimine ilişkin temel göstergelerden, üretim endeksi ve kapasite kullanım oranı verileri imalat sanayi ve alt sektörleri itibarıyla incelendiğinde, yılın ilk yarısındaki gelişmelerin, tüm alt sektörlerle yayılan, büyük ölçüde ortak bir yapı ortaya koyduğu anlaşılmaktadır.

Sektörel analiz için geliştirilen tablonun ilk bölümünde imalat sanayi üretim artışları yer almakta ve maviden kırmızıya olan renk geçişleri, yıllık yüzde 3.2 ortalama etrafında, üretim artışlarının yüksekte düşüğe sıralanmasını ifade

etmektedir. İkinci bölümde ise, kapasite kullanım oranları bulunmakta ve maviden kırmızıya renk geçişleri, ilgili sektörün 2008 yılı Ağustos ayı kapasite kullanım oranına olan uzaklığını resmetmektedir. Bu çerçevede, tablonun ikinci bölümünde, kapasite kullanım oranları açısından koyu maviye gidiş, 2008 Ağustos değerinden yukarı yönde uzaklaşmayı, koyu kırmızıya gidiş ise, bu değerden aşağı yönde uzaklaşmayı betimlemektedir.

Mavinin ısınmayı, kırmızının ise soğumayı ifade ettiği bu ısı haritası, 2014 yılı ilk çeyrekte, alt sektörlerin büyük bölümünde ortalama üzerinde büyüme kaydedildiğini, ikinci çeyrekte ise imalat sanayinde genele yayılan hafif bir “soğuma” olduğunu ortaya koymaktadır. Kapasite kullanım oranı ısı haritası ise, birçok alt sektörde 2008 Ağustos ayı kapasite kullanım oranlarından uzak olunduğuna işaret etmektedir. Diğer yandan, Mayıs ayında, sektör genelinde ve alt sektörlerdeki görece “düşük kapasite oranları”, Haziran ayında artış göstermemektedir.

Dış ticaret

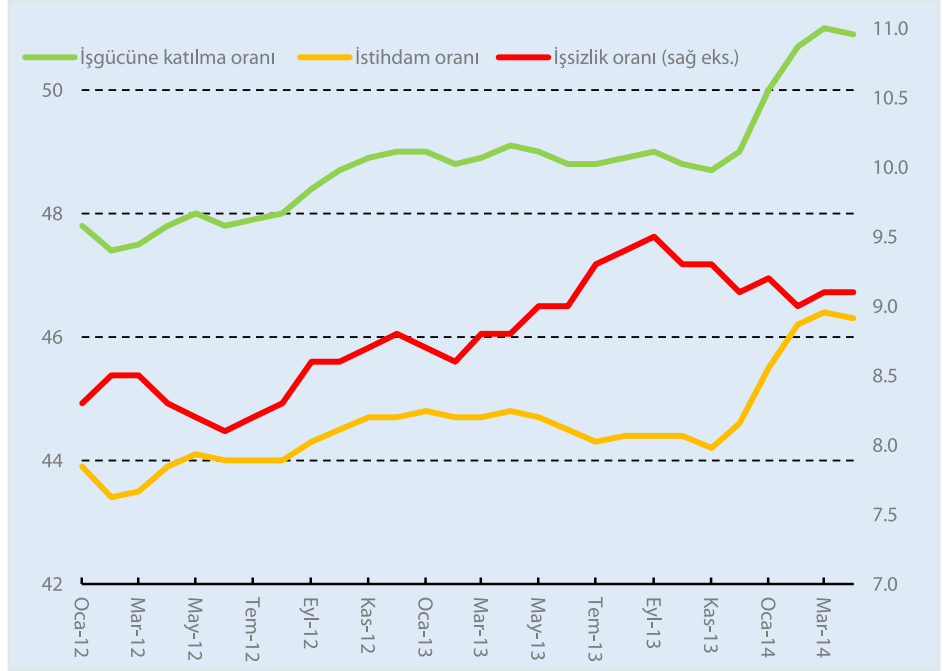
Reel kur endeksinin 2013 yılı ikinci çeyrekte 118 civarında olan değerinden, belirgin bir değer kaybıyla, 2014 ilk çeyrekte 102 seviyesine gerilemesi, ihracat ve ithalat arasında önemli ölçüde dengelemeye olanak sağlamıştır. Özellikle, reel ithalatın bir göstergesi kabul edilen ithalat hacim endeksi 2014 ilk beş ayında, bir önceki yıla göre önemli düşüşler göstermiştir. İhracat hacim endeksindeki artış ise, 2013 yılı Kasım ayından sonra belirgin hale gelmiş ve bu dönemde reel ihracatta, yüzde 14'lere varan artışlar kaydedilmiştir. Yüzde 14 seviyesinde ihracat artışının kaydedildiği 2014 yılı Mart ayında, ithalattaki yıllık azalış yüzde 1'de kalmakla beraber, neredeyse tamamen ihracatın katkısıyla ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 74'e yükselmiştir.

AB pazarındaki performansın toplam ihracatı sürdürülebilir yüksek bir büyüme patikasına oturtması için yeterli olup olmayacağı ise, yakın gelecek için önemli bir sorudur. Yukarıdaki grafiklerden görüleceği üzere, mevcut koşullarda ihracatta büyüme performansını belirlemede, Türkiye'nin AB dışında kalan diğer ticaret ortakları görece daha ağırlıklı bir öneme sahiptir. Uzun bir dönemdir, yakın coğrafyada oluşan jeo-politik riskler, bu gruba yapılan ihracatın artış hızını olumsuz etkilemektedir. Nisan 2013'ten beri negatif büyüme rakamları kaydedilen, bu grupta, Ocak 2014-Nisan 2014 arası kısıtlı büyüme gözlenirken, Mayıs ve Haziran aylarında büyüme negatif olmuştur.

Yakın bölgelerdeki sorunlar ve riskler AB dışı ülkeler grubuna ihracatı daha da olumsuz

İSTİHDAM

Şubat 2014 ve sonrasında geçerli olmak üzere, yeni nüfus projeksiyonları ve yeni işgücü anketi düzenlemeleri kapsamında yayımlanmaya başlayan işgücü istatistikleri, Ocak 2014-Şubat 2014 döneminde işgücüne katılma ve istihdam oranı serilerinde belirgin sıçramalar ortaya koymaktadır. Son bir yıllık dönemde, işsiz sayısındaki yıllık artış oranının ortalama yüzde 12 civarında direncini korumasına rağmen, aynı dönemde Türkiye ekonomisi, 1.5 milyona yakın istihdam yaratmıştır.



şekilde etkilemez, AB pazarında yakın zamanda bir bozulma olmaz, reel kur yüksek enflasyon nedeniyle hızlı bir yeniden değerlendirme sürecine girmez ve ihracat üretimi daralan ithalat nedeniyle kısıtlanmazsa, gelecek bir yıl içerisinde, AB pazarında direnç kazanan performansın, ihracatı daha yüksek bir büyüme patikasına oturtabileceğini söylemek mümkündür. Ancak, bu patikanın sürdürülebilirliği, burada sayılan tüm varsayımlarla güçlü bir şekilde ilişkilidir ve bu varsayımların uzun bir süre geçerli olması ihtimali oldukça düşüktür.

İstihdam

Mevsimsel etkilerden arındırılmış verilere göre, Haziran 2012-Eylül 2013 döneminde yüzde 1 puana yakın artış gösteren işsizlik oranı, Eylül 2013 sonrasında düşüş eğilimine girmiştir. Şubat 2014 ve sonrasında geçerli olmak üzere, yeni nüfus projeksiyonları ve yeni işgücü anketi düzenlemeleri kapsamında yayımlanmaya başlayan işgücü istatistikleri, Ocak 2014-Şubat 2014 döneminde işgücüne katılma ve istihdam oranı serilerinde belirgin sıçramalar ortaya koymaktadır. Avrupa Birliği İstatistik Ofisi (Eurostat) standartlarına uyum çerçevesinde yapılan değişikliklerin başında,

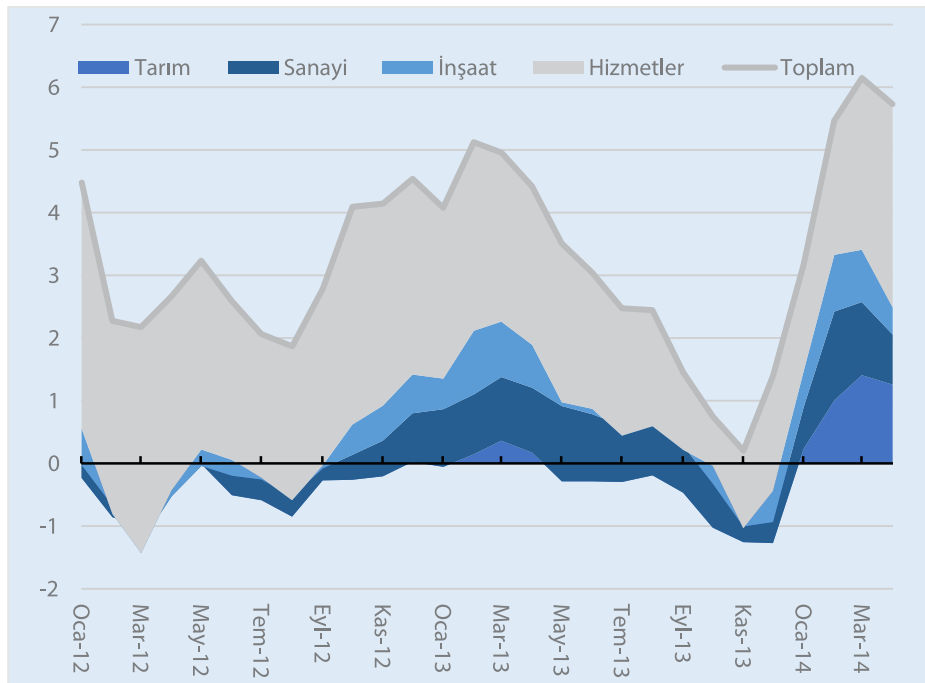
işgücü anketlerinin yapıldığı referans haftası ve işsizlik kriterine ilişkin değişiklikler gelmektedir. Yeni düzenleme nedeniyle oluşan ve tanımları oldukça farklı iki serinin birleştirilmesi neticesinde ortaya çıkan bu farkların, konjonktürel olarak değerlendirilmesi anlamlı olmayacaktır.

İstihdam ve sabit fiyatlarla katma değer arasındaki ilişkiye bakıldığında ise, istihdam başına katma değer 2011 üçüncü çeyrekte 4,900 TL (sabit fiyatlarla GSYH/toplam istihdam) etrafında seyretilmektedir. 2008 yılı ilk üç çeyrekte, 5,050 TL civarında olan istihdam başına katma değer, son dönemlerde düşmüş olması ekonomide üretkenlik artışı açısından dikkatle değerlendirilmesinde fayda vardır. Diğer yandan, bu oranın tersini düşündüğümüzde, mevcut verimlilik yapısının sürdürülebilir olduğu varsayılırsa, istihdama bir kişi eklemek için görece daha düşük büyümenin yeterli olduğu söylenebilir. Ancak, burada önemli olan düşük büyüme ile istihdam artışlarını korumanın ne kadar sürdürülebilir olduğudur. Özellikle artan genç nüfus ve artan işgücüne katılım dikkate alındığında, büyüme esnekliğindeki bu görece artışın, işsizlik sayılarını ve oranını bugünkü düzeylerinde tutmaya yeterli olabileceğini söylemek kolay olmayacaktır.

İşgücü istatistiklerinde yöntem değişikliğinin diğer bir yansıması ise, kent ve kır ayrımında veri sunumuna ara verilmiş olmasıdır.

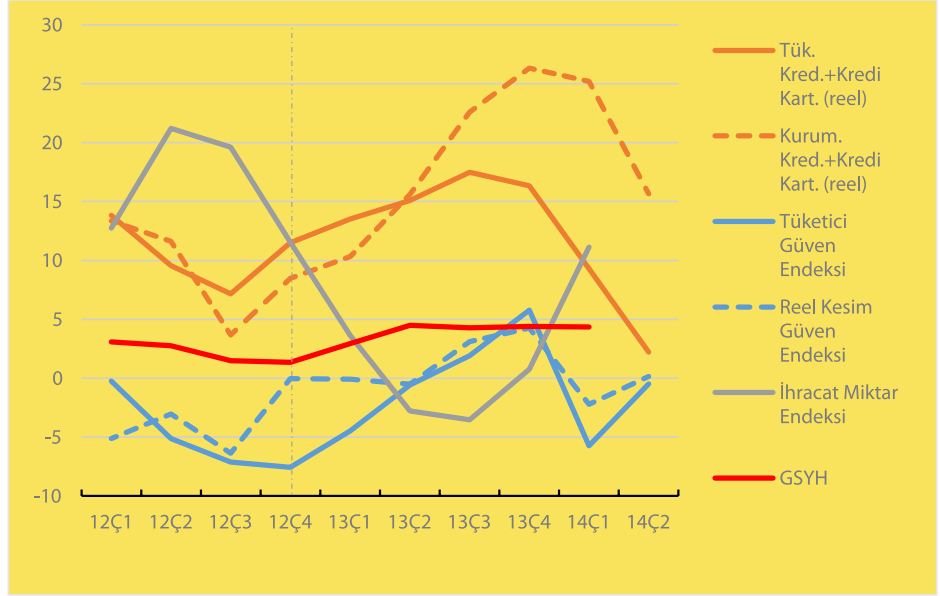
Talep göstergeleri

Yurtiçi talebin kontrolü amacıyla kredi genişlemesine yönelik olarak BDDK tarafından alınan önlemler, 1 Şubat 2014 tarihinde yürürlüğe



TALEP GÖSTERGELERİ

Şubat 2014'te yürürlüğe giren kredi genişlemesine yönelik önlemler yılın ilk yarısında etkili olmuştur. Alınan önlemler, tüketici güvenliğini etkilemiş ve tüketici güven endeksi, 2014 yılı birinci çeyrekte, bir önceki yıl aynı döneme göre, yüzde 5.7 düşüş göstermiştir. Diğer yandan, önlemlerin reel kesim (şirketler) üzerine yansımalarının, yılın ilk çeyreğinde, reel kesim güven endeksinin düşüşüne katkı sağladığı düşünülmektedir.



girmiştir. Temel olarak, alınan önlemler, genelde tüm harcama grupları için kredi kartı ile taksitlendirme süresinin sınırlandırılması ile bazı harcama grupları için tamamen engellenmesini; tüketici kredilerinde ise kredi teminat oranları ile vadelerin azaltılmasını amaçlamaktadır. Önlemlerin yürürlüğe girmesiyle, 2013 yılı son çeyrekte cari fiyatlarla yüzde 25 olan tüketici kredileri ve kredi kartları yıllık artış hızı, 2014 yılı ilk çeyrekte, yüzde 18'e gerilemiştir. Asıl yavaşlama ise 2014 yılı ikinci çeyrekte olmuş ve yıllık nominal artış hızı, yüzde 12'ye düşmüştür. Grafikte yer aldığı üzere, tüketici kredileri ve kredi kartlarının yıllık reel artış hızları benzer bir eğilimle, 2013 dördüncü çeyrekte yüzde 16'dan, 2014 birinci ve ikinci çeyreklerde, sırasıyla, yüzde 9 ve yüzde 2'ye gerilemiştir. Kurumsal krediler ve kredi kartlarındaki ivme kaybı, alınan önlemlerin hedeflediği gibi, görece daha azdır.

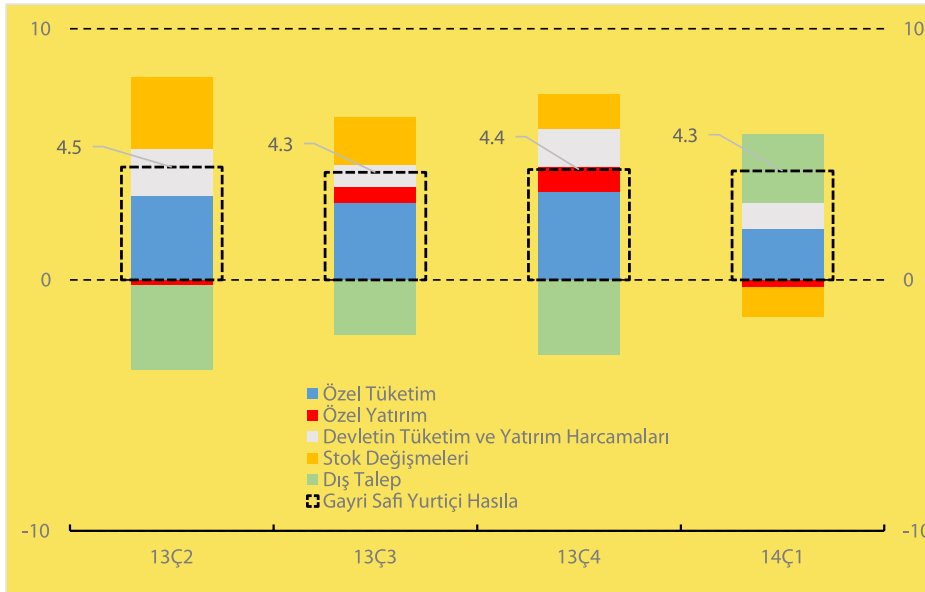
Büyüme

Gelişmekte olan ekonomilere ilişkin küresel risk algısının önemli ölçüde bozulduğu ve bu ülkelere yönelik sermaye akımlarında ani duruş ve çıkışların olduğu 2013 ikinci yarısı ve 2014 birinci çeyrekte, Türkiye de küresel dalgalanmadan kendi payına fazlasıyla almıştır. Ayrıca, Türkiye'nin iç siyasi belirsizlikleri ve makro politikada arayış süreci, küresel türbülansın etkilerini daha da belirgin hale getirmiştir. Bu etkilere karşı, 2013'ün son

aylarında alınmaya başlanan, vergi, para politikası ve kredi tedbirleri, toplam talebi kısıtlayıcı yönde belirli ölçüde etkili olmuştur. Ancak, tüm bu sorunlara karşın, tam da bu dönemde, Türkiye ekonomisi, yakın tarihindeki en istikrarlı büyüme dönemlerinden birini yakalamıştır. 2004 üçüncü çeyrek ve 2005 üçüncü çeyrek arasındaki dönemde 0.36 olan büyümenin standart sapması, 2013 ikinci çeyrek-2014 ilk çeyrek arasında 0.1 gibi düşük bir değere gerilemiştir. Böylelikle, bu dönemde yıllık büyüme yüzde 4.4 etrafında dirençli ve istikrarlı bir patika ortaya koymuştur.

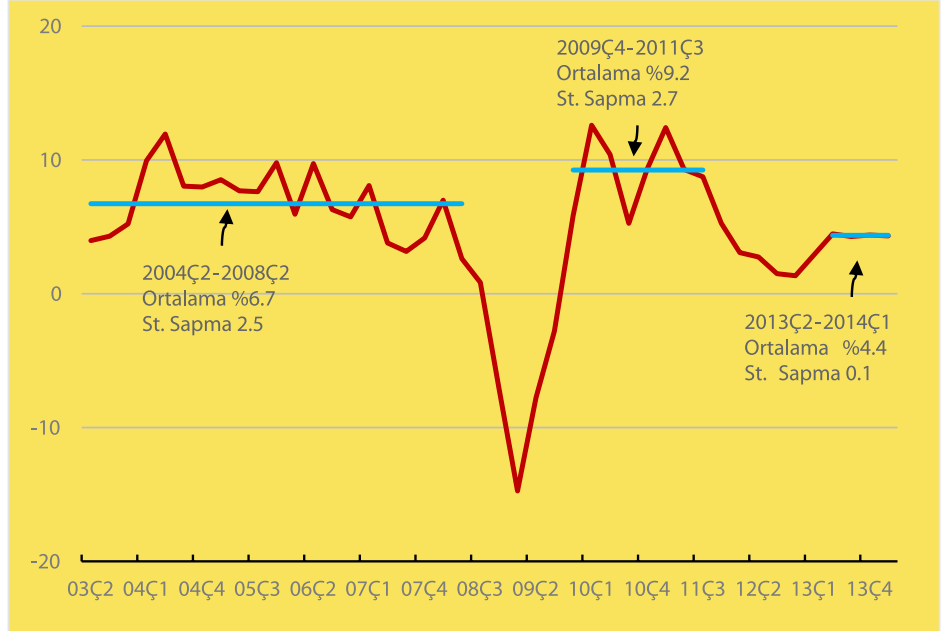
Yılın ilk çeyreğinde, dışarıda artan jeo-politik risklerin, içeride ise siyasi belirsizlik ve talebin kontrolünü hedefleyen politika önlemlerinin etkilerine rağmen, dış talep ve iç talep büyümeye pozitif ve dengeli biçimde katkıda bulunmuş ve büyüme, 2013 son üç çeyrekteki direncini korumuştur.

İç talebin yüzde 4.3'lük büyümenin 2.8 puanını oluşturduğu söz konusu dönemde, hanehalkı tüketiminin büyümeye katkısı 2.1 puan, kamu tüketiminin katkısı ise 0.9 puan olmuştur. Tüketim büyümesinin oldukça gerisinde kalan yatırım harcamaları, 2014 yılı ilk çeyrekte bir önceki yıl aynı döneme göre küçülme gösterirken, yatırım harcamalarının büyümeye katkısı -0.1 olmuştur. Kamu yatırım harcamaları, büyümeye 0.2 puan pozitif katkı sağlarken, özel sektör yatırımlarının -0.3 puan düzeyindeki negatif yönlü etkisini dengelemiştir. Diğer yandan, yılın ilk çeyreğinde, stok değişimleri (istatistiki hata kalemi dahil) büyümeye -1.2 puan katkı yapmıştır. Böylelikle 2013 yılı son üç çeyrek boyunca devam eden "stoğa üretim" eğilimi sona ermiş ve 2014 ilk çeyrekte, talebin üretimden fazla olması nedeniyle "stoktan kullanım" gerçekleşmiştir.



BÜYÜME

2013 yılı ikinci yarıda, Gelişmekte Olan Ekonomileri olumsuz etkileyen sorunlara ve iç siyasi belirsizliklere karşın, bu dönemde, Türkiye ekonomisi, yakın tarihindeki en istikrarlı büyüme dönemlerinden birini yakalamıştır. 2004 üçüncü çeyrek ve 2005 üçüncü çeyrek arasındaki dönemde 0.36 olan büyümenin standart sapması, 2013 ikinci çeyrek-2014 ilk çeyrek arasında, yüzde 4.4'lük bir ortalama etrafında, 0.1 gibi düşük bir değere gerilemiştir.



2013 yılının son üç çeyreğinde 5.3 puan etrafında seyreden iç talep katkısının, 2014 yılı birinci çeyrekte 2.8 puana gerilemesi, dış talep katkısının, 2012 yılı son çeyreğinden bu yana ilk kez pozitif yönde olması sayesinde, önemli ölçüde tazmin edilebilmiştir. Avrupa ekonomilerindeki toparlanmanın giderek daha fazla hissedilir olması, AB dışı temel ihracat pazarlarındaki jeo-politik risk temelli kayıpların aşılmasında önemli bir faktör olarak gözükmemektedir. Bu dengeleme, mal ve hizmet ithalatındaki büyümenin önemli ölçüde yavaşlamasının da katkısıyla, dış talebin katkısını 2.7 puana yükseltmiştir.

GSYH rakamları üretim tarafından değerlendirildiğinde; 2014 yılı birinci çeyrekte, tarım sektörünün büyümeye katkısı 0.2 puan olurken, sanayi sektörünün 1.4 puan, inşaat sektörünün 0.3 puan, hizmetler sektörünün ise 2.5 puan katkı sağladığı gözlenmektedir.

Fiyat İstikrarı

2014 yılı Nisan-Temmuz döneminde ikincil piyasa ve politika faizi arasındaki negatif yönlü farkın giderek daralması ve Temmuz ayında aylık enflasyon oranındaki sıçrama dikkate alındığında, enflasyonda düşüş eğilimi belirginleşmeden ve dış

koşullar yeterince destekleyici duruma gelmeden, iç talep için alan yaratılmasının enflasyon hedefine yaklaşmayı zorlaştıracak anlaşılmaktadır. Diğer yandan, kamu maliyesinin de, “gevşetici” olmayan “disiplinli” politika duruşu benimsenmesi, para politikasının etkililiği ve enflasyonla mücadele için önem arz etmektedir.

Finansal istikrar

Kredi kartları ve kredilere ilişkin olarak BDDK tarafından hazırlanan makro-ihtiyati tedbir kapsamındaki mevzuat değişiklikleri, 31 Aralık 2013 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanmıştır. Yönetmelik hükümlerine göre, 1 Şubat 2014 tarihinde yürürlüğe giren tedbirler, genelde tüm harcama grupları için kredi kartı ile taksitlendirme süresinin sınırlandırılması ile bazı harcama grupları için tamamen engellenmesini; tüketici kredilerinde ise kredi teminat oranları ile vadelerin azaltılmasını amaçlamaktadır.

Önlemlerin yürürlüğe girmesiyle, 2013 yılı son çeyrekte cari fiyatlarla yüzde 25 olan tüketici kredileri ve kredi kartları yıllık artış hızı, 2014 yılı ilk çeyrekte, yüzde 18’e gerilemiştir. Asıl yavaşlama ise 2014 yılı ikinci çeyrekte olmuş ve yıllık artış hızı, yüzde 12’ye düşmüştür. Kurumsal krediler ve kredi kartlarının yıllık artış hızındaki yavaşlamanın kısıtlı kalması neticesinde, toplam kredi hacmi artışı yüzde 20’ler seviyesinde tutunmuş gözükmektedir.

Riskler

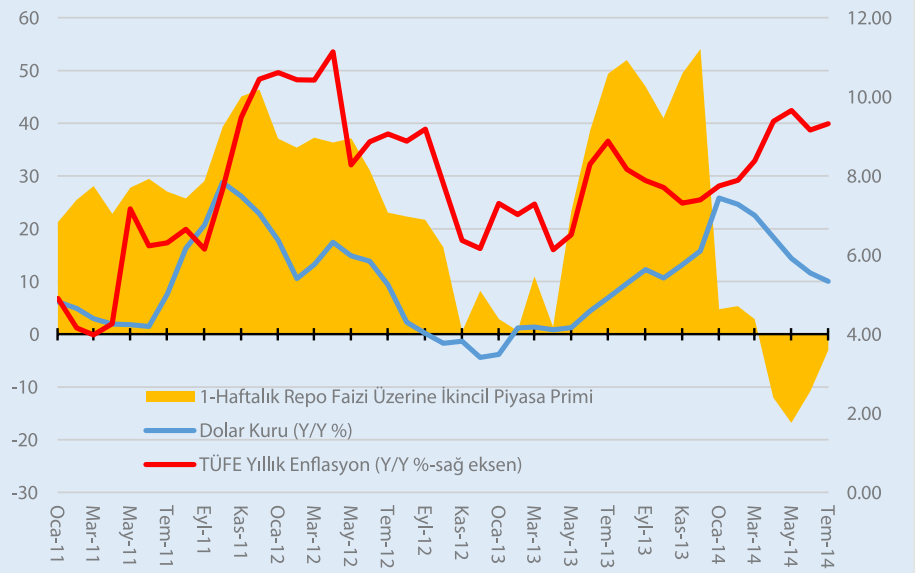
Küresel ekonomi açısından risklerin en başında, küresel likidite bolluğunun neden olduğu “risklerden habersiz, halinden memnun olma” durumu gelmektedir. 2013 yılının ikinci yarısında kırılan ülke sıralamaları, 2014 yılında yeniden büyüme sıralamalarına dönüşmüştür. Hemen her türlü riskli, standart altı varlık piyasalarda alıcı bulabilmekte, birbirinden tamamen farklı değerlemelere sahip olması gereken ülkeler, şirketler ve diğer finansal varlıklar; benzer fiyatlamalara konu olmaktadır. Bu “kendinden hoşnut” hali bozabilecek, Fed’in çıkış stratejisi değişikliği, gelişmiş ekonomilerin hisse senedi piyasalarında büyük ölçekli düzeltmeler gibi riskten kaçış sinyalleri, başta Türkiye ve gelişmekte olan ekonomiler olmak üzere dünya ekonomisi için büyük bir risk yaratmaktadır.

Fırsatlar

Fed Federal Açık Piyasa Komitesi (FOMC)’nin Temmuz ayı toplantısında, tapering sürecinde ve faiz artırımına ilişkin takvimde beklenenden farklı bir değişikliğe gitmemiştir. Sürdürülebilir borçlanma dinamikleri gereği, reel faizlerin, büyüme oranının altında seyretmesi ihtiyacı, mevcut ABD enflasyon ve büyüme oranları

FİYAT İSTİKRARI

Politika faiz oranlarının, piyasa faiz oranlarına tepki vermesi, enflasyon hedeflemesi açısından önemlidir. 2014 yılı Ocak ayında, Para Piyasası Kurulu ara dönem toplantısında alınan kararlar sonucu, piyasada oluşan risk primlerine tepki verilmesi, Türk Lirası üzerinden gözlenen risk algısını kısa sürede düzeltmiştir. Kur geçişkenliği nedeniyle, bu tepkinin enflasyona yansımaları 3 aydan fazla sürse de, TL’deki değer kaybının kısıtlanması ve ekonomi geneline “sıkı politika” sinyalleri gönderilmesi, belirli bir dönem sonra enflasyonu yavaşlatmaktadır.



karşısında, kısa sürede faiz artırımlarını

güçlendirmektedir. Küresel risk iştahı ve likidite için bir “sinyal” niteliği taşıyan faizlerin, bir süre daha artmayacak olması, gelişmekte olan ekonomiler için kısa süreli de olsa önemli bir fırsat teşkil etmektedir.

Gelişmekte olan ekonomiler başta olmak üzere dünya genelinde riskli varlıklara yönelik risk iştahındaki artış, GOE’lere ve Türkiye’ye dış kaynak temini ve yapısal reformlar için zaman ve alan yaratma anlamında fırsat sunmaktadır.

2014 yılı Cumhurbaşkanlığı Seçimleri sonrası siyasi belirsizliklerin azalması, Türkiye’nin riskli varlıklara olan küresel yönelimden daha fazla pay almasını sağlayacaktır. Özellikle, “büyümeye yatırım” şeklindeki hisse senedi portföy hareketlerinin Türkiye’nin büyüme hikayesini benimsemesi, Borsa İstanbul’un ve İstanbul Finans Merkezi’nin gelişimi için önemli bir fırsat oluşturacaktır.

Son dört çeyrek boyunca istikrarlı bir patikaya oturan büyüme, küresel sorunlara, iç siyasi belirsizliklere, dış denge ve fiyat istikrarı sorunlarına karşın direncini korumaktadır. Büyüme yüzde 4 etrafındaki direnci korunurken, enflasyon ve cari açık sorunlarında iyileşme sağlanması, Türkiye’nin makro politika itibarını artıracak ve kırılmalıklarını azaltacaktır. <<<

Raporun Riskler başlıklı bölümünde, küresel ekonomi açısından risklerin en başında, küresel likidite bolluğunun neden olduğu "risklerden habersiz, halinden memnun olma" durumunun geldiği belirtilerek, 2013 yılının ikinci yarısında kırılan ülke sıralamalarının 2014 yılında yeniden büyüme sıralamalarına dönüştüğü ifade edildi.

Arjantin'in iflası Türkiye'yi nasıl etkiler?

Arjantin'in vadesi gelen 1,3 milyar dolarlık tahvil borcu nedeniyle iflasa düşmesi, gelişmekte olan ülkeleri de tedirgin ediyor. Deutsche Welle Türkçe'nin Aram Duran imzasını taşıyan haberine göre piyasalar, Arjantin'in bu duruma geleceğine önceden hazırlıklı olsa da; bundan sonra aralarında Türkiye'nin de bulunduğu gelişen ülkelerin uluslararası piyasalarda borçlanma konusunda daha fazla zorlukla karşılaşma tehlikesi artıyor.

En çok borç ödeyen ülke

En son 2001 yılında iflas eden ve 100 milyar dolar tutarındaki dış borcunu ödememe kararı alan Arjantin, o günden beri ekonomisini diriltmeye çalışıyor. Son 10 yılda 170 milyar doların üzerinde borç ödeyen Arjantin, IMF verilerine göre de şu anda dünyanın en fazla borç ödeyen ülkesi konumunda. New York'ta Arjantin ve alacaklıları arasında geçen müzakerelerin tıkanması sonrasında kameralar karşısına geçen Arjantin Ekonomi Bakanı Axel Kicillof, ülkenin iflasa düştüğünü açıkladı. Hemen ardından kredi derecelendirme kuruluşu Standars&Poor's Arjantin'in kredi reytingini CCC -/C'den "Selective Default"a (tercihli temerrüt) indirdi. Bu not derecesi, borçlarının faizleri ile birlikte ödeyemeyen ülkeler için kullanılıyor.

"Borçlanma şartları değişecek"

Arjantin'in iflasının gelişmekte olan ülkeleri nasıl etkileyeceğine dair Deutsche Welle'ye açıklamalarda bulunan Hürriyet Gazetesi yazarı ekonomist



Arjantin'in iflası, aralarında Türkiye'nin de olduğu gelişmekte olan ülkelerin borçlanma kriterlerini sertleştirebilir. Ekonomistler, "Piyasalarda borçlanmak artık o kadar kolay olmayabilir" yorumunda bulunuyor.

Uğur Gürses, "Kısa ve orta vadede Arjantin nedeniyle Türkiye gibi ülkelerde olumsuz bir etki yaşanmayacağını söyleyebiliriz. Ama ileriki zamanlarda borçlu ülkelerin daha fazla zorlanacağı, borç bulmanın ve yeniden yapılandırmanın kısıtlanacağı bir sistem olacaktır" diyor. Arjantin'in mevcut mali durumu ile uluslararası piyasalarda borç bulamayacağını dile getiren Gürses, "Bu bir teknik iflastır ve Arjantin bunu son 60-70 yılda defalarca yaptı. Bu hataların bedelini ödüyor. Evet, akbaba fonların varlığı bir gerçek ama Arjantin birçok kez bu yöntemi kullandı. Türkiye ise Osmanlı'dan beri hiç böyle bir duruma düşmedi. Borçlandı ama borçlarını ödedi" diye konuşuyor. Yine de önümüzdeki dönemin küresel borçlanma hukukunda yeni bir kapı açacağının altını çizen Uğur Gürses, "Sonuçta bu Türkiye gibi gelişen ülkeler için zorlu bir kapı olacak. Borçlanan ülkelerin işi kolay olmayacak artık" diyor.

"Sistemde tartışılan bir sorun"

Bir başka görüşe göre ise Arjantin'in iflası, Türkiye gibi ülkeler açısından şimdilik kayda değer bir önem arz etmiyor. Bahçeşehir Ekonomik Araştırmalar Merkezi (BETAM) Uzman Araştırmacısı Dr. Zümrüt İmamoğlu, "Arjantin, borç ödeyememe konusunda sabıkalı bir ülke" diyor. Uzun yıllar piyasaların dışında kalan ülkenin son birkaç yılda tekrar borçlanma şansına kavuştuğuna ancak yine temerrüde düştüğüne dikkat çeken İmamoğlu, "Bu aslında sistem açısından da ciddi bir sorunu gözler önüne seriyor. Borcunu ödemeyen ülkeye yaptırım uygulanamıyor. Ödeme koşulları ile ilgili yeni düzenlemelere ihtiyaç oluyor. Tıpkı Yunanistan örneğinde olduğu gibi" diye konuşuyor. ABD ikinci çeyrek büyüme verilerinin beklentileri aşarak yüzde 4 olarak açıklanması ve ABD Merkez Bankası Fed'in tahvil alım programı ile ilgili gelişmelerin Türkiye ve benzeri ülkeler açısından çok daha önemli olduğunu ifade eden İmamoğlu, "Şu an gelişmekte olan ülkeler Arjantin'e değil, ABD'ye tepki veriyor" diyor. <<<

Hürriyet Gazetesi yazarı ekonomist Uğur Gürses, "Bu bir teknik iflastır ve Arjantin bunu son 60-70 yılda defalarca yaptı. Bu hataların bedelini ödüyor. Evet, akbaba fonların varlığı bir gerçek ama Arjantin birçok kez bu yöntemi kullandı. Türkiye ise Osmanlı'dan beri hiç böyle bir duruma düşmedi. Borçlandı ama borçlarını ödedi" diye konuştu.

Araç Muayene öncesi araç sahiplerinin yapabileceği 10 basit kontrol

TÜVTÜRK, muayene öncesinde, araç sahiplerinin kendilerinin de kolaylıkla yapabileceği 10 basit kontrolü kamuoyuyla paylaştı.

Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'nın belirlediği standartlarda tüm ülke çapında araç muayene hizmeti veren TÜVTÜRK, muayenesi yapılmış, bakımları tam olan bir aracın, sadece kullanıcısının değil trafikteki diğer araçların ve yolcuların da güvenliğini artırdığına dikkat çekiyor.

Bir çok aracın, kolayca giderilebilecek sorunlar nedeniyle araç muayenesinden kaldığının ve muayene tekrarına getirildiğinin altını çizen TÜVTÜRK, araç sahiplerinin kendi kendilerine kolayca yapabileceği bazı basit kontrolleri paylaştı. Bu basit kontroller sonrasında tespit edilen kusurların giderilmesiyle araçların basit nedenlerle muayeneden kalmasının ve muayene tekrarı için bir daha muayene istasyonuna getirilmesinin önüne geçmek mümkün olabilir.

İşte muayene öncesi yapılabilecek 10 basit kontrol:

- 1- Aracınızın tüm ön ve arka aydınlatma sistemleri, sinyaller, iç aydınlatma ve geri vites lambası çalışır durumda olmalıdır.
- 2- Aracınızın ön ve varsa arka cam yıkama sistemleri çalışır durumda, aynaları da eksiksiz ve hasarsız olmalıdır.
- 3- Emniyet kemerlerinin, tam ve çalışır durumda olması gerekmektedir.
- 4- Aracınızda, yangın tüpü, ilk yardım çantası, 2 adet üçgen reflektör gibi araç ekipmanlarının trafik güvenliği açısından bulundurulması gerekmektedir.
- 5- Trafik ve Tescil Belgeleri'nde belirtilen "Şasi Numarası"nın aracın gövdesi üzerinde belirtilen numaralarla aynı ve tam olması gereklidir.
- 6- Lastiklerinizde yarık, yırtık, kesik olmamalıdır.
- 7- Aracınıza LPG, CNG veya LNG monte ettirdiyseniz, mutlaka tadilat muayenesi ile ruhsata işlenmiş olmalıdır.



8- Traktör römorkları, römork ve yarı römork kamyonların arkasında uygun arka işaret levhası takılı durumda olmalıdır.

9- Minibüs ve otobüs araç sahipleri, araçlarda, acil çıkış levhalarının ve yeterli adette acil çıkış çekicinin bulunup bulunmadığını kontrol etmelidir.

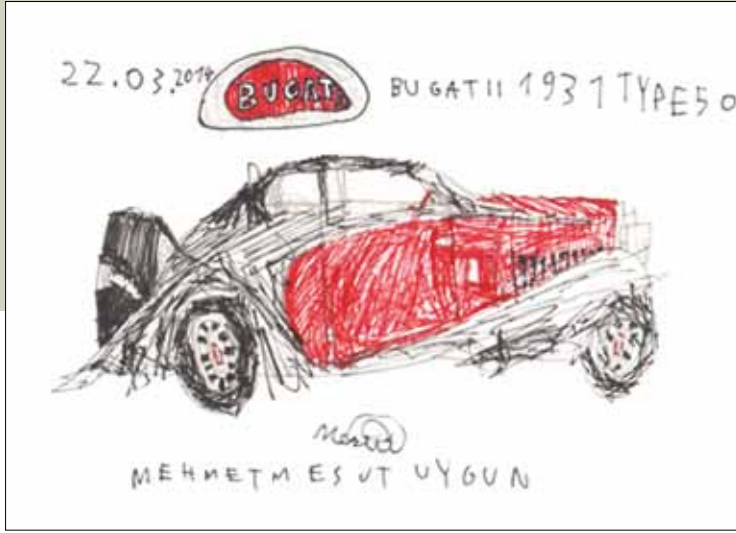
10- Kamyon, römork ve yarı römorkların arkasında ve yanında çepeçevre ve/veya boylamasına uygun reflektif şeritler takılı durumda olmalıdır.

Asıl kontrol muayenede uzmanlarca yapılır

TÜVTÜRK, araç sahiplerinin kendilerinin yapacakları kontroller sonrası tespit edecekleri kusurların tamamen giderilmesinin araçlarının muayeneden mutlaka geçeceği anlamına gelmeyeceğini, muayene sırasında sadece TÜVTÜRK'ün teknisyenleri tarafından tespit edilebilecek farklı kusurların da her zaman olabileceğinin unutulmaması gerektiğini ayrıca vurguladı.

Araç sahipleri, muayene ile ilgili her türlü bilgi ve ücretsiz randevu için TÜVTÜRK'ün resmi internet sitesi www.tuvturk.com.tr veya müşteri hizmetlerinin 0 850 222 88 88 numaralı telefonundan yararlanabiliyor..





Bir çocuğun araç tasarımcısı olma hayali

Üç yıldır çizdiği araba resimleri babası tarafından gönderildiği dünyaca ünlü araba tasarımcılarından takdir alan atipik otistik Mehmet Mesut Uygun, ünlü bir araba tasarımcısı olmak istiyor Baba Arif Sami Uygun: "Mesut'un çizdiği resimleri dünyaca meşhur araç tasarımcılarına gönderdiğimde, resimlere çok ilgi gösterdiler. Oğlum, karikatür kursuna da gidiyor. 'Üç boyutlu araba tasarımı yapacağım, tasarımcı olacağım' diyor"

Üç yıldır çizdiği araba resimleri babası tarafından gönderildiği dünyaca ünlü araba tasarımcılarından takdir alan 11 yaşındaki atipik otistik Mehmet Mesut Uygun, ünlü bir araba tasarımcısı olmak istiyor.

Ailesinin rahatsızlığını 4 yaşındayken fark ettiği Uygun, bir süre özel eğitim sınıflarında öğrenim gördü. Şu anda ise tam kaynaştırma eğitimi alan Uygun, 8 yaşından beri araba resimleri yapıyor.

Baba Arif Sami Uygun, AA muhabirine yaptığı açıklamada, oğlunun çizdiği araba resimlerini dünyaca ünlü Türk ve yabancı araba tasarımcılarına gönderdiğini söyledi.

Resimlerle ilgili Peter Schreyer, Chris Bangle, Ian Callum, Tom Tjaarda, Jason Castriota gibi dünyaca ünlü isimler ile Murat Günak, Hasip Girgin, Uğur Şahin gibi Türk araba tasarımcılarının da takdir mektubu gönderdiğini anlatan Uygun, "Ford Otosan tarafından Mesut, Gölcük'e davet edildi. Orada çizdiği araba resimleri çok takdir edildi. Isuzu

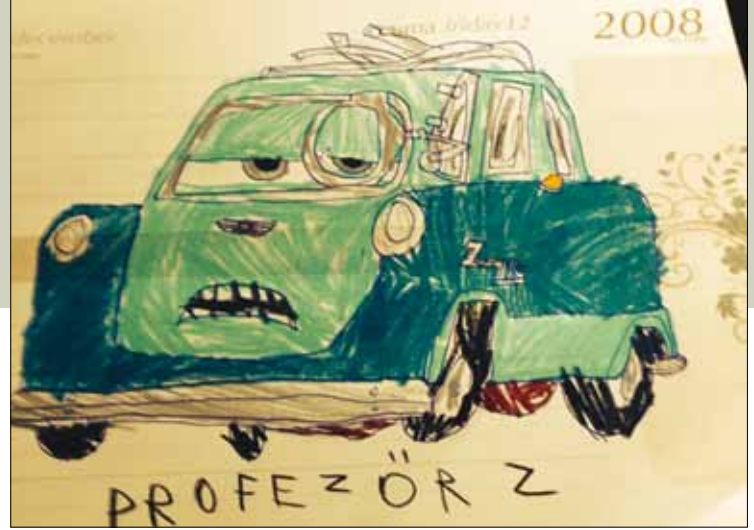
tarafından 2014 İstanbul Busworld Turkey Fuarı'na da davet edildi" dedi.

"Normal öğrenciler gibi imtihana giriyor ve geçiyor"

Uygun, eşinin oğlunun rahatsızlığını hiçbir zaman kabul etmediğini ifade ederek, "Ben bu hastalıkla ilgili çok kitap okudum. İki yıl önce emekli oldum. Zamanımın çoğu oğlumla geçiyor. Bir psikologdan daha iyi biliyorum artık bu rahatsızlığı" diye konuştu.

Atipik otistik kişilerin garip korkuları olduğunu dile getiren Uygun, şöyle devam etti: "Bu hastalığın





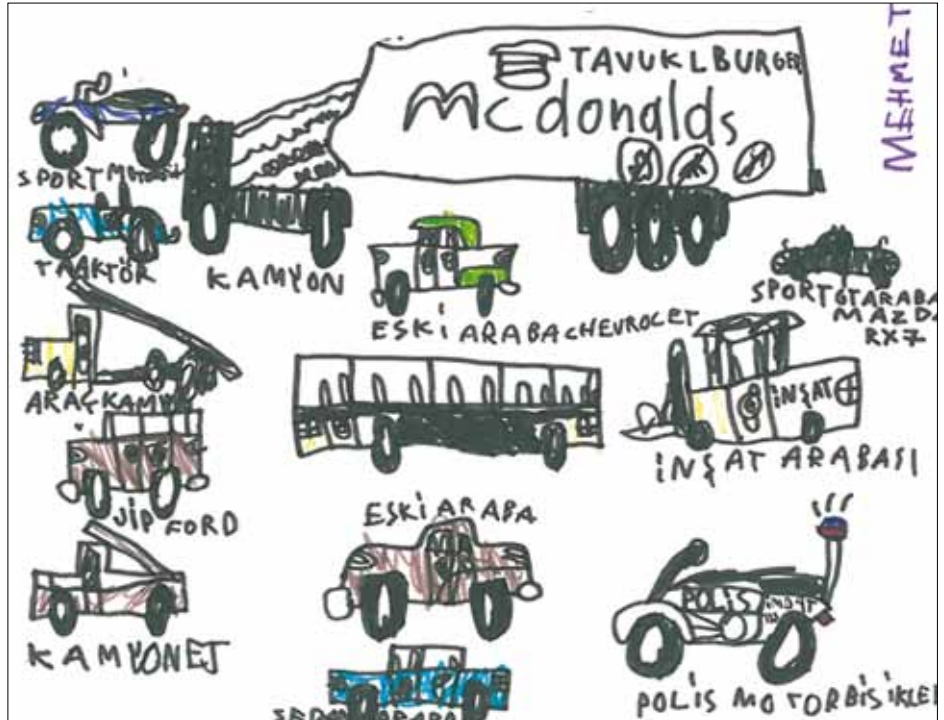
iki büyük belirtisi var; biri bu kişiler kesinlikle sarılmazlar, ikincisi de gözünüze bakmazlar. Hala benim gözüme çok zor bakar, sarılmaz. İnsanla teması çok az çünkü insanları sevmiyorlar. Bunu kendi de söylüyor. Tek başlarına yaşarlar, kendi dünyaları var. Atipik otizm, yani tipik olmayan, otizme ne otizmi diyebiliyorlar ne de başka bir şey. Oğlum eskiden arkadaşlarıyla konuşmazdı, bağırırdı. Yavaş yavaş bunları düzeltmeye başladı. Bir sene sonra da tam kaynaştırma sınıfına girdi. Şimdi 8 saat boyunca sınıfta oturuyor derslerde, normal öğrenciler gibi imtihana giriyor ve geçiyor. Bu sırada haftada bir gün de özel eğitime gidiyor."

Uygun, üç yıl önce başlayan araba merakı dolayısıyla oğlunu birçok araba fabrikasına götürdüğünü, çeşitli etkinliklere katıldıklarını, onun bu şekilde mutlu olduğunu anlattı.

"Tükenemez kalemle hata yapmadan araba çizebiliyor"

Oğlunun çizdiği resimlere gönderdiği dünyaca ünlü araba tasarımcılarının büyük ilgi gösterdiğini aktaran Uygun, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Acaba rahatsız olduğu için mi iyi karşılıyorlar diye düşündüm. Birkaç şey daha yazdım. Onlar Mesut'u takdir ettiler. İletişimimiz de hala devam ediyor bazılarıyla. Mesut, karikatür kursuna da gidiyor. 'Üç boyutlu araba tasarımı yapacağım, tasarımcı olacağım' diyor. Sevdği bir şey konusunda takdir ve destek görünce daha çok iyileşiyor gibi geliyor



bana. Bu yüzden oğlumla çok uğraşıyorum. Belki de onun için çıktı bu tasarım ve çizim yeteneği. Onun yaptıklarını yazıp bu konuda uzman kişilere gönderiyorum, çizimlerini dosyalayıp biriktiriyorum."

Büyüdüğünde oğlunun bir araba fabrikasında çalışmasını amaçladığını vurgulayan Uygun, "Çizdiklerini görenler, 'detaylara çok meraklı', 'perspektifi çok gelişmiş' diyor. Bakmadan da çizer ama genelde bakarak çizer. Sevdği bir şey konusunda sabredip detaylara inebiliyor. Tükenemez kalemle hata yapmadan araba çizebiliyor" diye konuştu.

Uygun, Mesut'un bir arabanın alttan, üstten, önden, arkadan görünüşünü de çizbildiğini belirterek, bu resimlerin Göztepe Optimum Alışveriş Merkezi'nde bir süre sergilendiğini sözlerine ekledi. <<<

Ford Otosan design studio tarafından Mehmet Mesut Gölcük'e davet edilmiş, kendisinin orada bizzatini çizdiği araba resimleri çok takdir görmüş. Ayrıca, Mercedes, Tofaş ve Hyundai, Derindere fabrikalarına geziler yapılmış ve Isuzu tarafından İstanbul Busworld Turkey fuarına davet edilmiştir. Bunlara ilaveten, Tübitak tarafından da çalışmalarını takdir eden bir mektup alınmıştır.

MÜSİAD Otomotiv Sektör Kurulu Başkanı Cengiz Arslan: "Otomotivde ÖTV'li KDV'den vazgeçilmeli"

MÜSİAD Otomotiv Sektör Kurulu Başkanı Cengiz Arslan, sıfır araç alımında ÖTV'li fiyat üzerinden KDV hesaplanması uygulaması terk edilmesi ya da mümkün olduğunca hafifletilmesi gerektiğini belirtti.

Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Otomotiv Sektör Kurulu Başkanı Cengiz Arslan, "Sıfır araç alımında ÖTV'li fiyat üzerinden KDV hesaplanması uygulaması terk edilmeli ya da bu yük mümkün olduğunca hafifletilmelidir" dedi.

Arslan, MÜSİAD Otomotiv Sektör Kurulu geleneksel iftarında, Türk otomotiv sektörünün sorunlarına değinerek pazarın durumu hakkında değerlendirmeler yaptı.

"Yerli otomobil üretiminde önemli potansiyel var"

Türkiye'nin yerli otomobil üretiminde önemli potansiyelinin bulunduğunu vurgulayan Arslan, "Öncelikle yerli otomobil üretebilme kapasitemizin farkına varmalıyız. Hükümet ve bürokrasi bu konuya maddi-manevi desteğini yasal düzenleme

Avrupa Birliği'nde (AB) "2050'de trafikte sıfır ölüm" hedefinin bulunduğunu hatırlatan Arslan, otomotiv sektörünün güvenlik önlemlerini en üst düzeye çıkaracak çalışmalar yapması gerektiğini de dile getirdi.



boyutuyla da yansıtılmalı, kararlılık tüm dünya kamuoyuna yüksek sesle ve fiille dile getirilmelidir. Bu vesileyle Türk markası, otomobil ve diğer tüm sektörlerde dünyaya duyurulmalıdır" diye konuştu.

Elektrikli otomobil, sürücüsüz otomobil gibi yüksek teknoloji ürünü alanlarda gerekli Ar-Ge çalışmalarının yapılarak sektörün prestijinin artırılması gerektiğini dile getiren Arslan, "Yedek parça ve diğer ürünlerde de eşdeğer ürün olarak kalitesini ispat etmiş yerli ürünler tercih edilerek hem yurtiçi hasılaya katkı sağlanmalı hem de cari açığın azaltılması gayreti içinde olunmalıdır" ifadelerini kullandı.

"ÖTV'li KDV iptal edilmeli"

Otomotivdeki vergi politikalarının üretici ve sanayiciyi yeterince desteklemediğini savunan Arslan, sektörün ÖTV'li fiyat üzerinden KDV



MÜSİAD Otomotiv Sektör Kurulu Başkanı Cengiz Arslan: "Ülkemizdeki otomobil parkının yaşının gençleştirilmesi için gereken tedbirler alınmalıdır. Nitelikli eleman eksikliği sektörün kronikleşmiş sorunlarından birisidir. Üniversite-sanayi işbirliği sağlanarak bu sorun aşılmalıdır. Yetkili bayii ve servis sorunları, satış sonrası servis hataları, yedek parça sorunları ve gecikmesi, aracın serviste olması durumunda yerine araç verilmemesi sonucu iş gücü kaybı ve Türkçe kullanım kılavuzu eksikliği de önemli sorunlar arasındadır."

hesaplanmasının iptali yönündeki çağrısını tekrarlayarak, şunları kaydetti: "Baktığımız zaman 2015-2016 yılında dünyada kapasite fazlası üretimin olacağı ve rekabetin artacağı tahmin edilmektedir. Devletin otomotiv sektöründeki vergisel engelleri, ağır vergi yüklerini kaldırması gerekmektedir. Vergi mevzuatının otomotiv sektörüne göre uyumlaştırılması şarttır.

Bu noktada, öncelikle sıfır araç alımında ÖTV'li fiyat üzerinden KDV hesaplanması uygulaması terk edilmeli ya da bu yük mümkün olduğunca hafifletilmelidir.

Karayolları Trafik Yönetmeliği ve Kara Taşıtları Kasko Sigortası Genel Şartları'nda "pert" tanımının olmaması, kavramların anlaşılabilmesi, tam hasarlı/ağır hasarlı araçların nasıl onarıldığının bilinmemesi, onarım sonrası hasarlı araçların herhangi bir mercii tarafından onarımlarına dair kalite kontrolü yapılmadan tekrar trafiğe çıkmasının mümkün olması gibi sebeplerden dolayı sıkıntı yaşanmaktadır."

"Türkçe kullanım kılavuzu eksikliği de önemli sorunlar arasında"

Yakın gelecekte yeni enerji kaynaklarını kullanan otomotiv ürünleriyle inovatif çözümler sunan daha kaliteli ürünlerin yoğun rekabet ortamında ayakta kalabileceğini belirten Arslan, sektörün sağlıklı gelişimine ilişkin önerilerini şöyle sıraladı: "Ülkemizdeki otomobil parkının yaşının gençleştirilmesi için gereken tedbirler alınmalıdır. Nitelikli eleman eksikliği sektörün kronikleşmiş sorunlarından birisidir. Üniversite-sanayi işbirliği sağlanarak bu sorun aşılmalıdır.

Yetkili bayii ve servis sorunları, satış sonrası servis hataları, yedek parça sorunları ve gecikmesi, aracın serviste olması durumunda yerine araç verilmemesi sonucu iş gücü kaybı ve Türkçe kullanım kılavuzu eksikliği de önemli sorunlar arasındadır."

Avrupa Birliği'nde (AB) "2050'de trafikte sıfır ölüm" hedefinin bulunduğunu hatırlatan Arslan, otomotiv sektörünün güvenlik önlemlerini en üst düzeye çıkaracak çalışmalar yapması gerektiğini de dile getirdi.

Sektörde kapasite kullanımını artırıcı çalışmaların cirodaki pozitif etkisine dikkati çeken Arslan, "Sektörde büyüme hızı artışının önüne geçecek etkenler bulunuyor olsa da Türkiye'de faaliyet gösteren şirketlerin yeni yatırımları bulunmaktadır" dedi. Arslan, yeni araç ve kapasite artırım yatırımlarının, otomotiv sektöründeki şirketlerin cirosuna olumlu katkı yapacağını da sözlerine ekledi. <<<

Bir yılda 5 milyon araç satıldı



Türkiye geneli geçen yıl 5 milyondan fazla kişi, yeni ya da ikinci el araç sahibi oldu.

TÜİK verilerinden derlediği bilgilere göre, geçen yıl devir tescil işlemi yapılan motorlu kara taşıtı sayısı 5 milyon 73 bin 592 olarak gerçekleşti. Buna göre geçen yıl 5 milyondan fazla sıfır ya da ikinci el araç, yeni sahibinin oldu.

Devri yapılan araçların yaklaşık 3 milyon 393 binini otomobiller, 131 binini minibüsler, 62 binini otobüsler, 852 binini kamyonetler, 169 binini kamyon, 269 binini motosiklet, 2 binini özel amaçlılar, 192 binini ise traktörler oluşturdu.

1 Mayıs 2010 tarihinde başlatılan bir uygulama ile ikinci el araçların devir tescil işlemi noterlerce sonuçlandırılmaya başlanmıştı. Bu kapsamda araçların devir ve tescil işlemlerine ait bilgilerin Emniyet Genel Müdürlüğünden alınmasına karar verilmişti.

Emniyet Genel Müdürlüğü ve TÜVTÜRK (Araç Muayene İstasyonları) ile GİB arasında gerçekleştirilen gerçek zamanlı veri paylaşımı sayesinde mükelleflerin vergi dairelerinden ilişik kesme belgesi almalarına gerek kalmamış olup; satış, devir veya muayeneye konu edilen motorlu araçlara ilişkin vergi ve ceza borçlarının olmaması halinde Emniyet Genel Müdürlüğüne (Noterlere) devir işleminin, TÜVTÜRK'e ise teknik muayenesinin yapılmasında sakınca olmadığı bilgisi anlık olarak gönderiliyor.

Bu arada Emniyet Genel Müdürlüğü verilerine göre Mart ayı itibarıyla Türkiye'de trafiğe kayıtlı araç sayısı 18 milyon 148 bin 386 olarak gerçekleşti. <<<

FullCharger, 2020'de 200 bin istasyonluk bir altyapıya ulaşacak

FullCharger, yurtdışında da kesintisiz şarj altyapısı hizmeti veren tek şirket olarak Türkiye'de de liderliğini sürdürüyor.

Elektrikli oto vergisinde düzenleme Türkiye'nin önünü açmıştır

Elektrikli araç şarj istasyonu işletmeciliğinde Türkiye'deki ilk şirket ve global lider olan FullCharger'ın Türkiye Başkanı Osman Ataman; 'Türkiye, elektrikli ulaşım altyapılarında dünyanın öncü ülkelerinden biri olabilir. Bütün siyasi çevreler ve kamu yönetimlerinin çevreyi de, geleceği de, cari açığı da ilgilendiren bu konuda tam bir vizyon ve işbirliği içinde olmaları ile süreç daha da hızla gelişecektir.' dedi.

FullCharger olarak başta Fransa olmak üzere bir çok Avrupa Birliği ülkesinde Avrupa Birliği Komisyonu ile yakın işbirliği içinde projeler geliştirdiklerini vurgulayan Ataman, '2020 yılında Batı Avrupada 8 milyon elektrikli araç ve 1 milyona yakın şarj istasyonu olacak. Bugün yaklaşık 30 bin EA (elektrikli araç) bulunan Fransa 2 milyon araç ile liderliğini sürdüreceği, İngiltere'de 1 milyon 600 bin, Almanya'da 1 milyon 200 bin, Hollanda'da ise 800 bin EA'ya ulaşılacağı hesaplanmaktadır.

Otomotiv üreticilerinin planlanmış modelleri hesaba katıldığı için aynı dönemde Türkiye'de de bugün 600 civarında olan sayının 100 bine yükselmesi mümkün olabilecektir. Ayrıca yerli üretim girişimleri de sürmekte ve başarılı sonuçlar bilinmektedir. 2030'lara gelindiğinde ülkelerde araç parklarında EA payının yüzde 50'leri zorlayacağı öngörülmektedir.'

FullCharger Türkiye'deki Tek Operatördür

FullCharger'ın elektrikli araç şarj istasyonu işletmeciliğinde Türkiye'de bulunan global ölçekteki tek 'ülke operatörü' olduğunu vurgulayan Ataman: "Otomobil, sahibinin dilediği yere gidebilmesine, özgürlüğünü hissetmesine de yarar. Elektrikli araçların en pahalı parçası aküsüdür. Nasıl ki, benzinli veya dizel aracımıza aldığımız yakıtı nereden aldığımıza, aracımızın ve cüzdanımızın



Fullcharger olarak 2022 yılına kadar 200 bin şarj istasyonunun dâhil olduğu bir şebekeyi kurup yönetmeye talip olduklarını ifade eden Osman Ataman, başta Başbakan ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı olarak hükümetin yol gösterici bu yaklaşımından yeni doğmakta olan bir sektör olarak ülke ve gelecek adına yararlanmak gerektiğini vurguladı.

zarar görmemesi için dikkat ediyorsak, elektrikli aracımızı da aynı kaygılarla teknolojisini, elektriğinin kalitesini ve sayacının doğruluğunu bildiğimiz, güven duyduğumuz 'ülke operatörü'nün istasyonlarından şarj edeceğiz.

Cep telefonunda yerel operatör olmadığı gibi, şarjda da yerel ölçekli işletmecilik olmayacaktır. Ankaradan İstanbul'a gelirken güzergahta da yolda kalma riski taşımadan yola çıkmanız gerekir. Hatta, FullCharger Edirne'yi geçtikten sonra da hangi ülkeye giderseniz gidin yanınızda olabilecek tek operatördür. FullCharger, doğrudan kendi istasyonları veya işbirliği yaptığı ağ imkanı ile dünyada toplam 24.200 istasyon altyapısı ile açık ara liderdir. 2010 yılından itibaren A.B.D'nin lider kuruluşu ChargePoint ile münhasır işbirliğimiz vardır ve ChargePoint bugün 18.545 şarj istasyonuna sahiptir ve bu sayı her ay 500 adet kadar artmaktadır. FullCharger ağının bugün dünyada 5.807.428'i A.B.D olmak üzere 7 milyon adet üzerinde şarj işlemi geçmişi vardır ve bu sayılar ile deneyim dünya liderliğindeki konumumuzu anlatmaktadır.

FullCharger Teknoloji ve Yenilikte Liderdir

FullCharger, çok dilli ve coğrafyalı olarak kendi yazılımına, kendi markasıyla akıllı telefon uygulamasına ve döviz kur seçeneekli ödeme sistemlerine sahip dünyadaki tek operatördür.

FullCharger altyapısını dünyanın en önemli elektrik şirketlerinden Schneider Electric ile işbirliği içinde geliştirmekte ve tedarik konusunda da tek bir noktaya bağımlı bulunmamaktadır.

FullCharger'ın teknolojik altyapısının güven veren ve kolaylıklar sağlayan nitelikleri yakın dönemde Türkiye'de elektrikli araç kullanıcılarının bilgi ve hizmetine sunulacaktır.

Otomotiv Üreticileri ile Yakın İşbirliği

FullCharger, Renault Mais'in elektrik motorlu Fluence satış sırasında ilk işbirliği yaptığı kuruluştur. Nitekim elektrik motorlu Zoe'nin dünyadaki 2. Lansmanı da Türkiye'de gerçekleştirilecektir ve şarj altyapısı FullCharger tarafından sağlanmaktadır. FullCharger, bulunduğu ülkelerde Renault, Nissan, Mitsubishi, Chevrolet, B M W, Mercedes Benz ve Tesla gibi markalar ve kullanıcılarına hizmet vermektedir.

200 bin Şarj İstasyonu Hedeflenmektedir

FullCharger, 2020 yılına dek bütün Avrupa'da hizmete girecek 200 bin şarj istasyonunun hedeflenmektedir. Şarj istasyonu operatörlüğü finansman gücü yanısıra teknoloji ve otomotiv sektörü ile global ölçekte işbirliği gerektiren bir alandır. 1000 istasyonluk hedeflerle yapılabilmesi



Fullcharger

15 milyon Euro'ya yaklaşan bir yatırımla Avrupa'da 114 merkezde 1985 adet şarj istasyonunu ve teknolojik altyapısını kuran Fullcharger International, elektrikli araç şarj istasyonları teknolojisinde ve her yerden kesintisiz hizmet sunan 'ülke operatörü' konumuyla işletmecilikte küresel liderdir. 2007 yılından itibaren "kişisel ulaşım geleceğinin elektrikli araçlarda olacağı" öngörüsüyle yapılan Fullcharger, Fullcharger Enerji Teknolojisi ve Hizmetleri A.Ş. olarak Türkiye'deki faaliyetlerine Temmuz 2010'da Bursa'daki Oyak Renault fabrikasına Türkiye'nin ilk istasyonunu kurarak başlamıştır. Fullcharger International ve Birikim Enerji A.Ş. ortaklığı olan Fullcharger Türkiye'nin misyonu, Türkiye'nin tamamında elektrikli araç kullanımının yaygınlaşması için sıkça ve rahatlıkla erişilebilen şarj istasyonu altyapısını kurmak, işletmek, kurulacak networkü araç sahiplerinin kolayca erişimini sağlamak, güvenli ve ekonomik olarak kullanmasına imkan hazırlamaktır.



**Osman Ataman,
"Ülkemizin saygın
sektör kuruluşu
OYDER çatısı altındaki
yetkili satıcıların,
elektrikli araçlar ve
bağlı konulardaki iş
fırsatlarını incelemeleri
gerekir, biz bu konuda
her türlü soruya ve
işbirliğine açığız."**

mümkün değildir. Şimdiden Türkiye'de başta özel anlaşılmamış olan İstanbul Büyükşehir (İspark), İzmir Büyükşehir Belediyesi (İzelman), Kocaeli Büyükşehir Belediyesi, Antalya Büyükşehir Belediyesi, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, Marmara Üniversitesi, Süzer Plaza, Swiss Hotel, Dedeman Hotel, Batışehir, Mashattan, Toya Qent, Beytepe Restorium, Adanus Park, Carousel gibi yerler olmak üzere altyapımız kullanılmaktadır.

Kamu ve Filo Kullanıcılarının da Tercihi FullCharger Olmuştur

FullCharger, bulunduğu coğrafyalarda kamu kurumlarını, yerel yönetimleri ve önemli filo kullanıcılarını konu hakkında bilgilendiren ve yönlendiren çalışmalar yapmaktadır. Türkiye'de Başbakanlık, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Fransa'da Paris ve civarındaki Belediyeler ve Belediye Birlikleri, Hollanda'da Amsterdam Belediyesi, Bulgaristan'da Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık ile Antalya, Eskişehir, Manisa Büyükşehir Belediyeleri, Konya Valiliği, Kadıköy, Melikgazi, Saint Tropez Belediyeleri şarj altyapılarında FullCharger'ı tercih etmişlerdir. FullCharger Türkiye'de % 74'lük bir kullanıcı ve kullanım oranına sahiptir.

Ana İşimiz Şarj ve Elektrikli Araç Hizmetleridir

FullCharger, şarj istasyonu işletmeciliğini ana işi gömektedir, tesadüfen ve sınırlı olarak yapılmakta olan bir iş kolumuz değildir. Nitekim, geçtiğimiz aylarda Fransa'nın en büyük raylı ulaşım ağına entegre elektrikli araç paylaşım şirketi olan Wattmobile'e yatırım yapılmış ve en büyük hissedarı olunmuştur. Elektrikli araç alanındaki bu yatırımımızı Türkiye'de ortaklık, satın alma veya kendi markamızı taşımak şekillerinden uygun olanı ile ayrıca gerçekleştireceğiz' dedi.

Osman Ataman, sektörün yeni kurulmakta olması sebebiyle akılcı rekabet ve sağlıklı işbirliğinin önemine değinerek; "Ülkemizin saygın sektör kuruluşu OYDER çatısı altındaki yetkili satıcıların, elektrikli araçlar ve bağlı konulardaki iş fırsatlarını incelemeleri gerekir, biz bu konuda her türlü soruya ve işbirliğine açığız" şeklinde konuştu. <<<

Trafik kazalarında ürküten tablo

Trafik kazaları Türkiye'de 2012'ye kadar yüzde 185 artış gösterdi, 2013'deyse sadece yüzde 7 düştü

Generali Araştırma Merkezi (GAM) aracılığıyla sürücüleri potansiyel risklere karşı uyarmak üzere çeşitli araştırmaları bir araya getirdi. Farklı araştırmalara göre İngiltere sınırları içerisinde Türkiye'ye oranla ortalama 4 kat daha az trafik kazası meydana geliyor. Türkiye'de trafik kazası oranları 2003-2012 arasında yüzde 185 oranında ciddi bir artış gösterirken, Avrupa ülkelerinde bu oranın önemli bir düşüş göstermesi dikkat çekiyor. TUIK tarafından bayram öncesi açıklanan rakamlara göre ise, trafik kazaları 2013 yılında bir önceki yıla oranla sadece yüzde 7 düşüş gösterebildi.

İstatistiklere göre Avrupa ülkelerinde 2003-2012 yılları arasında trafik kazalarının en çok düşüş gösterdiği ülke yüzde 31 ile İngiltere oldu. İngiltere'yi yüzde 26'lık düşüş ile İtalya ve yüzde 17 ile İspanya takip etti. Generali, olası faktörlerden birisinin Türkiye'nin artan nüfusuyla orantılı olarak trafiğe katılan genç sürücülerin olabileceğine dikkat çekiyor.

İngiltere'de araç sayısı artıyor, kaza sayısı düşüyor.

2012 yıl sonu verilerine göre, İngiltere'de toplam araç sayısı yaklaşık 34,5 Milyon olurken, Türkiye'de bu sayı aynı dönemde (2012) olarak dikkat çekiyor. Araştırmalara göre İngiltere'de çok daha fazla trafiğe tescilli araç bulunmasına rağmen İngiliz sürücülerin kaza sayısını azaltmayı başardığını görülüyor.

2003 yılında Türkiye'de gerçekleşen toplam trafik kaza sayısı yaklaşık 456 bin civarındayken 2012



2013 yılında Türkiye karayolu ağına toplam 1 milyon 207 bin 354 adet trafik kazası meydana gelirken bu kazaların 161 bin 306 adedi ölüm veya yaralanmayla sonuçlandı. Yıl içinde meydana gelen ölümü ve yaralanmalı kazaların yüzde 74,5'i yerleşim yeri içinde olurken yüzde 25,5'i ise yerleşim yeri dışında meydana geldi.

yılının sonunda Türkiye'de bu sayı çarpıcı bir şekilde 1 Milyon 297 bine yükseldi. TUIK tarafından yeni açıklanan 2013 verilerine göre ise toplam kaza oranı 1 207 354 olarak gerçekleşti. Böylece 2013 yılında Türkiye'de meydana gelen trafik kazaları 2013 yılına göre sadece yüzde 7'lik bir düşüş gösterdi.

Fakat çoğu AB ülkesine ait verilerde trafik kaza oranlarının daha da fazla düşüş göstermesi dikkat çekti. Örneğin, Almanya AB ülkeleri arasında 9 yıl boyunca trafik oranlarında ilk sırada gelmesine rağmen 2003-2012 yılları arasında yüzde 15 oranında azaltmayı başardı. AB ülkeleri arasında kaza istatistiklerinde ikinci sırada yer alan İtalya ise, 9 sene içinde trafik kazası oranlarını yüzde 26 azalttı. AB ülkelerindeki kaza istatistiklerine göre İngiltere ise söz konusu karşılaştırmada yüzde 31'lik düşüş ile en büyük değişimi gerçekleştirdi. Listeyi yüzde 17'lik düşüş ile İtalya takip etti.

Bayram döneminde, acil yol yardım ihtiyaçlarında önemli artış

Bayram döneminde asistans/yol yardımı hizmetinin kilit bir rol oynadığını gösterdi. Europ Assistance verilerine göre yol yardımı/asistans

servisi ihtiyaçlarından (araç çekme/vinç hizmeti) RamazanBayramı başlamadan bir gün önce, (Arefe günü) günde aylık ortalamanın üzerine çıkarak yüzde 46'lık bir artış gösteriyor. Aynı gün gerçekleşen artışın, yıllık ortalama göre ise yüzde 77 daha fazla olması dikkat çekiyor.

Yol Yardım/ Asistans hizmeti ihtiyaçları (Araç Çekme/Vinç) Ramazan Bayramının bitişiyle, dönüş yolunda da aylık ortalama yüzde 130, yıllık ortalama yüzde 180 daha fazla artış gösteriyor.

Şehirlere göre yol yardımı ihtiyacına bakıldığında ise, İstanbul yüzde 30,48 ile en yüksek orana sahip şehir oldu. İstanbul'u yüzde 10,78 ile İzmir ve yüzde 8,52 ile Ankara ve yüzde 7,3 ile Antalya takip ediyor.

İstanbul, Trafik Yoğunluğunda Avrupa'da 2. Sırada

enerali Sigorta Araştırma Merkezi'nin (GAM) biraraya getirdiği çeşitli araştırma sonuçları ilginç detayları ortaya çıkardı. Buna göre İstanbul, Moskova'dan sonra Avrupa'nın trafikte en çok zaman geçirilen kenti oldu. Generali'nin, Türkiye ve Avrupada çeşitli kurumlar tarafından yapılan araştırmaları biraraya getirerek oluşturduğu profile göre Moskova ortalama yüzde 65 yoğunluk ile zirveye yerleşirken, İstanbul yüzde 57 yoğunluk ile ikinci oldu. Generali, İstanbul'da yaşanan trafik artışının önemli unsurlarından birisinin son yıllarda, otomobil satışlarına olan ilginin artması olduğuna dikkat çekiyor.

Farklı araştırmalardan edinilen bilgiye göre* Portekiz'den Rusya'ya kadar 59 ülkenin büyük şehirlerini kapsayacak trafik yoğunluk haritasına bakıldığında; Rusya'nın başkenti Moskova, yüzde 65 ile birinci sırada yer alırken, Türkiye'nin en büyük ve metropol şehri İstanbul yüzde 57 ile ikinci oldu. Polonya'nın başkenti Varşova'nın yüzde 44 ile üçüncü olduğu sıralamada, İtalya'nın Palermo kenti

YILLARA GÖRE TRAFİK KAZASI İSTATİSTİKLERİ

Ülke	2003 Trafik Kaza Sayısı	2012 Trafik Kaza Sayısı	2003-2012 Fark
Türkiye	455.637	1.296.634	% 185
Almanya	354.534	299.637	% -15
İtalya	252.271	186.726	% -26
İngiltere	220.079	151.346	% -31
İspanya	99.987	93.115	% -17

Farklı araştırmalardan edinilen bilgiye göre Portekiz'den Rusya'ya kadar 59 ülkenin büyük şehirlerini kapsayacak trafik yoğunluk haritasına bakıldığında; Rusya'nın başkenti Moskova, yüzde 65 ile birinci sırada yer alırken, Türkiye'nin en büyük ve metropol şehri İstanbul yüzde 57 ile ikinci oldu.

ile Fransa'nın Marseille şehri yüzde 40'lık trafik oranıyla dördüncülüğü paylaştı. Moskova'da trafiğin en yoğun olduğu zamanlarda bu oran sabah yüzde 114 olurken akşam yüzde 133'e ulaşıyor. Onu takip eden İstanbul'da ise yoğunluk oranları sabah yüzde 81'i, akşam ise yüzde 127'yi buluyor. Haftalık olarak ele alındığında ise İstanbul'da Pazartesi günleri sabah, Cuma günleri akşam saatlerinde yoğunluk zirve yapıyor.

Trafikte ortalama 64 dakika vakit geçiriyoruz

Yoğunluğun zirve yaptığı günlerde trafikte bekleme süresinin 64 dakikaya ulaştığı görüldü. Günde ortalama 30 dakika sürdüğü düşünülen ev ve iş arasındaki trafikte yaşanan yoğunluk, yıllık olarak 118 saatlik bir gecikme yaratıyor. Generali Sigorta, daha önce farklı kuruluşlar tarafından yapılan araştırmaları biraraya getirerek trafik yoğunluğunun son derece yüksek olduğu İstanbul'da ve Türkiye genelinde, trafikte geçirilen zamanın önemine ve olası risklere dikkat çekiyor. Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Generali, söz konusu durumun etkenlerinden birisinin şüphesiz Türkiye'deki GSYİH'nın 2008'den bu yana artışı ve aynı zamanda 2014 ilk çeyreğinde düşüş göstermiş olsa dahi önceki yıllarda yaşanan önemli artış olduğuna dikkat çekiyor. 2003 yılında Türkiye'de 1000 kişiye 95 araç düşerken, son 10 yılda görülen büyümeyle birlikte 2013 yılının verilerine göre 1000 kişiye 164 araç düşüyor.

Trafikte günün önemli bir zamanını geçirdiğimizi hatırlatan Generali, Zorunlu trafik sigortası sahibi olmayan kesimin yüzde 7 ve kasko sahiplerinin yüzde 63 gibi çok düşük oranda olduğu Türkiye'de, 'sigortalı olma' bilincini artırmaya çalışıyor. Konuyla ilgili olarak Stratejik Planlama ve İş Geliştirmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Petar Dobric şu açıklamada bulundu: "İstatistiklere göre** on yıl içerisinde (2003-2012) ehliyet sahibi kişilerin sayısı yüzde 53 oranında arttı. Fakat kazalar yüzde 185 oranında artarken, bu kazaların yüzde 90'ının maalesef sürücü hatalarından kaynaklandığı ortaya çıktı" dedi. <<<



Doğuş Otomotiv İş'te Eşitlik Uygulamaları ile iş dünyasına örnek oluyor

Kadınların ekonomiye katılım sürecinde cinsiyetler arasındaki eşitliğin sağlanması amacıyla oluşturulan İş'te Eşitlik Platformu'na üye olan Doğuş Otomotiv öncü çalışmaları ile örnek oluyor. Ülkemizde kadın istihdamının artması ve desteklenmesi için birçok farklı uygulamaya imza atan Doğuş Otomotiv'in, düzenlediği "Burası Hepimizin, İşim Evim ve Ben Denedeyim, Başarıya Giden Yolda Topuk Sesleri" adlı atölye çalışmaları verimli sonuçları ile dikkat çekiyor.

Dünya Ekonomik Forumu (WEF) çatısı altında oluşturulan ve ülkemizdeki ekonomik cinsiyet uçurumunun azaltılması amaçlayan 'İş'te Eşitlik Platformu'nun aktif bir üyesi olan Doğuş Otomotiv, ekonomik hayatta cinsiyet eşitliğini destekleyecek çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor.

Kurum içi toplumsal cinsiyet algısını ve fırsat eşitliği öğelerini tespit etmek amacıyla tüm şirket çalışanlarına "Kurum Kültürü ve Cinsiyet Algısı Anketi" uygulayan Doğuş Otomotiv, anket sonuçlarına göre planlı bir şekilde gelişim faaliyetlerini hayata geçiriyor.

Farkındalığı Artıracak Çalıştaylar Gerçekleştiriyor

Bünyesinde bulunan tüm çalışanların; hem eş, hem anne-baba hem de yönetici olarak kariyerlerinde hızla yol almaları için uygun ortamlar yaratmaya çalışan Şirket, çalışanların yaşamlarında üstlendikleri farklı rolleri dengeli bir şekilde yönetmelerine destek olacak, yaşam doyumlarını arttıracak, toplumsal cinsiyet ve fırsat eşitliği konularında farkındalık yaratacak çalıştaylar ve eğitimler gerçekleştiriyor.

"Hayat Dengesi Atölyeleri" Düzenleniyor

Doğuş Otomotiv'de, kadın çalışanlara yönelik düzenlenen atölye çalışmasında; çalışanların işi, ailesi ve kendisi arasında denge merkezini



İş'te Eşitlik atölyelerine katılan çalışanların kendi çıkarımlarını paylaştıkları bir video hazırlayan Doğuş Otomotiv, bu konudaki uygulamaların öncülüğünü yapmaya ve yaygınlaştırılması için faaliyetlerde bulunmaya devam ediyor.

Doğuş Otomotiv'de, kadın çalışanlara yönelik düzenlenen atölye çalışmasında; çalışanların işi, ailesi ve kendisi arasında denge merkezini bulması ve yönetmesi, kendi yaşamları üzerindeki denetimlerini artırması hedefleniyor.

bulması ve yönetmesi, kendi yaşamları üzerindeki denetimlerini artırması hedefleniyor. Çalışanların kendi hayatlarından örnekleri paylaştığı atölyede, yaşam koçları da tavsiyelerde bulunuyor. Ayrıca "İş, Aile ve Özel Hayat Dengesi Tanımı", "Dengenin Önemi ve Bunu Etkileyen Faktörler", Yaşam Doyumunu Artırma Stratejileri" gibi konular da işleniyor.

Kadın Çalışanlara Özel "Bireysel Performans ve Gelişim Koçluğu" Programı Uyguluyor

Potansiyel kadın yönetici adaylarının yöneticiliğe hızla hazırlanması amacıyla, koçluk ve mentörlük desteği vererek bireysel gelişim planları hazırlamalarına ve bu planları aksiyona dönüştürmelerine destek oluyor.

Sürdürülebilir kalkınmanın öznesi olan kadınların güçlendirilmesinin, kadın istihdamının artırılmasıyla sağlanabileceğine inanan Doğuş Otomotiv, yüzde 29 kadın çalışan oranıyla faaliyet gösterdiği sektöre de örnek teşkil ediyor. Her dört çalışanından biri kadın olan Doğuş Otomotiv'in Gebze'deki genel merkezinde düzenlenen atölye çalışmalarına, bugüne kadar 200 çalışan katılım gösterdi.

Platforma ilişkin yürütülen faaliyetlerle ilgili iletişim çalışmalarını da hız kesmeden sürdürüyor. İç ve dış iletişim kanallarında, şirket içinde gerçekleşen İş'te Eşitlik çalışmalarına ilişkin güncel gelişmeleri paylaşmaya devam ediyor. <<<

Her Kızımız Bir Yıldız Projesi'nin Yıldızları İstanbul'da

Mercedes-Benz Türk A.Ş. ve Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği işbirliğiyle hayat bulan “Her Kızımız Bir Yıldız” projesinin geleneksel “yaz buluşması” bu yıl da gerçekleşti. 2014 buluşmasında 5 ilden 25 öğrenci 1 hafta boyunca İstanbul’un tarihi ve kültürel güzelliklerini ziyaret etti.

Her Kızımız Bir Yıldız bursiyerleri “2014 yaz buluşması” kapsamında, Dolmabahçe Sarayı, Koç Müzesi ve Miniaturk’ü ziyaret ederek İstanbul’un sosyal ve kültürel zenginliklerini daha yakından tanıma fırsatını buldular. Başarılı öğrenciler ayrıca Mercedes-Benz Türk’ün Hoşdere Otobüs Fabrikası’nı uzmanlar eşliğinde gezdiler. Yıldız kızlar ayrıca her yıl olduğu gibi Mercedes-Benz Türk yöneticileri, bayileri ve basın mensupları ile biraraya geldiler.



5 ilden 25 başarılı öğrenci geldi

Her Kızımız Bir Yıldız projesi, olanakları kısıtlı, ancak çalışkan ve kısa sürede meslek sahibi olmak isteyen ilköğretim okulu mezunu kız öğrencileri mesleki eğitime teşvik etmeyi amaçlıyor. Başarılı eğitim-öğretim dönemi geçiren kızlar, geleneksel yaz buluşması kapsamında İstanbul’u ziyaret etme fırsatı buluyor.

200 öğrenci ile başladı 3000 öğrenciyi aştı

2004 yılında 200 kız öğrenci ile başlayan sosyal sorumluluk projesi kapsamında, Mercedes-Benz Türk’ün yanı sıra yan sanayi firmaları, bayiler ve Mercedes-Benz Türk çalışanlarının da desteği ile bugüne kadar 3155 öğrenciye meslek lisesi bursu verildi. Başlangıcından günümüze 1551 bursiyer meslek lisesinden mezun oldu. 560 bursiyer üniversite sınavını kazandı ve 97 yıldız kız üniversiteden mezun oldu.

Ödüle doymayan proje

Kamuoyunun da takdirini kazanan “Her Kızımız Bir Yıldız” projesi, 2006 yılında Platin Dergisi’nden “En İyi Sosyal Sorumluluk” kategorisinde “Zirvedekiler”, 2007 yılında Türkiye Halkla İlişkiler Derneği’nden (TÜHİD), “Eğitim Kategorisinde En İyi Sosyal Sorumluluk” ve “Altın Pusula” ve “ODD Satış İletişim Ödülleri, 2010 Gladatörleri – Yılın Sosyal Sorumluluk Projesi” ödüllerini kazandı. 🌟🌟🌟



AR-GE LİDERİ FORD OTOSAN'DAN YENİ BİR YATIRIM DAHA!

İnönü Motor Test Merkezi hizmete açıldı



Türkiye otomotiv sektörünün Ar-Ge'ye en büyük yatırım yapan şirketi Ford Otosan, 3 milyon Euro'luk yeni bir yatırımla, 4 ay gibi kısa sürede tamamladığı Ford Otosan İnönü Motor Test Merkezi'ni hizmete açtı. Türkiye'de 13 litre üzeri motor testleri yapabilen ilk tesis olma özelliğine sahip olan merkezde, 5 farklı yatakta Euro 6 normlarını karşılayan Ecotorq motorların geliştirme ve dayanım testleri yapılacak. Tesis, global Ford'a da hizmet verecek.

Konuyla ilgili bir açıklama yapan Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün, 12 yıldır lideri oldukları otomotiv sektörüne yeni bir yatırımla yön vermekten mutluluk duyduklarını belirterek şunları söyledi: "Temellerini 1961 yılında attığımız Ar-Ge faaliyetlerimiz ile bugün, bir marka haline gelmiş olmanın gururunu yaşıyoruz. Bundan 54 yıl önce 10 mühendisle başlayan Ar-Ge yolculuğumuza, bugün 1.300 Ar-Ge mühendisimizle devam ediyoruz. Geldiğimiz noktada, Türkiye otomotiv sektörünün en büyük teknoloji ve Ar-Ge üssüne sahibiz. 436 patent başvurusuyla, Türkiye'nin Ar-Ge devleri arasında yer alıyoruz ve bu sayede sektör liderliğimizi sürdürüyoruz. İstihdam, patent başvurularımız ve projelerimizle Türkiye'nin otomotiv sektöründeki en büyük Ar-Ge teşkilatı olmakla birlikte otomobil, orta ve hafif ticari, ağır ticari ve dizel motorların mühendislik merkezi olarak

Ford'un da dünyadaki 3'üncü büyük Ar-Ge merkezi olarak çalışıyoruz."

Haydar Yenigün: Ülkemize dünya çapında öncü bir tesis kazandırdık

Bugüne kadar 15 adet motor, bunların farklı versiyonları ile 100'ün üzerinde proje geliştirdiklerini ve 550 binden fazla motor ürettiklerini de sözlerine ekleyen Yenigün, açıklamasına şöyle devam etti: "Yurtdışında bu tarz mühendislik hizmeti veren firmalar olmasına karşın, biz büyük bir sorumluluk aldık ve dünya çapında öncü özelliklere sahip bir tesisi ülkemize kazandırdık. Baştan sona, geçmişi başarılarla dolu Ford Otosan mühendisleri tarafından tasarlanan merkezimizle, ülkemize katma değer sağlamış olduk. Sadece Ford Otosan için değil, Ford'un global projeleri için de çalışacak olan tesisimiz, sektörümüz ve ülkemiz için büyük önem taşıyor. Gölçük fabrikamızdaki Motor Test Merkezimiz; Automotive Testing Technology International dergisi tarafından 2013 yılının motor test merkezi seçildi. Bu ödül hem Ford'un dünya çapındaki tesisleri hem de Türkiye'deki tesisler için bir ilk olarak bizi gururlandırdı. Ford Otosan'ın Gebze'deki mühendislik merkezinde yaptığımız, motor ve aktarma organları ürün geliştirme çalışmalarındaki kalitemizi, bu yeni yatırımlarımız sayesinde arttırılmış test kapasitesi ve gelişkin teknolojilerimizle bir üst aşamaya taşıyacağız."

Ford Otosan, Gölçük'ün ardından, ikinci Motor Test Merkezi'ni Eskişehir İnönü Fabrikası'nda açtı. 3 milyon Euro'luk yatırımla hayata geçirilen ve ileri teknolojileriyle dünyadaki benzerlerine öncülük edecek olan merkez, Türkiye'de 13 litre üzeri motor testleri yapabilen ilk tesis olma özelliğine sahip.

İleri teknolojilere sahip bir merkez

İnönü Test Merkezi, Türkiye'de 13 litre üzeri motor testleri yapabilen ilk tesis olma özelliğine sahip. Tüm soğutma kapasiteleri bu öngörüye göre yapılan merkezde, 5 farklı yatakta Euro 6 normlarını karşılayan Ecotorq motorların geliştirme ve dayanım testlerini yapılacak. Motor testlerinin yanında araç egzoz sistemi, ÜRE sistemi gibi testlerin de yapılabileceği tesis, farklı projeler için de kullanılabilecek. Eylül ayında kullanıma açılacak olan 5 numaralı odada CNG/LNG yakıtlı motorları test edilecek.

Verimlilik ve sürdürülebilirlik amacı ile kapalı tip soğutma kulesi kullanılan merkezde, araç seviyesinde aftertreatment sistemlerini test edebilecek kapasite de mevcut. İnsan sağlığına zararlı karbondioksitli yangın söndürme sistemleri yerine FM200 gazlı söndürme sistemlerinin kullanıldığı merkez, tek noktadan tüm test odaları ve bina otomasyonu kontrolünü sağlayan ileri teknolojilere sahip. <<<



2014 yılının ilk yarısında dünya satışları yüzde 5,7 artarak 853 bin adede ulaşan Peugeot, yarışa geri döndü

Peugeot'nun küresel satışları yüzde 5,7 artarak 853 bin adede ulaştı. Özellikle Avrupa ve Çin pazarlarında markanın satışları artış gösteriyor. Avrupa satışları yüzde 13,5 artış ile 522 bin adet olarak, Çin'de ise yüzde 32,4 artış ile 185bin adet olarak gerçekleşti.

Avrupa Bölgesi: Peugeot yeniden büyüme trendi yakaladı

Avrupa binek ve hafif ticari araç pazarı (30 ülke) 2014'ün ilk yarısında %6,6 oranında artış gösterdi. İspanya (+% 19,8), İngiltere (+% 11, 3), Almanya (+% 2,7), Fransa(+% 2,7) ve İtalya (+% 4) gibi gelişen pazarlarda Peugeot, yenilenen binek otomobil ve hafif ticari araç gamının başarısından faydalandı ve satışlarını %7,6 arttırarak 422 400 adeti binek, 86 000 adedi Hafif Ticari Araç olmak üzere toplam 508 300 adete ulaştı. Bu satış adetleri Peugeot'ya %6,6 (+ 0,1 puan) oranında pazar payı sağladı.

Peugeot Batı Avrupa pazarlarının büyük bir çoğunluğunda ve özellikle İspanya (+% 14,3), İtalya (+% 16,3), Portekiz'de (+% 38,5) ve aynı zamanda Orta ve Batı Avrupa'nın en büyük 6 pazarında da volüm olarak artış gösterdi. Marka bölgenin birçok ülkesinde, özellikle Fransa, İtalya'nın yanı sıra Avusturya, Belçika, Danimarka ve Norveç'te artış gösteren Binek + Hafif Ticari Araç pazar payları kaydetti.

Fransa'da, ilk yarıyıld, Peugeot pazardan iki kat hızlı gelişme gösterdi ve Binek+ Hafif Ticari Araç pazarında %16,8 pay elde etti. %2,9 artış gösteren binek araç pazarında Peugeot, %7,5 artış ile %17'lik pazar payı elde etti. Peugeot 308 modeli %3'lük pazar payı ile

C segmentinde liderliğini sürdürdü. Peugeot 3008 ve 508 kendi segmentlerinde ilk sırada yer aldılar ve geçtiğimiz ay lansmanı yapılan Peugeot 108, ilk ayında 1.500'den fazla sipariş aldı.

Öte yandan, 2013'ün ilk yarısına göre yaklaşık 1 puanlık artış gösteren pazar payı ile perakende kanalında anlamlı ilerleme gösteren marka böylece kârlı bir büyümeden yararlandı.

Peugeot, Avrupa hafif ticari pazarında da güçlü konumunu koruyor

İkinci yarıyıl Eylül ayından itibaren Peugeot Binek Otomobil ürün gamı yapılacak yeni Peugeot 508 lansmanı ve Peugeot 108'in beklenen yükselişi ile kendi tarihinin en genç ürün gamı olacak. Bu gam artık best in class (sınıfının en iyisi) olarak nitelenen, örneğin Peugeot 308'de dikkat çekici 82 gr CO2 versiyonu dahil Euro 6 Blue HDi dizel motorlar; 108, 208 ve 308'de kullanılan PureTech benzinli motorlar; zamanla 12 modelde yer alacak yeni otomatik vites kutusu EAT6 gibi en son teknolojilerle donatılacak.

Asya bölgesi : Çin'de satışların artışı ivme kazandı

Çin'de, 8 120 000 araç satışı ile %12,8 büyüyen Binek Otomobil pazarında Peugeot, 2014'ün ilk yarısında 185 000 adetlik satış ile %32,4'lük bir ilerleme gösterdi.

İlk yarıyıld 36 700 adedi Peugeot 301 olmak üzere Peugeot 308, 408, 508 ve 301 modelleri toplam 123 600 adet satış ile çok iyi bir performans gösterdiler.

Peugeot 2008 ve 3008 crossover gamı, Çinli müşteri kitlesinin beklentileri doğrultusunda pazara yeni bir dinamik getirdi. Böylelikle, Peugeot 3008 ticarileştikten 18 ay sonra % 37'lik artışla 33 700 adede ulaştı. Haziran ayı satışlarında pazar payı 2013'e oranla 0,7 puanlık bir ilerleme ile %2,35'e ulaştı. 2014'ün ilk altı ayında pazar payı %2,3'e ulaştı. 436 Yetkili Satıcı ile artık bölgeye hakim olan şebeke (Haziran 2013'te 350) markanın sahil şeridindeki önemli tarihsel merkezlerinden uzaktaki ekonomik gelişme ve güçlü kentsel büyüme gösteren diğer bölgelerdeki gelişimine katkıda bulunuyor. <<<



İnci Akü 30. yılında 30 milyon dolarlık marka değerine ulaştı



Türk sermayeli markası olan İnci Akü, marka değerlendirme kuruluşu Brand Finance'in hazırladığı 'Türkiye'nin En Değerli Markaları' listesinde bu yıl da ilk 100 arasında yerini aldı. Yapılan araştırma, bu yıl 30. yılını kutlayan İnci Akü'nün marka değerinin 30 milyon dolara yükseldiğini gösterdi.

Sektöründe ilk Ar-Ge Merkezini kurarak teknolojiye yatırım yapan ve geleceğin enerji depolama çözümlerini geliştiren İnci Akü, 2010 yılında yine sektöründe bir ilke imza atarak Türk markalarının küreselleşmesini hedefleyen Turquality programına girmeye hak kazandı. Başlattığı "Global Markalaşma Projesi" ile markalaşma alanındaki çalışmalarına hız veren İnci Akü, 4 kıtada 78 ülkeye ihracat yaparak sektöründe ihracat liderliği bayrağını taşımaya devam ediyor.

İnci Akü Pazarlama Müdürü Damla Arkan, konu ile ilgili "Dünya'nın ilk 10 akü üreticisi arasında olma' vizyonumuzla yaptığımız çalışmaların sonucu olarak, Brand Finance'in bu yılki 'En Değerli Markalar' listesinde değeri yükselen markalar arasında yer aldık. Geçtiğimiz günlerde açıklanan 2013 yılı TİM sonuçlarında da ilk 1.000 ihracatçı firma arasında istikrarlı yükselişimizi sürdürerek, 212. sırada yer aldık ve "sektörün ihracat lideri" ünvanımızı bu yıl da koruduk. Hayata geçirdiğimiz her yatırım, proje ve aldığımız ödüller ile marka değerimizi yükseltiyoruz. 'Türkiye'nin En Değerli Markaları' listesinde, akü sektöründe değerini geçen yıla göre arttıran İnci Akü, 30. Yılında 30 milyon dolarlık marka değerine ulaştı" dedi.

Şirketlerin hayata geçirdiği faaliyetlerin marka değeri üzerine etkisini ortaya koyan araştırmanın amacı,

İnci Akü, bu yıl da Brand Finance'in "En Değerli Markaları" listesinde ilk 100'de yer aldı. Uluslararası marka değerlendirme şirketi Brand Finance'in Türkiye'de 8'nci kez düzenlediği 'Türkiye'nin En Değerli Markaları' listesinde yerini alan İnci Akü, 30. yılını 30 milyon dolarlık marka değeri başarıyla taçlandırdı.

iş dünyasında, sürdürdükleri faaliyetler içinde markanın ne kadar önemli olduğuna dikkat çekmek. Değer tabanlı pazarlama yaklaşımını ülkemizin gündemine almayı başaran Brand Finance'in yaptığı araştırmaya göre Türkiye'nin en değerli 100 markasının toplam değeri 30 milyar 849 milyon dolar ediyor.

İnci Akü, 'Sürdürülebilir Müşteri Memnuniyeti' projesinde bayilerine başarı sertifikası verdi

Müşteri memnuniyetini, markasının değeri için en önemli yatırım olarak kabul eden İnci Akü, 'Sürdürülebilir Müşteri Memnuniyeti' projesinin ilk fazını, bayilerine verdiği eğitimler ile tamamladı. Satış sonrası hizmet konusunda, hem teorik hem pratik eğitimler düzenleyen İnci Akü, ihtiyaçları tek elden karşılamak ve derinlemesine çözümler sunmak üzere yaptığı çalışmalar sayesinde, müşterilerine çözüm odaklı yaklaşım sergiliyor.

Sürdürülebilir Müşteri Memnuniyeti' projesinin ilk fazını tamamlayan İnci Akü, proje kapsamında bayilerinin

ihtiyaç duyduğu satış sonrası desteği kusursuz şekilde sağlamak için Türkiye'nin ve Dünya'nın dört bir yanındaki bayilerine hem teknik, hem de iletişim konularında kapsamlı eğitimler veriyor. İnci Akü; akü kullanımı ve bakımı gibi birçok konuda, satış noktasında bulunan temsilcilerinin bilgi düzeyini yükseltmek ve standardizasyonu sağlamak için çalışmalarını sürdürüyor. Hem teorik, hem pratik olarak verilen eğitimler sonunda, katılımcılara yapılan sınavda başarılı olanlara 'Başarı Sertifikası' veriliyor.

Sürdürülebilir müşteri memnuniyeti ilkesi ile yapılan çalışmaları değerlendiren İnci Akü Pazarlama Müdürü Damla Arkan, "Sektöründe Müşteri Şikâyet Yönetimi sertifikası ISO 10002:2004'e sahip ilk şirket olarak, bayilerimizden gelen olumlu geri bildirimlerden büyük mutluluk duyuyoruz. Sürdürülebilir müşteri memnuniyeti için başlattığımız projemiz aşama aşama gelişerek, yenilikleriyle birlikte devam edecek. Yılın ikinci yarısında projemizin diğer fazlarını hayata geçirerek, müşteri memnuniyetimizi sürdürülebilir kılmak için bayilerimizle birebir temasta olmaya devam edeceğiz" dedi. <<<

BASF tasarımcıları, otomotiv renk trendlerini sundu

BASF'nin Boya Bölümü tasarımcıları, 2014/2015 yılı otomotiv renk trendlerini yayınladı. Hazırlamış oldukları "Under the Radar" isimli koleksiyon ile yeni renk paletleri trend radarında yer alıyor. Özel efektlerin geliştirilmesi yeni vurgular oluşturuyor ve olağandışı renk paletleri sunuyor. BASF tasarımcıları, bunun otomotiv renklerini gelecekte daha kompleks ve daha bireysel bir hale getireceğini öngörüyor. Farklılaşmayı sağlayan bu özellik, özellikle yeni bir araba alırken, kişiselleştirmenin giderek daha önemli bir role sahip olduğundan tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılıyor.

Özel efektler dinamizm ve karmaşıklık sağlıyor

Tasarımcılar; lüksten, artan kalite ve değer farkındalığına doğru hareket eden bir sosyal değişim gözlemliyor. Otomotiv renkleri

için bu, ikinci kez bakıldığında "vay be" etkisi yaratmak anlamına geliyor. Yenilikçi özel efektler bu vurguları oluşturuyor. Örneğin, yeni koleksiyon kısa bir süre önce geliştirilen XSpark® özel efektli



boyayı içeriyor. XSpark, ışığı yansıtan son derece küçük cam partikülleri içeren ve sadece ışıktaki etkili olan farklı bir parlaklık yaratıyor. BASF renk tasarımcısı Florina Trost şöyle diyor, "XSpark, otomotiv renginde yeni değerlerin dönüştürülmesinde tamamen yeni fırsatlar ve yeni bir kalite farkındalığı oluşturuyor."

Hedeflenen özel efekt sayesinde, mavi veya gümüş gibi klasik renkler tamamen özgün bir renk davranışı geliştiriyor. Böylece, araçların gövde geometrisini görsel olarak güçlendiriyorlar ve enfes bir parlaklıkla (XSpark) geniş yüzeyleri canlandırıyorlar.

BASF Avrupa Tasarım Başkanı Mark Gutjahr özel efektli boyaların önemini açıklıyor, "Yıllardır farklılıklar sadece koyu, inci efekti ve metalik arasında oldu. Artık bu alanda yeni bir hareket görmeye başladık. Renk ve özel efektler arasında hedeflenen etkileşim, otomotiv renklerini daha karmaşık ve çok yönlü hale getiriyor. Bu gelişme, bizlere birkaç yıl boyunca eşlik etmeye devam edecek. Özel efekt

paletinin potansiyelini henüz tüketmedik."

Güçlü renkler özgünlük gösteriyor

Yeni koleksiyondaki olağanüstü renk pozisyonları aynı zamanda daha fazla özgünlüğe yönelik trendi belirliyor. Gutjahr şöyle diyor, "Kırmızı gibi cesur renkler, özgün mobilité imajımızı şekillendirecek." Güçlü kırmızı renklerin büyüyen payı daha şimdiden yollarda görülebilir. Tasarımcılara göre, önümüzdeki yıllarda kırmızı renk geliştikçe güçlü, koyu mor renk paletine kaymaya devam edecek. Yeşilin potansiyeli, yoğun turkuazdan parlak yosun yeşiline kadar geniş bir yelpazede görünür olmaya devam edecek.

BASF global tasarım ekibinden Astrid Van der Auwera trendi özetlerken şöyle diyor, "Özgünlüğe yönelik trend, bu nedenle daha fazla gelişti. Bu sadece kendinizi sınırlandırma ve farklılaştırmakla ilgili değil, yeni renk boşlukları yaratılıyor ve renk konusuna daha fazla ağırlık verilmesini sağlıyor." <<<

Etki faktörleri	Otomotiv pazarı trendlere karşılık veriyor ve hızlı moda sektörünü farklı bir şekilde etkiliyor. Elbette bu sektörün renk trendleri de otomotiv sektöründe bir role sahip, ama "sezonluk sarı" otomatik olarak araba gövdelerine uygulanmamaktadır. Ekonomi, ekoloji ve dijital ağın paylaşılması gibi karmaşık sosyal gelişmeler, renk trendlerinde merkezi faktörleri teşkil ediyor.
Renk döngüleri	Yollarda yeni bir otomotiv rengi görülene kadar, OEM üretimle ilgili ilk fikrin üzerinden üç ila beş yıl geçecektir. Karmaşık bir ürün olarak otomotiv boyası pek çok karar verme, teknik adaptasyon ve test aşamasından geçmektedir.
Global mevcudiyet Bölgesel tercihler	BASF'nin Kuzey Amerika, Asya ve Avrupa'daki tasarımcıları, doğru rengi bulmak için birbiriyle ve araç üreticileri ile yakın bir işbirliği içerisinde çalışıyor. Sağladıkları işbirliği hem benzerlikleri hem de bölgesel farklılıkları tespit etmektedir. Marka bilinirliği, pazar geliştirme ve tüketici davranışı da önümüzdeki yıllarda her bölgede farklılık göstermeye devam edecek ve bu da, bölgesel renk tercihi farklılıklarının devam edeceği anlamına gelmektedir.

Kaskolu araç sahiplerine 1,4 milyar lira tazminat ödendi

Türkiye'de faaliyet gösteren sigorta şirketleri, yılın ilk yarısında hasar gören kaskolu araçların sahiplerine 1,4 milyar lira tazminat ödedi.

Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği (TSB) verilerinden derlenen bilgiye göre, geçen yılın ocak-haziran döneminde 963 bin 250 olan kaskolu araçlar için ödeme yapılan hasar dosyası sayısı, bu yılın aynı döneminde yüzde 12,5 oranında azalarak 842 bin 595'e geriledi.

Bu kaza dosyaları için sigorta şirketlerince araç sahiplerine 1 milyar 402 milyon 455 bin lira tazminat ödenirken, bu miktar geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 1,5 oranında azaldı.

En fazla hasar dosyası otomobillerde açıldı

Yılın ilk 6 ayında kaskolu araç türleri arasında en fazla hasar dosyası otomobillerde açıldı. Bu

dönemde kaskolu otomobiller için 590 bin 977 adet hasar dosyası düzenlenirken, bunlara yapılan tazminat ödemesi 909 milyon 501 bin lira olarak kayıtlara geçti.

Söz konusu dönemde, 165 bin 55 kamyonet hasarı için 207 milyon 95 bin, 147 bin 406 kamyon hasarı için 73 milyon 786 bin, 17 bin 479 minibüs hasarı için 21 milyon 123 bin, 15 bin 741 çekici hasarı için 107 milyon 433 bin, 15 bin 422 midibüs hasarı için 19 milyon 844 bin, 5 bin 664 otobüs hasarı için 19 milyon 823 bin lira kasko tazminatı ödendi.

Police üretimi yüzde 3 arttı

Yılın ilk yarısında taşıt araçları için üretilen kasko poliçe adedi ise önceki yıla göre yüzde 3 oranında artarak 2 milyon 335 bine yükseldi.

En yüksek poliçe üretimi 1 milyon 517 bin 838 adetle otomobil kaskolarında gerçekleştirilirken, bunu 440 bin 366 adetle kamyonet, 75 bin 683 adetle kamyon, 75 bin 401 adetle traktör, 65 bin 834 adetle çekici, 47 bin 377 adetle minibüs izledi.

Sigorta şirketleri, bu dönemde üretilen kasko poliçelerine 2 milyar 450 milyon 82 bin liralık prim yazdı. 🌟🌟🌟

Kur ve ÖTV artışları ikinci el vasıtaya ilgiyi artırdı

ÖTV zammı ve kur artışı nedeniyle 2014 yılının ilk yarısında yaşanan sıfır araç fiyatlarındaki artış, ikinci el vasıtaya ilgiyi artırdı. Ramazan ve yaklaşan Kurban bayramlarının bu artışı sürdürmesi beklenirken, piyasadaki hareketlilik sahibindex vasıta verilerine de yansdı.

Ayda 28 milyon tekil kullanıcının 90 milyondan fazla ziyaret ettiği Türkiye'nin en sevilen ve en çok ziyaret edilen online ticaret platformlarından sahibinden.com, 2014 yılı ilk yarı sahibindex "vasıta" verilerini açıkladı. Verilere göre yılın ilk 6 aylık döneminde, 3 milyon 429 bin 145 adet vasıta ilanı girildi. Bu dönem içinde sahibinden.com aracılığıyla 760 bin 558 adet vasıta satıldı ya da kiralandı.

Otomotiv Distribütörleri Derneği'nin (ODD) verilerine göre sıfır araç satışları 2014 yılının ilk iki ayında yüzde 19,25 düşerken bu düşüş ikinci el pazarını tetikledi ve ilan adetlerinde geçen seneye göre yüzde 11 artış görüldü.

Sahibindex "vasıta" verilerine göre 2014'ün ilk yarısında sahibinden.com üzerinden her 21 saniyede 1 vasıta yeni alıcısıyla buluştu.

Renault en çok satılan marka oldu

Aynı dönem içinde ilan giriş tarihinden bağımsız olarak en çok satılan marka Renault oldu. Renault'u sırasıyla Volkswagen, Fiat ve Opel takip etti. Hyundai ise ortalama



8 gün ile en hızlı satışı gerçekleştiren otomobil markası oldu.

İlk yarının en çok talep gören vasıtalarının özellikleri

sahibinden.com kullanıcılarının 2014 yılının ilk 6 aylık döneminde tercih ettikleri vasıta özellikleri şöyle şekillendi; 2011, 2012 ve 2004 model, yakıt tipi benzin ve LPG, manuel vites, beyaz renkli ve Sedan kasa.. 🌟🌟🌟



Renault'tan özel seri

Renault markasının, ilk şehirli crossover otomobili Captur, özel seri Outdoor versiyonu ile tazeleniyor. Captur Outdoor, Türkiye'de satışa çıktı.

Captur ailesinin bu yeni üyesi, önde ve arkadaki tampon korumaları ve 17" siyah renk alüminyum alaşımlı jantları ile çok daha fazla çekiciliğe ve sıra dışı maceracı bir görünüme sahip. Üstelik Outdoor versiyonunda, Clio ailesinde bulunan özel vernikli Alev Kırmızısı rengi bulunuyor. Kırmızı detaylar kabin içinde de göz alıyor.

Tavan ile gövdenin geri kalanı arasında kontrast oluşturan renklerin seçilmesine imkan sağlayan çift tonlu renk seçimi Captur Outdoor'da standart olarak sunuluyor. Çift tonlu renk seçeneklerinde tam 10 farklı kombinasyon bulunuyor.

Outdoor'da yer alan diğer iç mekan özellikleri arasında kırmızı ön panel detayları ve 'karbon elyaf' motifli direksiyon süslemeleri yer alıyor.

Renault Captur Outdoor'da standart ekipman olarak sunulan dokunmatik ekranlı İnternet Bağlantılı Entegre Navigasyon

Multimedya Sistemi olan R-Link birçok teknolojik özellik içeriyor. Navigasyon sistemi, canlı trafik bilgisi, radyo, telefon, e-posta, twitter, Facebook, Euronews haberler gibi birçok uygulama aynı sistem üzerinde yer alıyor.

Her türlü koşulda yol tutuşunu optimize eden Extended Grip Sistemi Captur Outdoor'da standart olarak müşterinin beğenisine sunuluyor. Bu ileri teknoloji kar, çamur, kum, vs. gibi zorlu koşullarda yol tutuşunu optimize etmek üzere tasarlanan çekiş kontrolünün evrim geçirmiş hali.

Sürücü, orta konsolda bulunan bir döner kumanda sayesinde mevcut koşullar için en uygun modu seçebiliyor. Sistemde üç mod bulunuyor: 'Standart', 'Bozuk Zemin' ve 'Ekspert'. Bu ayarlardan ilki sert yüzeyler için varsayılan standart ayardır (kuru, ıslak veya buzlu). 'Bozuk Zemin' modu ise Extended Grip sistemini çalışan tekerlekler üzerinde uygulayarak motor



torku ve frenleme kuvvetini, ön tekerleklerin daha fazla dönmesi amacıyla otomatik biçimde ayarlıyor. Böylece özel 4 mevsim M&S lastiklerin çamurdan veya kumdan daha etkili şekilde kurtulması ve yolu daha iyi tutması sağlanıyor.

'Ekspert' modu seçildiğinde ise sürücü, hızlanmak amacıyla motor torkunun iletimini kontrol altına alabiliyor; üstelik bu esnada frenleme kuvvetinin optimizasyonu sistemi tarafından yapılıyor.

Extended Grip sistemi, 'Bozuk Zemin' veya 'Ekspert' modları seçili haldeyken hızın 40 km/s'yi aşması durumunda otomatik olarak 'Standart' moda geçiyor.

Captur Outdoor'da 3 farklı motor seçeneği

Özel seri Captur Outdoor'da 3 farklı motor seçeneği bulunuyor; benzinli 6 ileri çift kavramalı otomatik vitesli 1.2 Turbo EDC 120bg ile birlikte dizel tarafında yakıt tasarrufu ve performansı bir arada sunan 1.5 dCi 90 bg Stop & Start ve 6 ileri çift

kavramalı otomatik vitesli 1.5 dCi EDC 90 bg.

Zengin standart donanım

Renault Captur Outdoor son derece zengin bir standart ekipman seviyesine sahip: R-Link İnternet Bağlantılı Entegre Navigasyon Multimedya Sistemi, otomatik yanan farlar ve yağmur sensörü, elektronik klima, özel 4 Mevsim lastikler ile 17" siyah renk alüminyum alaşımlı jantlar, viraj içi aydınlatma fonksiyonlu ön sis farları, ön ve arka tampon koruma, arka park sensörü (opsiyonel olarak geri görüş kamerası), hız ayar ve sınırlayıcı, buğu çözücülü elektrikli katlanır yan aynalar, Acil Durum Fren Destekli ABS ile birlikte Elektronik Denge Programı ESC ve Yokuş Kalkış Destek Sistemi (Hill Holder), Extended Grip Sistemi, Eller Serbest Renault Kart Sistemi, karartılmış arka camlar, yükseklik ve derinlik ayarlı deri direksiyon, koyu renk iç ambiyans & kırmızı iç dekor paketi. <<<>



Yakıtta cimri motorla satış hedefini büyüttü



Quasqai modeli ile yeni bir sınıfın doğmasına öncülük eden Nissan, küçük kardeş Juke modelini makyajladı. Modelin bir taraftan tasarımında ve donanımında yenilikler yapılırken diğer taraftan eski versiyonundan farklı olarak yeni motor kullanılarak araç daha tasarruflu hale getirildi. Bu kapsamda şirket Juke'un satış hedefini yükseltti. Yeni Juke'un tanıtımında konuşan Nissan Genel Müdürü Kei Kubota, hedef büyüttüklerini şu ifadelerle anlattı: "Sınıfının en çok satış adedine ulaşan modeli artık daha iddialı. Bu, satış adetlerimize de yansıtacak." Yeni Juke'dan yıl sonuna kadar 3 bin adet satılması bekleniyor. İngiltere'deki Sunderland fabrikasında üretilen Juke, markanın Qashqai'den sonra Avrupa'da en fazla ilgi gören modeli olma özelliğine sahip. B crossover'da sınıf lideri olan model ilk kez 2010'da pazara



Qashqai ile yeni bir sınıfın mucidi Japon Nissan, 100 km'de 5,6 litre yakıt tüketen 1,2 litrelik yeni motora sahip küçük kardeş Juke'un yeni yüzünü tanıttı. Nissan Genel Müdürü Kei Kubota, tasarımı daha sportif hale getirilen ve donanımı zenginleştirilen Juke'un satışlarında patlama bekliyor.

sürülürken o tarihten bu yana tüm dünyada 500 bin adetten fazla satıldı. Türkiye'de de lider konumunu koruyan araç, 52 bin 990 liradan başlayan fiyatlarla satışa sunuldu.

Yeni Juke'taki değişiklikleri anlatan Nissan Pazarlama Müdürü Mehmet Akın, kişiselleştirme özelliğine dikkat çekti. Akın'ın sunumuna göre, Special Edition versiyonuna özel, kırmızı, siyah, sarı ve beyaz aynı iç mekan ve dış renk seçenekleri, kullanıcıların tarzını yansıtmalarını sağlıyor. Spor iç döşemenin bulunduğu bu versiyonda 18 inçlik alüminyum alaşım jantlarla sportif tarafa öne çıkarılan model, orta konsolu, kapı detayları, direksiyon, vites, koltuk döşemesi ve deri

gösterge siperliği dikişlerini renklendirilmesi, kişiselleştirme seçenekleri arasında yer alıyor. Yeni Juke'un tasarımında ise Nissan'ın 'V' şeklindeki belirgin ön ızgarası, daha sportif bir çizgiye kavuşturulan yeni ön ve arka tamponları, Quasqai ve X-Trail modellerinde de kullanılan yeni bumerang arka farları ve modelin her paketinde standart hale getirilen LED gündüz farları en belirgin çizgileri oluşturuyor. Bagaj hacminin 314 litreden 354 litreye çıkarılması kullanıcıların araçtan daha fazla faydalanabilmesini sağlıyor.

1,6 yerine 1,2 litrelik yeni motor

1,2 litre DIG-T benzinli motoru, önceki 117 beygirlik 1,6 litre motor seçeneğinin yerine kullanılıyor. Düz vites seçeneğiyle sunulan bu gelişmiş turbo şarj direkt enjeksiyon motor, 115 beygir güç ve 190 Nm tork üretiyor. 1,2 litre (1197cc) turbo şarj motor bir önceki 1,6 litrelik motora kıyasla daha yüksek ivme ve daha güçlü çekiş (190Nm) sağlarken 100 km'deki ortalama yakıt tüketimini 5,6 litre seviyesinde tutuyor. <<<

Yeni Mercedes-Benz Vito dünya lansmanı Berlin'de gerçekleşti

Çok çeşitli alanlarda kullanım olanağı sunan yeni Vito, özellikle yeni motor ve şanzımanları, tamamen yenilenmiş sürüş sistemi ve güvenlik donanımları ile dikkat çekiyor.

Ekonomikliği, çevre uyumu ve farklı kullanım alanlarına hitap eden model çeşitliliği ile hafif ticari araç kategorisine yeni bir boyut getirecek olan yeni Mercedes-Benz Vito, Almanya Berlin'de organize edilen görkemli bir lansman ile dünyaya tanıtıldı. Geliştirilen motorlar, şanzımanlar ve güvenlik donanımları ile dikkat çeken yeni Vito, düşürülen emisyon değerleri ve yakıt tüketimi ile 2,5 – 3,2 ton arası AYA (Azami Yüklü Ağırlık) kategorisinde çok daha performanslı bir araç haline geldi.

Yeni Vito kullanımda çok yönlü

Farklı modelleriyle iş, aile kullanımı, yük ve yolcu taşımacılığı alanlarında kullanıma uygun bir araç olan

yeni Vito, panelvan, Mixto, Kombivan ve 8+1 seçenekleriyle üretilecek.

Vito panelvan: 1369 kg yük kapasitesi ile sınıfında ilk sırada yer alıyor. 3 farklı araç uzunluğu ve 3 farklı motor seçeneği bulunuyor.

Vito Mixto: İş ve aile kullanımı için ideal çözüm ortağı olan bu araç, 1,40 m- 1,87 m arasında değişen 3 farklı uzunlukta ve 3,1 m³ - 4,1 m³ arasında değişen yük hacmi ile satışa sunulacak.

Vito Tourer: Yolcu taşımacılığına yepyeni standartlar getiren Vito Tourer'in 3 farklı model seçeneği ile üretilecek: işlevsel ve dayanıklı Vito Tourer BASE, çok yönlü Vito Tourer PRO ve lüks donanıma sahip Vito Tourer SELECT. Bu seçenekleriyle Tourer tüm yolcu taşıma ihtiyaçlarına cevap verecek.



Tasarım: Form ve işlevsellik birarada

Güçlü ve karakteristik çizgileriyle dikkat çeken yeni Vito'nun 0,32cw'lık hava direnci kat sayısı, düşük yakıt tüketimi ve iyi bir yol tutuşunu beraberinde getiriyor. Dış görü-nümde ilk bakışta kendini gösteren yüksek ürün kalitesi, aracın içinde de dikkat çekiyor. Konforlu koltuklar, geniş iç hacim, ergonomik sürücü mahalli yeni Vito'yu kendi kategorisinde çok özel bir konuma taşıyor.

Motor ve güç aktarma seçenekleri

Yeni Vito kendi sınıfında ilk kez önden çekiş, arkadan çekiş ve 4x4 seçenekleriyle pazara sunulacak. Böylece müşteri, aracını kullanım alanına uygun seçme fırsatına sahip olacak.

Düşük maliyet, yüksek verim

Mercedes-Benz mühendisleri yeni Vito'nun geliştirme çalışmalarında yakıt tüketiminin düşük, verimliliğin yüksek tutulması konusunu öncelikli olarak ele aldılar. Bunun sonu-cuna yeni Vito'nun yakıt tüketiminin bir önceki modele göre %20 oranında düşürülmesini sağladılar. İşletme maliyetlerinin düşürülmesi hedefi doğrultusunda bakım aralıkları da uzatılan yeni Vito 20.000 km bir veya yılda bir bakıma girecek.

Güvenlikte kendi sınıfında yeni bir boyut

Seri donanım kapsamında olan tüm tekerleklerde disk fren ve ADAPTIVE ESP sistemi yeni Vito'ya "kendi sınıfının en güvenli aracı" ünvanını kazandırıyor. <<<



2014 yılı dünya toplam otomotiv pazarı geçen yıla oranla %4,1 artışla, 91 milyon adet seviyesinde gerçekleşmesi bekleniyor

2015 yılında ise dünya otomotiv pazarının bir önceki yıla göre %5,2 artışla 95,7 milyon adet seviyesine ulaşması tahmin ediliyor.

Bölge	Araç Türü	2013 (‘000 Adet)	2014 (‘000 Adet)	Değişim	2015 (‘000 Adet)	2015/2014 (‘000 Adet)
KUZEY AMERİKA	Otomobil	16.805	17.424	3,7%	17.926	2,9%
	H. Ticari	1.568	1.523	-2,9%	1.528	0,3%
	A. Ticari	437	481	10,1%	503	4,6%
	Toplam	18.810	19.428	3,3%	19.957	2,7%
MERCOSUR	Otomobil	3.352	3.310	-1,3%	3.513	6,1%
	H. Ticari	1.120	1.098	-2,0%	1.166	6,2%
	A. Ticari	213	200	-6,1%	210	5,0%
	Toplam	4.685	4.608	-1,6%	4.889	6,1%
BATI AVRUPA	Otomobil	11.553	11.898	3,0%	12.378	4,0%
	H. Ticari	1.344	1.411	5,0%	1.504	6,6%
	A. Ticari	270	251	-7,0%	278	10,8%
	Toplam	13.167	13.560	3,0%	14.160	4,4%
DOĞU AVRUPA	Otomobil	4.437	4.264	-3,9%	4.553	6,8%
	H. Ticari	497	477	-4,0%	523	9,6%
	A. Ticari	243	261	7,4%	289	10,7%
	Toplam	5.177	5.002	-3,4%	5.365	7,3%
JAPONYA	Otomobil	4.539	4.523	-0,4%	3.964	-12,4%
	H. Ticari	716	688	-3,9%	645	-6,3%
	A. Ticari	79	77	-2,5%	86	11,7%
	Toplam	5.334	5.288	-0,9%	4.695	-11,2%
ASYA/PASİFİK	Otomobil	23.128	25.330	9,5%	27.810	9,8%
	H. Ticari	6.807	6.967	2,4%	7.561	8,5%
	A. Ticari	1.719	1.793	4,3%	1.881	4,9%
	Toplam	31.654	34.090	7,7%	37.252	9,3%
DİĞERLERİ	Otomobil	7.639	8.021	5,0%	8.356	4,2%
	H. Ticari	853	918	7,6%	965	5,1%
	A. Ticari	98	107	9,2%	110	2,8%
	Toplam	8.590	9.046	5,3%	9.431	4,3%
DÜNYA	Otomobil	71.453	74.770	4,6%	78.500	5,0%
	H. Ticari	12.905	13.082	1,4%	13.892	6,2%
	A. Ticari	3.059	3.170	3,6%	3.357	5,9%
	Toplam	87.417	91.022	4,1%	95.749	5,2%

LMC Automotive, 2014 yılı 1. Çeyrek itibarıyla 2014 ve 2015 yılı dünya otomotiv pazarı tahminlerini yayınladı. 1. Çeyrek sonuçlarına göre; 2014 yılı dünya toplam otomotiv pazarı geçen yıla oranla %4,1 artışla, 91 milyon adet seviyesinde gerçekleşmesi bekleniyor. 2015 yılında ise dünya otomotiv pazarının bir önceki yıla göre %5,2 artışla 95,7 milyon adet seviyesine ulaşması tahmin ediliyor.

1. Çeyrek 2014 yılı toplam satışlarına göre en fazla artış Asya/Pasifik (%7,7) ülkelerinde ve ardından Kuzey Amerika (%3,3) ülkelerinde, en fazla daralma ise Doğu Avrupa (-%3,4) ülkelerinde, ardından Mercosur (-%1,6) ülkelerinde ve Japonya'da (-%0,9) bekleniyor. 2015 yılı toplam satışlarında ise bir önceki yıla göre Asya/Pasifik ülkelerinde (%9,3) en yüksek artış, ardından Doğu Avrupa ülkelerinde %7,3 artış ve Mercosur ülkelerinde %6,1 artış beklenirken, Japonya'da %11,2 daralma olacağı tahmin ediliyor.

2014 yılı 1. Çeyrek sonuçlarına göre, 2014 yılı sonu itibarıyla Çin pazarı %10,4 artışla 25 milyon 530 bin adete ve Hindistan pazarı %5,7 artışla 3 milyon 384 bin adete ulaşması beklenirken, Rusya pazarında %1,4 daralma gerçekleştiği öngörülüyor.

2015 yılı sonu itibarıyla ise; Hindistan pazarının %21 artışla 4 milyon 94 bin adete ve Çin pazarının %8,2 artışla 27 milyon 630 bin adete ulaşacağı tahmin ediliyor.

Bölge	Araç Türü	2013	2014	Değişim	2015	2015/2014
		('000 Adet)	('000 Adet)		('000 Adet)	('000 Adet)
ABD	Otomobil	14.273	14.742	3,3%	15.137	2,7%
	H. Ticari	1.299	1.333	2,6%	1.336	0,2%
	A. Ticari	367	407	10,9%	421	3,4%
	Toplam	15.939	16.482	3,4%	16.894	2,5%
BREZİLYA	Otomobil	2.721	2.769	1,8%	2.936	6,0%
	H. Ticari	853	869	1,9%	922	6,1%
	A. Ticari	182	170	-6,6%	179	5,3%
	Toplam	3.756	3.808	1,4%	4.037	6,0%
RUSYA	Otomobil	2.596	2.548	-1,8%	2.684	5,3%
	H. Ticari	176	173	-1,7%	185	6,9%
	A. Ticari	112	122	8,9%	139	13,9%
	Toplam	13.167	13.560	3,0%	14.160	4,4%
HİNDİSTAN	Otomobil	2.368	2.494	5,3%	3.008	20,6%
	H. Ticari	560	569	1,6%	712	25,1%
	A. Ticari	275	321	16,7%	374	16,5%
	Toplam	3.203	3.384	5,7%	4.094	21,0%
ÇİN	Otomobil	16.776	18.908	12,7%	20.610	9,0%
	H. Ticari	5.104	5.339	4,6%	5.718	7,1%
	A. Ticari	1.236	1.283	3,8%	1.302	1,5%
	Toplam	23.116	25.530	10,4%	27.630	8,2%
KORE	Otomobil	1.299	1.328	2,2%	1.377	3,7%
	H. Ticari	205	208	1,5%	212	1,9%
	A. Ticari	26	30	15,4%	35	16,7%
	Toplam	1.530	1.566	2,4%	1.624	3,7%
BRIC	Otomobil	24.461	26.719	9,2%	29.238	9,4%
	H. Ticari	6.693	6.950	3,8%	7.537	8,4%
	A. Ticari	1.805	1.896	5,0%	1.994	5,2%
	Toplam	32.959	35.565	7,9%	38.769	9,0%

Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği

* 2015 değerleri LMC Automotive 2014 1. çeyrek tahminleridir.

Otomobil ve hafif ticari araç pazarı

2014 yılı ilk 7 ayında yüzde 23,5 azaldı

Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 2014 yılı Ocak-Temmuz döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %23,51 azalarak 346.768 adet olarak gerçekleşti.

Otomobil satışları 2014 yılı Ocak-Temmuz döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %21,69 azalarak 272.375 adete geriledi. 2013 yılı ilk yedi ayında 347.818 adet satışa ulaşılmıştı.

Hafif ticari araç pazarı 2014 yılı ilk yedi ayında geçen yıla göre %29,5 oranında azalarak 74.393 adete geriledi. Geçen yıl 105.521 adet satış gerçekleşmişti.

Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı, 2014 Yılı Temmuz Ayında %16 azaldı. Otomobil Pazarı %16,35 ve Hafif Ticari Araç Pazarı %16,24 Küçüldü.

2014 yılı Temmuz ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 59.907 adete geriledi. 71.596 adet olan 2013 yılı Temmuz ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %16,33 oranında azaldı.

2014 yılı Temmuz ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %16,35 azalarak 46.602 adet olarak gerçekleşti.

2014 yılı Temmuz ayında hafif ticari araç pazarı 2013 yılının Temmuz ayına göre %16,24 azalarak 13.305 adet seviyesine geriledi.

2014 yılı ilk yedi ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre, 1600cc altındaki otomobil satışlarında %20,81, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %39,88 ve 2000cc üstü otomobillerde %3,04 daralma görüldü.

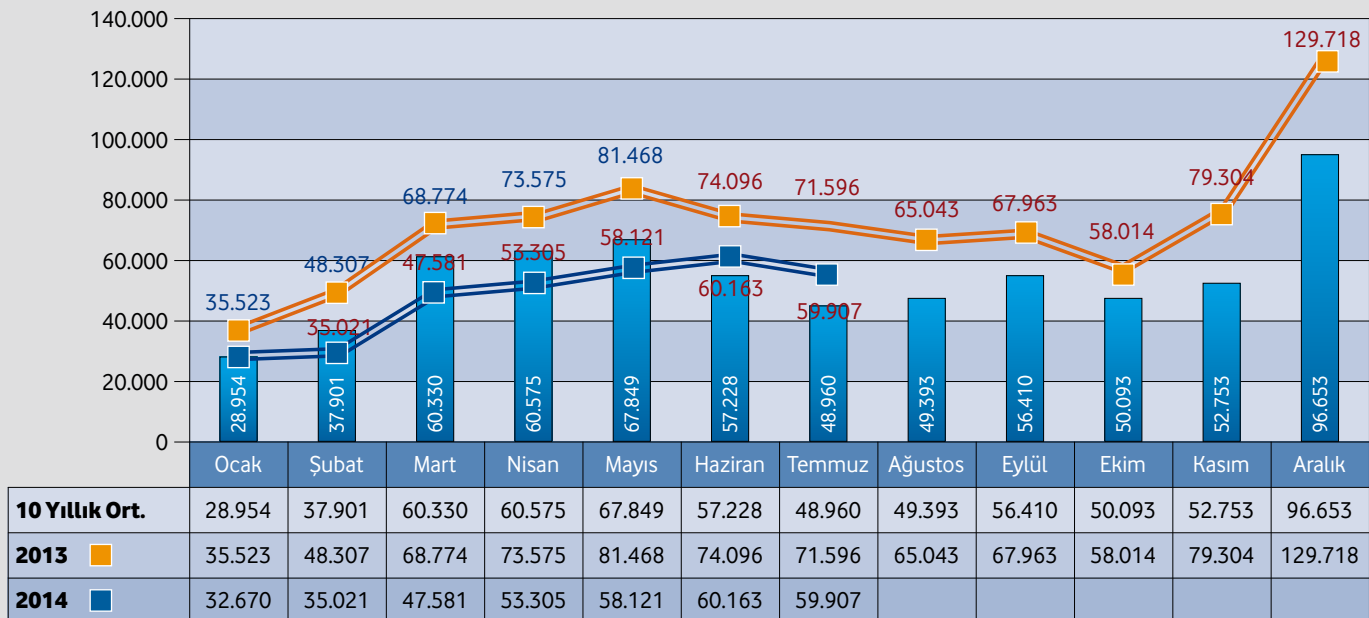
2014 yılı ilk yedi ayında otomobil pazarında ortalama emisyon değerlerine göre en yüksek paya %39,92 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller 108.745 adet ile sahip oldu.

2014 yılı ilk yedi ayında dizel otomobil satışlarının payı %62,97'ye, otomatik şanzımanlı otomobillerin payı ise %45,37'ye yükseldi.

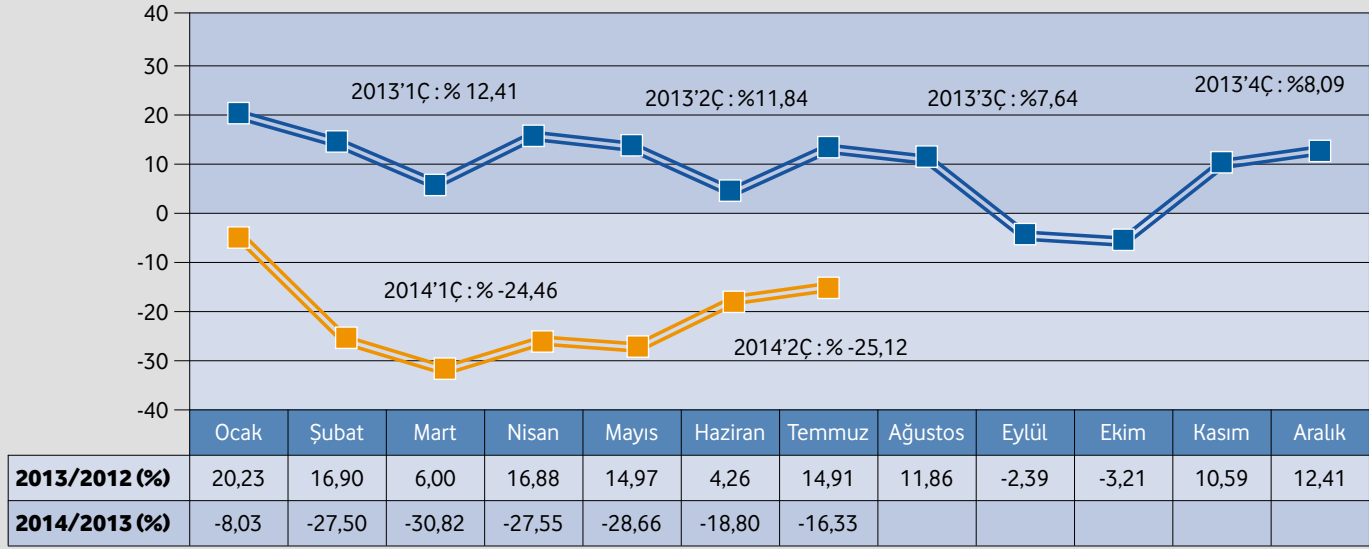
2014 yılı ilk yedi ayında otomobil pazarı segmentinin %83,59'unu, vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlar oluşturdu. Segmentlere göre en yüksek satış adetine %52,28 pay ile C segmenti (142.391 adet), kasa tiplerine göre ise en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%47,64 pay, 129.759 adet) oldu.

Türkiye Otomotiv pazarında 2014 yılı ilk yedi ayında otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 346.768 olarak gerçekleşti. 453.339 adet olan 2013 yılı aynı dönemi otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %23,51 oranında daraldı. 2014 yılı Temmuz ayı otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 59.907 adet olarak gerçekleşti. 71.596 adet olan 2013 yılı Temmuz ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %16,33 oranında azaldı. <<<

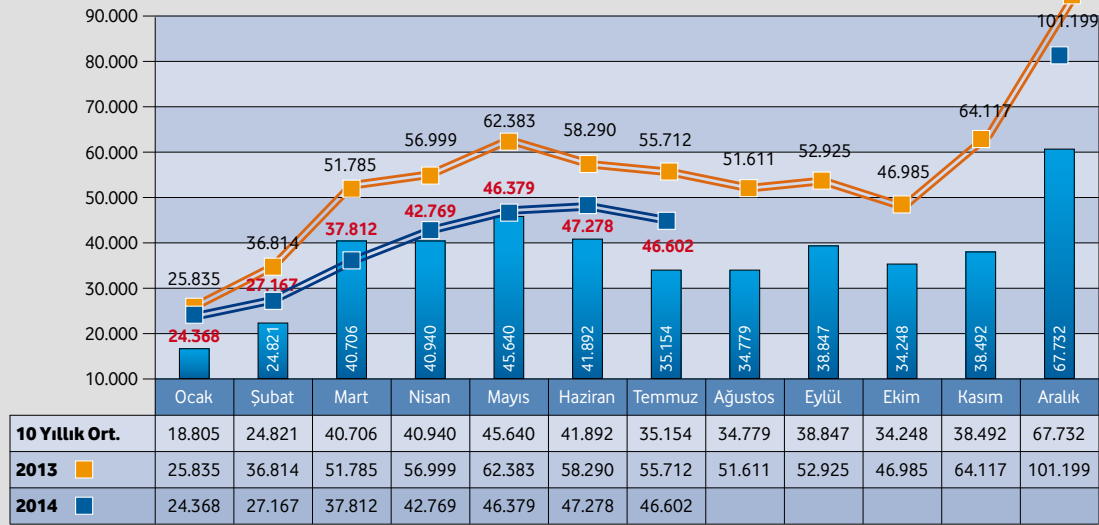
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ TOPLAM PAZARI



OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI AYLIK GELİŞİMİ (%)



OTOMOBİL PAZARI

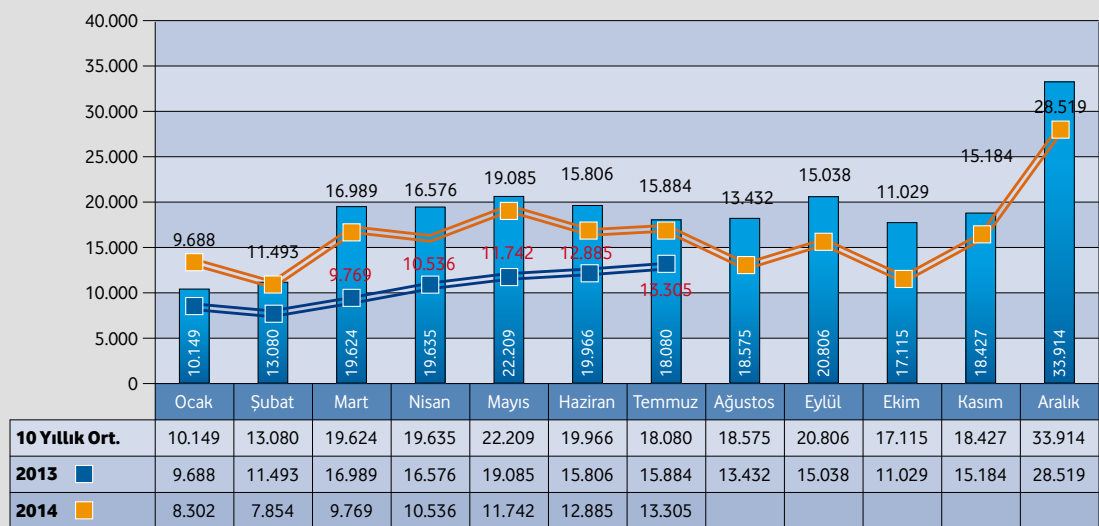


Türkiye Otomotiv pazarında, hafif ticari araç pazarı 2014 yılı Ocak-Temmuz döneminde geçen yılın aynı döneme göre %29,5 oranında azalarak 74.393 adet seviyesinde gerçekleşti. Geçen sene aynı dönemde 105.521 adet satışa ulaşılmıştı.

Hafif ticari araç pazarı 2014 yılı Temmuz ayında geçen yılın aynı ayına göre %16,24 oranında azalarak 13.305 adet seviyesinde gerçekleşti. Geçen sene Temmuz ayında 15.884 adet satış gerçekleştirilmişti.

Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Temmuz ayı ortalama satışlara göre %26,41 azaldı.

HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI



SEKTÖR ANALİZİ

2014 yılı Ocak-Temmuz dönemi otomobil pazarı motor hacmine göre incelendiğinde, en yüksek paya %94,84 oranıyla yine 1600cc altındaki otomobiller 258.323 adet ile sahip oldu. Ardından %4,11 pay ile 1600-2000cc aralığındaki otomobiller ve %1,04 pay ile 2000cc üstü otomobiller yer aldı. 2013 yılı aynı dönemine göre 1600cc altındaki otomobil satışlarında %20,81, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %39,88 ve 2000cc üstü otomobillerde %3,04 azalma görüldü.

Motor Hacmi	Motor Cinsi	2013 Temmuz Sonu		2014 Temmuz Sonu		Değişim	ÖTV	KDV
		Adet	Pay	Adet	Pay			
≤ 1600 cc	B/D	326.221	% 93,79	258.323	% 94,84	% -20,81	% 45	% 18
1601 cc ≤ 2000 cc	B/D	18.639	% 5,36	11.205	% 4,11	% -39,88	% 90	% 18
≥ 2001 cc	B/D	2.930	% 0,84	2.841	% 1,04	% -3,04	% 145	% 18
≤ 85 kW	Elektrikli	28	% 0,01	0	% 0,0	% -78,57	% 3	% 18
86 kW ≤ 120 kW	Elektrikli	0	% 0,0	0	% 0,0	-	% 7	% 18
≥ 121 kW	Elektrikli	0	% 0,0	0	% 0,0	-	% 15	% 18
Toplam		347.818	% 100,0	272.375	% 100,0	% -21,69	Vergi Oranları	

2014 yılı Ocak-Temmuz döneminde otomobil pazarı ortalama emisyon değerlerine göre incelendiğinde, en yüksek paylara %39,92 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller (108.745 adet) ve ardından yine %30,54 pay ile 120-140 gr/km arasındaki otomobiller (83.189 adet) sahip oldu.

CO2 Ortalama Emisyon Değerleri (gr/km)	2013 Temmuz Sonu		2014 Temmuz Sonu		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
< 100 gr/km	28.909	% 8,31	28.234	% 10,37	% -2,33
≥ 100 - < 120 gr/km	123.050	% 35,38	108.745	% 39,92	% -11,63
≥ 120 - < 140 gr/km	115.185	% 33,12	83.189	% 30,54	% -27,78
≥ 140 - < 160 gr/km	61.248	% 17,61	38.337	% 14,08	% -37,41
≥ 160 gr/km	19.426	% 5,59	13.870	% 5,09	% -28,60
Toplam	347.818	% 100,0	272.375	% 100,0	% -21,69

2014 yılı Ocak-Temmuz döneminde dizel otomobil satışları geçen yılın aynı dönemine göre %16,63 oranında azaldı. 2014 yılı Temmuz sonu otomobil satış adetleri, 2013 yılı aynı dönem ile kıyaslandığında, dizel payı %59,14'den %62,97'ye (171.512 adet) yükseldi.

Dizel	2013 Temmuz Sonu		2014 Temmuz Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	51	% 5,13	11	% 0,53	% -78,43
B (Entry)	65.748	% 55,64	50.389	% 60,56	% -23,36
C (Compact)	110.150	% 61,43	95.346	% 66,96	% -13,44
D (Medium)	22.380	% 55,85	19.718	% 58,95	% -11,89
E (Luxury)	6.207	% 78,14	4.557	% 47,23	% -26,58
F (Upper Luxury)	1.178	% 88,97	1.491	% 92,55	% 26,57
Toplam	205.714	% 59,14	171.512	% 62,97	% -16,63

2014 yılı Ocak-Temmuz döneminde otomatik şanzımanlı otomobil satış adetleri 2013 yılı aynı dönemine göre %5,26 azaldı. 2014 yılı 7 aylık otomobil satış adetleri geçen yıl ile kıyaslandığında, otomatik şanzımanlı otomobil satışlarının payı %37,50'den %45,37'ye (123.580 adet) yükseldi.

Otomatik Şanzıman	2013 Temmuz Sonu		2014 Temmuz Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	345	% 34,67	1.384	% 67,05	% 301,16
B (Entry)	23.175	% 19,61	22.952	% 27,58	% -0,96
C (Compact)	65.965	% 36,79	63.473	% 44,58	% 3,78
D (Medium)	31.710	% 79,13	26.994	% 80,70	% -14,87
E (Luxury)	7.916	% 99,66	7.217	% 74,80	% -8,83
F (Upper Luxury)	1.324	% 100,00	1.560	% 96,83	% 17,82
Toplam	130.435	% 37,50	123.580	% 45,37	% -5,26

Avrupa otomotiv pazarı 2014 Ocak-Haziran döneminde yüzde 6,5 arttı

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2014 yılı Ocak-Ağustos döneminde %6,5 arttı ve 7.800.299 adet seviyesinde gerçekleşti. 2013 yılı aynı dönemde toplam 7.324.129 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı ilk altı ayında en fazla düşüş %4,8 ile Hollanda'da, ardından %3,6 ile İsviçre'de, %3,4 ile İsviçre'de, %1,8 ile Avusturya'da ve %1,1 ile Belçika'da görüldü. 2014 Ocak-Haziran döneminde satışlarını en çok artıran ilk üç pazar sırasıyla; Portekiz %40,5, Hırvatistan %32,8 ve İzlanda %31,7 oranıyla yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2014 yılı Haziran ayında 2013 yılı aynı ayına göre %5,0 büyüdü ve toplam 1.402.825 adet seviyesinde pazar gerçekleşti. 2013 yılı aynı ayında ise 1.336.113 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı Haziran ayında geçen yılın aynı ayına göre en fazla düşüş %14,7 ile Slovenya'da, %5,6 ile Avusturya'da, %4,2 ile Hollanda'da, %2,6 ile İsviçre'de, %2,3 ile Belçika'da, %1,1 ile Almanya'da ve %0,8 ile Polonya'da görüldü. 2014 yılı Haziran ayında geçen yılın aynı ayına göre satışlarını en çok arttıran ilk üç pazar sırasıyla; Romanya %67,6, Yunanistan %41,9 ve İzlanda %28,3 oranıyla yer aldı.

2014 yılı Ocak-Haziran döneminde, Türkiye %23,91 daralma ile en fazla küçülen pazar olurken, Avrupa otomotiv satışları sıralamasında 7. ülke konumunda yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomobil pazarı 2014 yılı Ocak-Haziran döneminde 2013 yılı aynı dönemine göre %6,2 arttı ve toplam 6.851.552 adet seviyesinde pazara ulaşıldı. 2013 yılı aynı dönemde ise 6.452.512 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı Ocak-Haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine göre sırasıyla en fazla düşüş %5,4

ile Hollanda'da, ardından %4,1 ile İsviçre'de, %2,7 ile Avusturya'da ve %0,9 ile Belçika'da görüldü. 2014 yılı Ocak-Haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine göre satışlarını en çok artıran ilk üç pazar ise sırasıyla; Portekiz %37,7, Hırvatistan %32,6 ve İzlanda %30,4 oranıyla yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomobil pazarı 2014 yılı Haziran ayında 2013 yılı aynı ayına göre %4,3 arttı ve toplam 1.230.363 adet seviyesinde pazar gerçekleşti.

2013 yılı Haziran ayında ise 1.179.295 adet satış gerçekleşmişti. 2013 yılı Eylül ayından beri aylar itibari ile yaşanan artış, 2014 yılında da devam etti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı Haziran ayında geçen yılın aynı ayına göre Slovenya'da %17,4 daralma görülürken, ardından %7 ile Avusturya'da ve %5,9 ile Hollanda'da küçülme yaşandı. Daralma yaşayan diğer ülkeler; İsviçre, Almanya ve Belçika oldu. <<<

AVRUPA OTOMOBİL SATIŞLARI (HAZİRAN 2014/2013)							
	HAZ. 2014	HAZ. 2013	Değ.%		OCK-HAZ. 14	OCK-HAZ. 13	Değ.%
ALMANYA	306.517	310.061	-1,1	ALMANYA	1.691.597	1.644.261	2,9
İNGİLTERE	262.593	242.296	8,34	İNGİLTERE	1.461.062	1.320.073	10,7
FRANSA	236.815	230.453	2,8	FRANSA	1.171.267	1.143.051	2,5
İTALYA	138.501	132.956	4,2	İTALYA	823.480	791.011	4,1
İSPANYA	101.648	82.435	23,3	İSPANYA	519.216	432.951	19,9
BELÇİKA	47.718	48.826	-2,3	BELÇİKA	322.106	325.528	-1,1
HOLLANDA	38.467	40.138	-4,2	HOLLANDA	233.237	245.071	-4,8
İSVEÇ	32.988	26.593	24,1	POLONYA	205.605	176.144	16,7
AVUSTURYA	32.754	34.682	-5,6	AVUSTURYA	186.780	190.270	-1,8
İSVİÇRE	30.963	31.784	-2,1	İSVEÇ	175.628	150.072	17,0
POLONYA	30.625	30.886	-0,8	İSVİÇRE	167.423	173.325	-3,4
DANİMARKA	20.413	19.932	2,4	DANİMARKA	114.037	105.249	8,3
ÇEK CUM.	20.069	16.163	24,2	ÇEK CUM.	105.064	90.000	16,7
PORTEKİZ	17.987	14.134	27,3	NORVEÇ	90.326	89.942	0,4
NORVEÇ	14.637	14.214	3,0	PORTEKİZ	89.054	63.395	40,5
FİNLANDİYA	10.534	10.117	4,1	İRLANDA	76.325	60.993	25,1
YUNANİSTAN	8.439	5.949	41,9	FİNLANDİYA	66.220	63.696	4,0
ROMANYA	8.167	4.873	67,6	MACARİSTAN	42.318	34.093	24,1
MACARİSTAN	7.899	6.199	27,4	SLOVAKYA	40.467	36.202	11,8
SLOVAKYA	7.698	6.794	13,8	YUNANİSTAN	40.023	32.243	24,1
SLOVENYA	5.557	6.515	-14,7	ROMANYA	37.963	30.224	25,6
LÜKSEMBURG	4.836	4.706	2,8	SLOVENYA	32.948	32.048	2,8
HIRVATİSTAN	4.014	3.833	4,7	LÜKSEMBURG	29.572	28.526	3,7
BULGARİSTAN	2.464	2.274	8,4	HIRVATİSTAN	24.129	18.167	32,8
İRLANDA	2.298	2.173	5,8	ESTONYA	12.517	12.144	3,1
ESTONYA	2.151	1.977	8,8	BULGARİSTAN	12.242	10.778	13,6
İZLANDA	1.975	1.539	28,3	LİTVANYA	9.772	8.376	16,7
LİTVANYA	1.651	1.511	9,3	LETONYA	8.218	6.951	18,2
LETONYA	1.586	1.417	11,9	İZLANDA	6.832	5.189	31,7
KIBRIS	681	726	18,6	KIBRIS	4.871	4.156	17,2
TOPLAM	1.402.825	1.336.113	5,0	TOPLAM	7.800.299	7.324.129	6,5
TÜRKİYE	63.826	77.771	-17,93	TÜRKİYE	305.075	400.966	-23,91

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI TEMMUZ 2014									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO		110	110			0	0	110	110
AUDI		903	903			0	0	903	903
BENTLEY		2	2			0	0	2	2
BMW		2.050	2.050			0	0	2.050	2.050
CHERY		12	12		0	0	0	12	12
CHEVROLET		14	14			0	0	14	14
CITROEN		943	943	146	661	807	146	1.604	1.750
DACIA		2.358	2.358		440	440	0	2.798	2.798
FERRARI		0	0			0	0	0	0
FIAT	2.756	516	3.272	3.507	414	3.921	6.263	930	7.193
FORD	223	4.762	4.985	3.246	34	3.280	3.469	4.796	8.265
GEELY		10	10			0	0	10	10
HONDA	842	295	1.137			0	842	295	1.137
HYUNDAI	1.342	1.720	3.062		149	149	1.342	1.869	3.211
INFINITI		0	0			0	0	0	0
ISUZU			0	160	212	372	160	212	372
IVECO			0		138	138	0	138	138
JAGUAR		4	4			0	0	4	4
JEEP		45	45			0	0	45	45
KARSAN			0	70		70	70	0	70
KIA		876	876		102	102	0	978	978
LADA			0			0	0	0	0
LAMBORGHINI		0	0			0	0	0	0
LANCIA		3	3			0	0	3	3
LAND ROVER		88	88			0	0	88	88
MASERATI		3	3			0	0	3	3
MAZDA		61	61		0	0	0	61	61
MERCEDES-BENZ		1.723	1.723		479	479	0	2.202	2.202
MINI		48	48			0	0	48	48
MITSUBISHI		58	58	10	297	307	10	355	365
NISSAN		1.091	1.091		9	9	0	1.100	1.100
OPEL		2.888	2.888	0	0	0	0	2.888	2.888
OTOKAR			0			0	0	0	0
PEUGEOT		1.104	1.104	72	361	433	72	1.465	1.537
PORSCHE		57	57			0	0	57	57
PROTON		20	20		0	0	0	20	20
RENAULT	4.695	1.719	6.414		640	640	4.695	2.359	7.054
SEAT		1.326	1.326			0	0	1.326	1.326
SKODA		1.230	1.230		0	0	0	1.230	1.230
SMART		7	7			0	0	7	7
SSANGYONG		41	41		64	64	0	105	105
SUBARU		68	68			0	0	68	68
SUZUKI		83	83			0	0	83	83
TATA		15	15		25	25	0	40	40
TOYOTA	1.964	953	2.917		94	94	1.964	1.047	3.011
VOLKSWAGEN		7.104	7.104		1.975	1.975	0	9.079	9.079
VOLVO		470	470			0	0	470	470
TOPLAM:	11.822	34.780	46.602	7.211	6.094	13.305	19.033	40.874	59.907

Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI OCAK-TEMMUZ 2014									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO	0	569	569	0	0	0	0	569	569
AUDI	0	7.527	7.527	0	0	0	0	7.527	7.527
BENTLEY	0	8	8	0	0	0	0	8	8
BMW	0	10.742	10.742	0	0	0	0	10.742	10.742
CHERY	0	201	201	0	0	0	0	201	201
CHEVROLET	0	566	566	0	0	0	0	566	566
CITROEN	0	6.095	6.095	858	2.816	3.674	858	8.911	9.769
DACIA	0	12.342	12.342	0	2.841	2.841	0	15.183	15.183
FERRARI	0	7	7	0	0	0	0	7	7
FIAT	15.218	3.716	18.934	17.476	3.175	20.651	32.694	6.891	39.585
FORD	372	17.940	18.312	17.550	107	17.657	17.922	18.047	35.969
GEELY	0	57	57	0	0	0	0	57	57
HONDA	5.036	1.700	6.736	0	0	0	5.036	1.700	6.736
HYUNDAI	10.074	10.611	20.685	0	735	735	10.074	11.346	21.420
INFINITI	0	3	3	0	0	0	0	3	3
ISUZU	0	0	0	468	1.242	1.710	468	1.242	1.710
IVECO	0	0	0	0	1.092	1.092	0	1.092	1.092
JAGUAR	0	30	30	0	0	0	0	30	30
JEEP	0	386	386	0	0	0	0	386	386
KARSAN	0	0	0	567	0	567	567	0	567
KIA	0	4.967	4.967	0	629	629	0	5.596	5.596
LADA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LAMBORGHINI	0	1	1	0	0	0	0	1	1
LANCIA	0	190	190	0	0	0	0	190	190
LAND ROVER	0	641	641	0	0	0	0	641	641
MASERATI	0	39	39	0	0	0	0	39	39
MAZDA	0	560	560	0	9	9	0	569	569
MERCEDES-BENZ	0	11.202	11.202	0	3.677	3.677	0	14.879	14.879
MINI	0	474	474	0	0	0	0	474	474
MITSUBISHI	0	472	472	63	1.537	1.600	63	2.009	2.072
NISSAN	0	9.193	9.193	0	92	92	0	9.285	9.285
OPEL	0	17.860	17.860	0	0	0	0	17.860	17.860
OTOKAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PEUGEOT	0	8.386	8.386	495	2.215	2.710	495	10.601	11.096
PORSCHE	0	283	283	0	0	0	0	283	283
PROTON	0	380	380	0	0	0	0	380	380
RENAULT	28.117	12.747	40.864	0	3.955	3.955	28.117	16.702	44.819
SEAT	0	5.270	5.270	0	0	0	0	5.270	5.270
SKODA	0	6.752	6.752	0	0	0	0	6.752	6.752
SMART	0	45	45	0	0	0	0	45	45
SSANGYONG	0	278	278	0	300	300	0	578	578
SUBARU	0	697	697	0	0	0	0	697	697
SUZUKI	0	718	718	0	0	0	0	718	718
TATA	0	33	33	0	167	167	0	200	200
TOYOTA	9.929	4.099	14.028	0	952	952	9.929	5.051	14.980
VOLKSWAGEN	0	42.917	42.917	0	11.375	11.375	0	54.292	54.292
VOLVO	0	2.925	2.925	0	0	0	0	2.925	2.925
TOPLAM:	68.746	203.629	272.375	37.477	36.916	74.393	106.223	240.545	346.768

Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği

Otomotiv endüstrisi ihracatında 16 aydır kesintisiz artış devam ediyor

Otomotiv endüstrisi Temmuz ayında bayram tatili nedeniyle 3 günlük eksik çalışmaya rağmen, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2 artışla bir milyar 994 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.



Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği'nin (OİB) temmuz ayı ihracat verilerine göre otomotiv endüstrisinin Türkiye genel ihracatındaki payı yüzde 16 oldu. Son aylarda Türkiye genel ihracat artışının iki katından fazla büyüme gösteren otomotiv endüstrisi temmuz ayında da benzer bir seyir izledi.

İhracatın yüzde 73'ü AB ülkelerine

OİB Başkanı Orhan Sabuncu, temmuz ayı ihracat verilerini değerlendirirken, artış trendinin sürdürülebilir hale gelmesini başta AB ülkelerindeki istikrara bağladı. AB ülkelerinin otomotiv ihracatımız içerisindeki payının Temmuz ayı itibarıyla yüzde 73

Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği Başkanı Orhan Sabuncu, 16 aydır ihracatta artış trendinin altını çizerek, "Dış satışlarımızda önümüzdeki aylarda da ortalama yüzde 10 seviyesinde büyürsek yılsonunda 23 milyar dolarlık ihracata ulaşabileceğiz" dedi.

seviyesinde olduğunu hatırlatan Sabuncu, "AB ülkelerine yönelik ihracatımız ortalama yüzde 14 artarken, bölgede en fazla dış satış yaptığımız Almanya ve Birleşik Krallığa yönelik büyümemiz yüzde 20'nin üzerinde olması dikkat çekicidir. Önümüzdeki aylarda artış trendine devam ederek ve büyümeyi yüzde 10 seviyesi üzerinde sürdürebilir kılarak 23 milyar dolar ihracata ulaşabileceğiz" diye konuştu.

Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar yükselişte

Otomotiv endüstrisinde ürün grupları incelendiğinde ise eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtların artış trendinin mart ayından bu yana çift haneli büyüme göstermesi dikkat çekti. Buna göre temmuz ayında eşya taşımaya mahsus ticari araçlarda yüzde 11 yükseliş ve 376 milyon dolarlık dış satış gerçekleşti. Otomotiv yan sanayi yüzde 2 gerileme ve 777 milyon, binek otomobiller yüzde 2 büyüme ve 714 milyon, otobüs-minibüs-midibüs ürün grubunda ise yüzde 3 daralmayla 97 milyon dolarlık dış satışa imza atıldı.

Yılın 7 aylık döneminde ise yan sanayi yüzde 8 büyüme ve 5 milyar 714 milyon, binek otomobiller yüzde 10 yükseliş ve 4 milyar 608 milyon, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar yüzde 17 artış ve 2 milyar 558 milyon, otobüs-minibüs-midibüs ürün grubu ise yüzde 6 gelişmeyle 629 milyon dolarlık dış satış gerçekleştirdi.

Almanya yine lider

Ülke bazlı aylık ihracat verilerinde ise Almanya'ya yüzde 23 artış ve 319 milyon, Birleşik Krallığa yüzde 21 büyümeyle 262 milyon ve Fransa'ya yüzde 5 azalışla 183 milyon dolarlık ihracat gerçekleşti. Yılın 7 aylık döneminde ise veriler şöyle; Almanya'ya yüzde 29 büyümeyle 2 milyar 248 milyon, Birleşik Krallığa yüzde 32 artışla bir milyar 516 milyon, Fransa'ya ise yüzde 2 yükselişle bir milyar 465 milyon dolarlık ihracat yapıldı.

Türkiye genel ihracatında temmuz ayında binde bir gerileme olmasına rağmen, otomotiv endüstrisi dış satışlarda artış trendine devam ediyor. Son 16 aydır sürekli yükselişte olan otomotiv ihracatı, Temmuz ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2 büyümeye bir milyar 994 milyon dolarlık dış satış gerçekleştirdi.

TÜRKİYE OCAK-TEMMUZ 2014 İHRACAT RAKAMLARI				
1000 USD	OCAK-TEMMUZ			
SEKTÖRLER	2013	2014	Değişim (%)	Pay (%)
Otomotiv Endüstrisi	12.495.294	13.708.978	10	15
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	10.035.251	11.159.218	11	12
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	10.045.641	10.476.355	4	11
Çelik	8.510.958	8.075.824	-5	9
Elektrik-Elektronik ve Hizmet	6.479.519	6.989.309	8	7,5
T O P L A M	87.688.194	92.711.423	6	100

ARAÇ İLANINI TELEFONUNDAN GİR, ANINDA 25* MİLYONA ULAŞTIR!



İLANLARINIZIN YAYINLANDIĞI PARTNER SİTELER

Milliyet

Cumhuriyet

ZAMAN

VATAN

STAR

AKSAM

Sözcü

HAHA

samanyoluhaber

INTERNETHABER

HABERLER.COM

+120 HABER PORTALI

www.tasit.com

tasit.com

f /tasitcom

t /tasitcom

g+ /tasitcom

Available on the App Store

Google play



* Tasit.com ve iş ortağı sitelerinin aylık tekil ziyaretçi sayıları baz alınmıştır.



Volvo ile yola çıkmak için bir yol bul.

Hayat beklemez; ama tarzınızı yola yansıtan Volvo S60'lar, hayatın her anına keyif katmanız için Budget ofislerinde sizi bekliyor. Üstelik Budget Kart'ın sunacağı 10 gün için 1 gün ücretsiz kiralama avantajları ve ek ürün seçenekleri, hayatınızı kolaylaştırıyor. Budget'ın kaliteli, rahat ve sorunsuz seyahat deneyimi ile size de keyifle yol almak kalıyor.

www.budget.com.tr

444 4 722

 budgetturkiye  budgetturkiye

 **Koc**

 **Budget®**